



POLACY A ROZWÓJ.

Raport o podejściu do rozwoju osobistego
i zawodowego różnych pokoleń Polaków.

Raport Benefit Systems SA



MOTYWUJĄ NAS LUDZIE



SPIS TREŚCI

Raport o rozwoju zawodowym i osobistym Polaków

Wstęp	4
Informacje o badaniu i raporcie	5
Rozwój zawodowy Polaków.....	7
Rozwój osobisty Polaków.....	11
Ważność sfer rozwoju.....	15
Różne pokolenia – różne potrzeby.....	21
Motywacja a różnorodność pracowników.....	25

Wydawca:
Benefit Systems SA
ul. Fredry 6
00-097 Warszawa
NIP: 836-16-76-510, REGON 750721670
KRS: 0000370919

Kontakt:
Jolanta Jędrysek, PR Manager
jolanta.jedrysek@benefitsystems.pl
tel. 519 312 964
benefitsystems.pl

WSTĘP

W życiu każdego człowieka ważna jest pasja i to, by spełniać się, realizować, rozwijać. Rozwój to ciągły proces zmiany - przechodzenia do stanów lub form bardziej złożonych, pod pewnym względem doskonalszych. Co właściwie oznacza? Jak zdefiniować rozwój osobisty lub zawodowy? Dla jednych może to oznaczać założenie rodziny, awans, własną działalność, dla innych znajomość wielu języków obcych, stać się doszkalanie się czy daleką podróż. Ile osób, tyle definicji rozwoju.

Benefit Systems tworzy produkty, które wspierają ludzi i organizacje w rozwoju, osiąganiu równowagi i budowaniu zaangażowania. Rozwój pracowników stanowi jeden z najważniejszych obszarów naszych zainteresowań, dlatego postanowiliśmy przyjrzeć się tematowi, analizując w szczególności podejście różnych pokoleń pracowników do kwestii rozwoju.

Z ogromną satysfakcją przekazujemy w Państwa ręce raport dotyczący osobistego i zawodowego rozwoju Polaków. Zapytaliśmy uczestników badania o ich definicje rozwoju, o działania podjęte dla rozwoju oraz główne przeszkody, jakie stają im na drodze, a także o to, która ze sfer rozwoju jest ważniejsza.

Życzymy przyjemnej lektury!
Zespół Benefit Systems

W poszukiwaniu właściwych proporcji

Jeszcze w latach 90-tych Polacy utożsamiali sukces z finansową sferą życia. Obowiązywał model rozwoju zawodowego i ekonomicznego nierzadko kosztem życia rodzinnego. Często był on przedstawiany wprost jako alternatywa – rodzina lub praca. Sytuacja zasadniczo zmieniła się po kryzysie 2008 roku. Zresztą zmiana trendu nie dotyczyła tylko Polski, ale całego świata ogarniętego kryzysem, czyli głównie Europy Zachodniej i USA. Po pierwsze sukces zawodowy przestał być czymś tak oczywistym, jak jeszcze dekadę wcześniej. Stworzyło to potrzebę przededefiniowania pojęcia sukcesu i jego roli w życiu. Po drugie poczucie zagrożenia egzystencji kazało szukać bezpieczeństwa tam, gdzie je najłatwiej znaleźć, czyli wśród najbliższych. Wszystko to objawiało się renesansem więzi w ogóle, a w szczególności renesansem więzi rodzinnych. Badania Millward Brown TGI realizowane od 1998 pokazują, że od początku obecnego stulecia Polacy konsekwentnie coraz mniej czasu poświęcają na zajmowanie się rodziną. Jeszcze w 2004 roku ponad 35% Polaków spędzało wolny czas na zajmowaniu się rodziną, w 2007 roku, było to 28%. Ale w styczniu 2009 na rodzinę czas wolny poświęcało już ponad 30% Polaków. Trend prorodzinny potwierdzają również badania zrealizowane przez MB dla Benefit Systems. Okazuje się, że rodzina, dzieci i związek są najważniejszymi aspektami życia osobistego dla 72% Polaków. Ważność rodziny i dbania o jej harmonijny rozwój jest silniejszy wśród pracowników firm, co szczególnie dobrze pokazuje efekt kryzysu ekonomicznego. Znalezienie właściwego balansu między życiem zawodowym i prywatnym, to jedna z najważniejszych kompetencji w czasach dynamicznego rozwoju gospodarczego (a nie zapominajmy, że Polska, to cały czas względnie młoda i rozwijająca się gospodarka). Polacy zauważają, że obie te sfery są równie ważne dla harmonijnego rozwoju osobistego.

Kuba Antoszewski, Millward Brown



INFORMACJE
o badaniu i raporcie

Badanie miało na celu określenie, w jaki sposób Polacy rozumieją rozwój, czy sami się rozwijają, na jakich polach i w jaki sposób, a także co przeszkadza im rozwijać się oraz podejmować różnego rodzaju aktywności służące ich rozwojowi.

Dane analizowane były wśród ogółu dorosłych Polaków, jak również w różnych podgrupach:

- demograficznych – ze względu na wiek, płeć oraz miejsce zamieszkania; próba reprezentatywna ogółu Polaków w wieku 18+;
- wśród mieszkańców 8 głównych miast (Warszawa, Poznań, Wrocław, Trójmiasto, Kraków, Katowice, Łódź i Szczecin) w wieku 18-65 lat – w ramach reprezentatywnej próby ogólnopolskiej;
- wśród mieszkańców 8 głównych miast (j.w.) aktywnych zawodowo – pracujących w firmach zatrudniających 10 pracowników lub więcej - w ramach próby ogólnopolskiej + boost (dodatkowe wywiady w tej grupie realizowane niezależnie od badania na próbie ogólnopolskiej).

Metodologia:

Technika: wywiad telefoniczny wspomagany komputerowo (CATI), w ramach badania Catibus.

Wielkość próby głównej: N=1000.

A man with dark hair and a light beard, wearing a tan suit jacket over a dark blue patterned shirt, is standing and talking on a black mobile phone. He is looking down at a silver laptop on a desk, which has a white sheet of paper on it. The background is a bright, out-of-focus interior with white curtains.

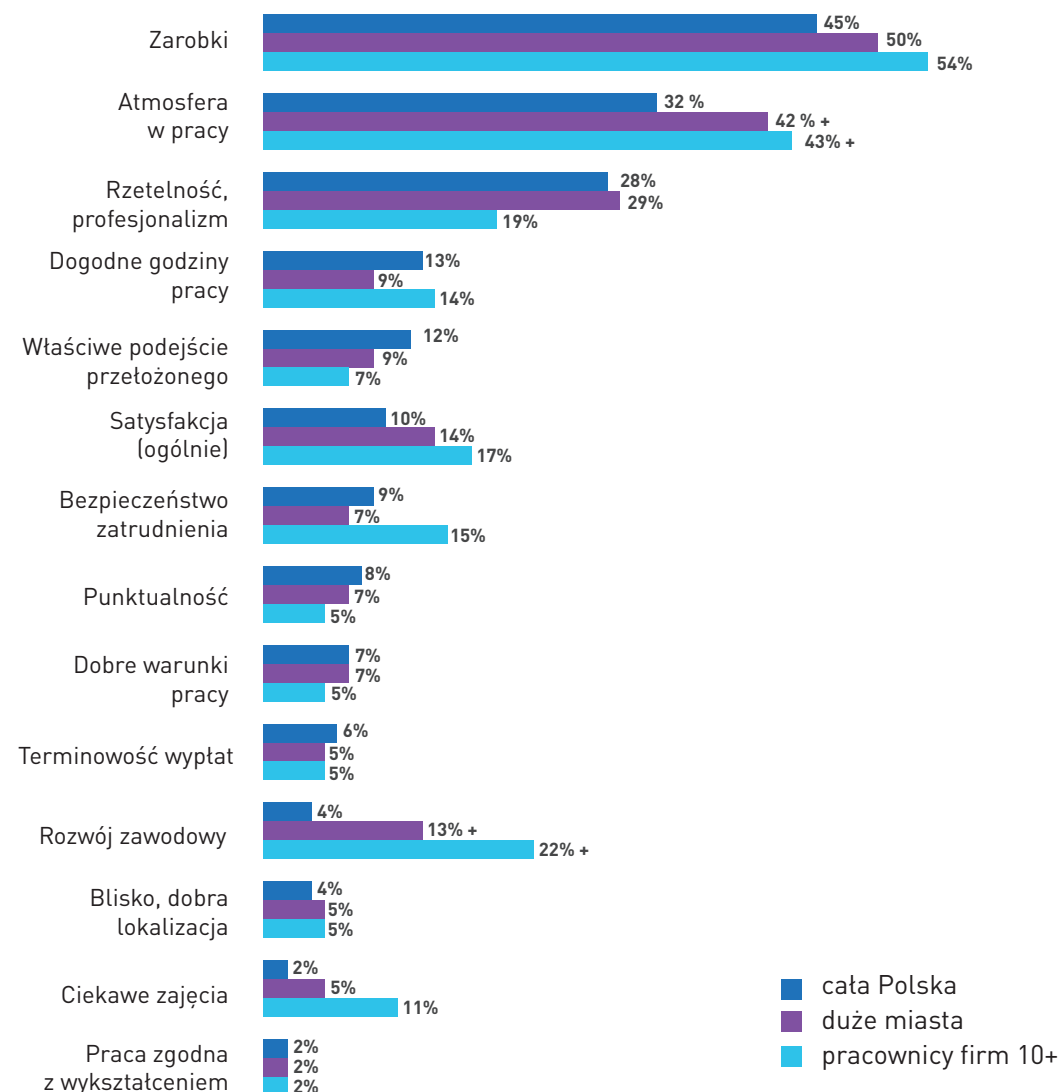
**ROZWÓJ
ZAWODOWY**
Polaków

ROZWÓJ ZAWODOWY

Polaków

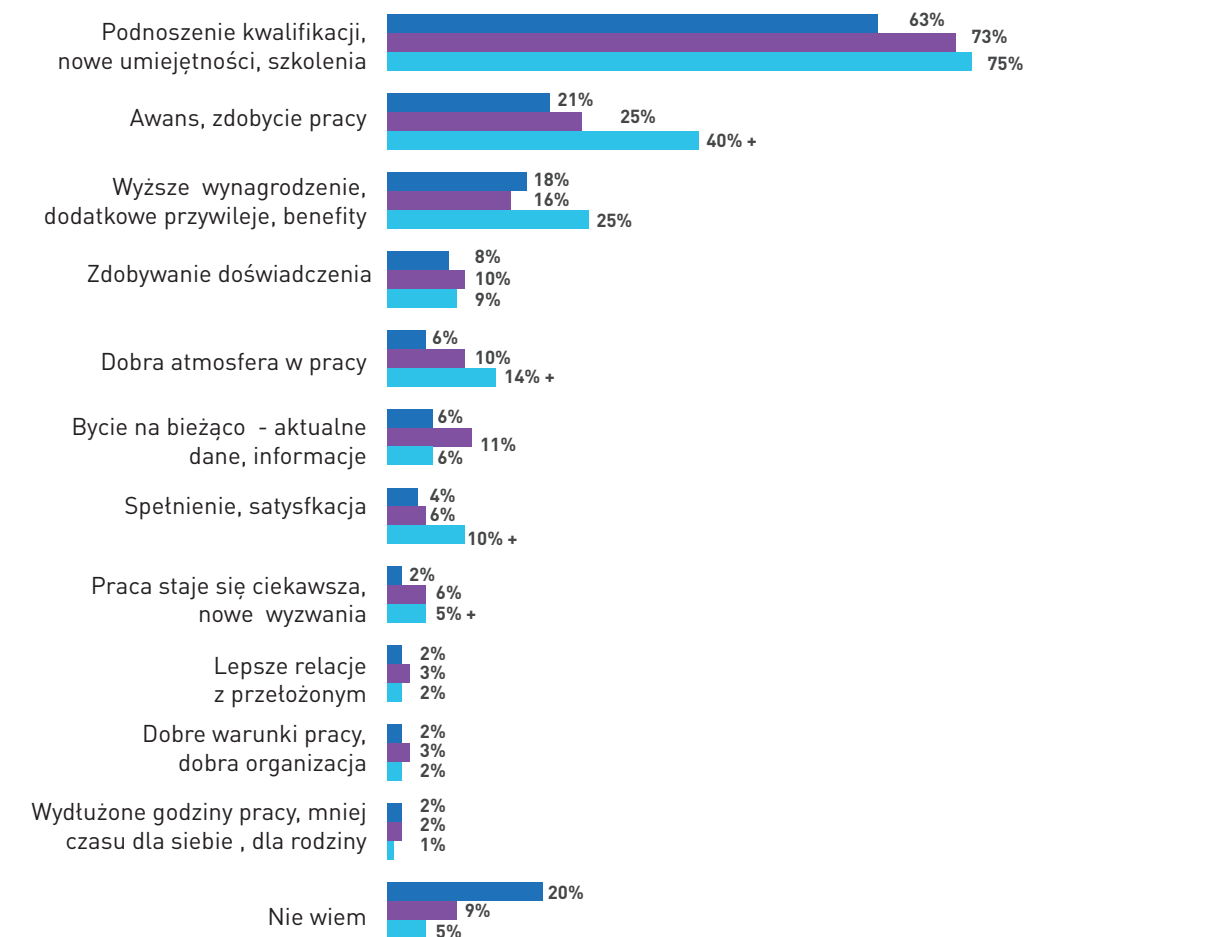
Dla Polaków najważniejszymi aspektami pracy zawodowej są zarobki (45%) oraz atmosfera (32%). Szczególnie ważne są te aspekty dla młodych Polaków w wieku do 34 lat. W dalszej kolejności badani wymieniają rzetelność i profesjonalizm (28%) oraz dogodne godziny pracy (13%). Rozwój zawodowy wymienia jedynie 4% ogółu badanych – 1% mieszkańców wsi, ale już 13% mieszkańców największych miast. Również dla pracowników firm zatrudniających minimum 10 osób rozwój zawodowy jest ważniejszy niż dla ogółu Polaków – odsetek wskazań wyniósł 22%. W tej grupie ważniejsze są także satysfakcja (17%), bezpieczeństwo zatrudnienia (15%) oraz ciekawe zajęcia (11%). Dla osób w wieku 18-24 lata bardzo ważne jest również podejście przełożonego – wskazuje na nie aż 35% badanych z tego przedziału, podczas gdy jedynie 12% ogółu Polaków uważa ten aspekt za ważny.

Najważniejsze aspekty pracy zawodowej



Rozwój zawodowy w opinii Polaków to przede wszystkim podnoszenie kwalifikacji oraz zdobywanie nowych umiejętności (63%), a w dalszej kolejności również awans (21%) czy zdobywanie dodatkowych przywilejów w pracy (18%). Na te aspekty znacznie częściej wskazują mieszkańcy dużych miast i pracownicy firm zatrudniających powyżej 10 osób. Te dwie grupy badanych wyraźnie częściej niż ogół Polaków potrafią także opisać, czym jest dla nich rozwój zarówno zawodowy, jak i osobisty (20% ogółu badanych udzieliło odpowiedzi „nie wiem” i jedynie 5% pracowników firm zatrudniających powyżej 10 osób).

Rozwój zawodowy - definicje

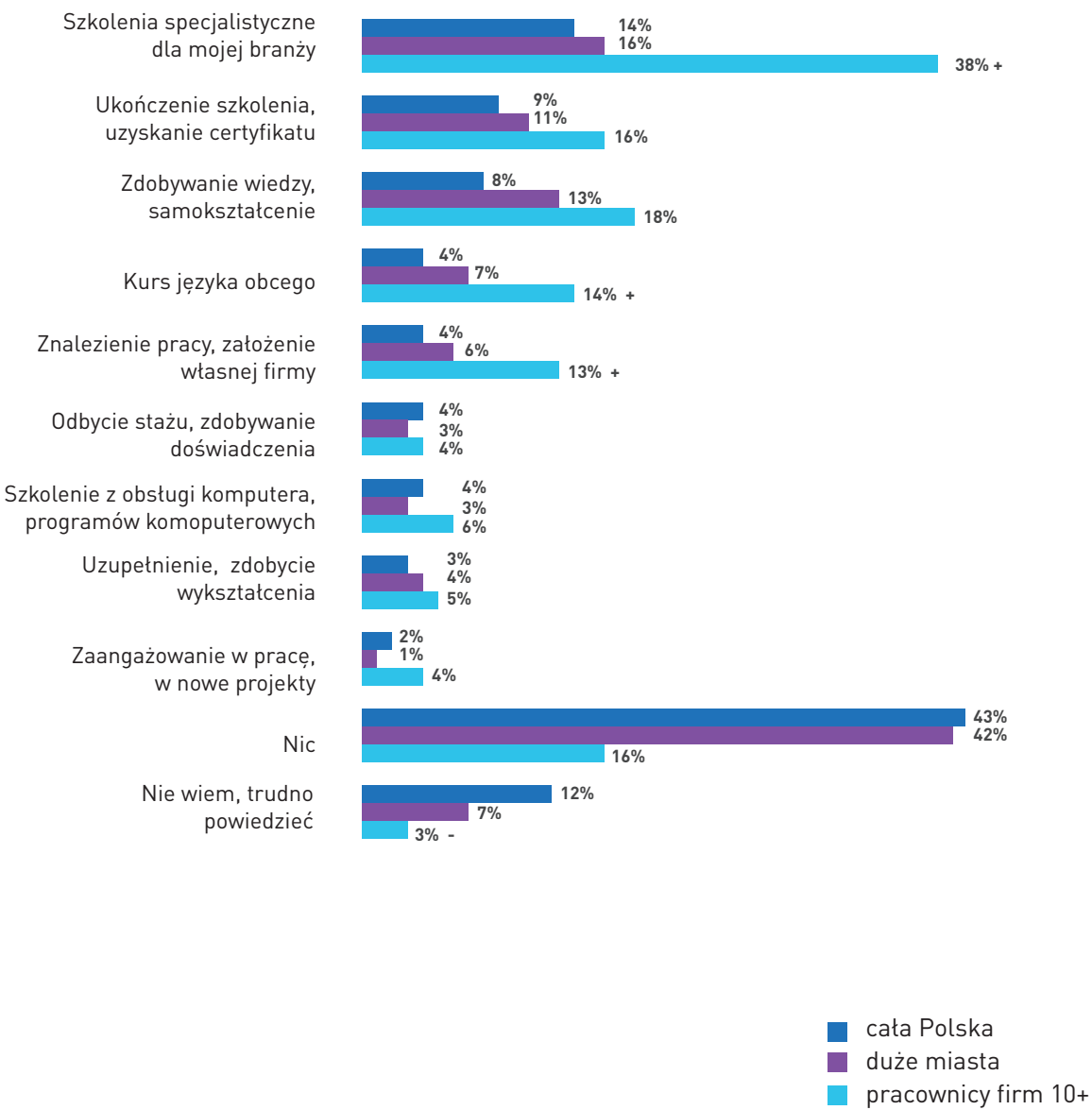


ROZWÓJ ZAWODOWY

Polaków

Blisko połowa Polaków (43%) nie podjęła w ciągu ostatniego roku żadnych działań na rzecz rozwoju umiejętności potrzebnych w pracy zawodowej. W firmach zatrudniających min. 10 osób odsetek ten był dużo niższy i wyniósł 16%. Najczęściej podejmowanymi działaniami były szkolenia specjalistyczne dla swojej branży, zdobywanie certyfikatów, a także ogólnie zdobywanie nowej wiedzy. Częściej działania te podejmowali ogólnie mężczyźni niż kobiety (49% kobiet i 36% mężczyzn nie podjęło żadnych działań), a także osoby w wieku 25-44 lata.

Najważniejsze działania podjęte dla rozwoju zawodowego



ROZWÓJ

OSOBISTY

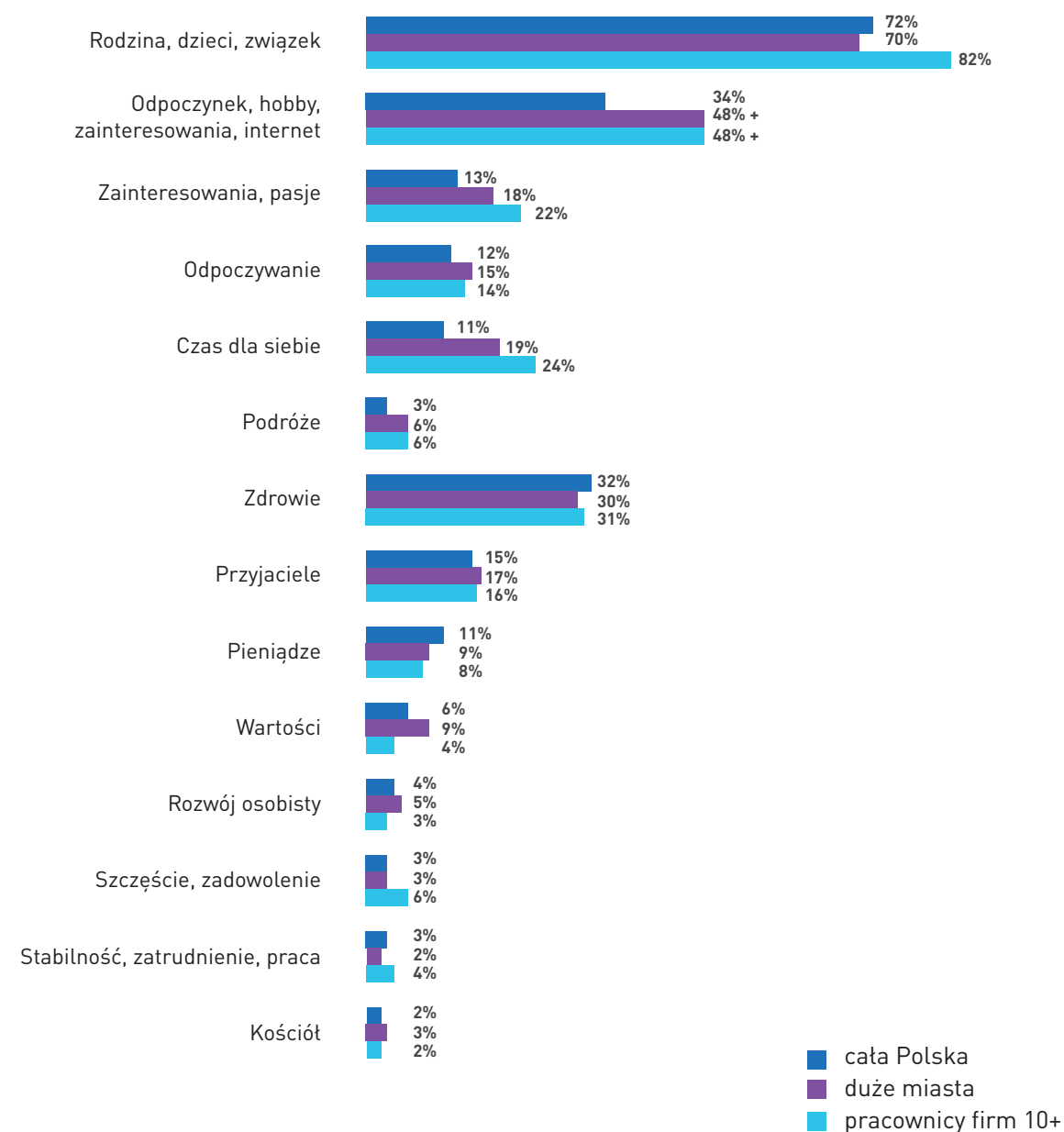
Polaków

ROZWÓJ OSOBISTY

Polaków

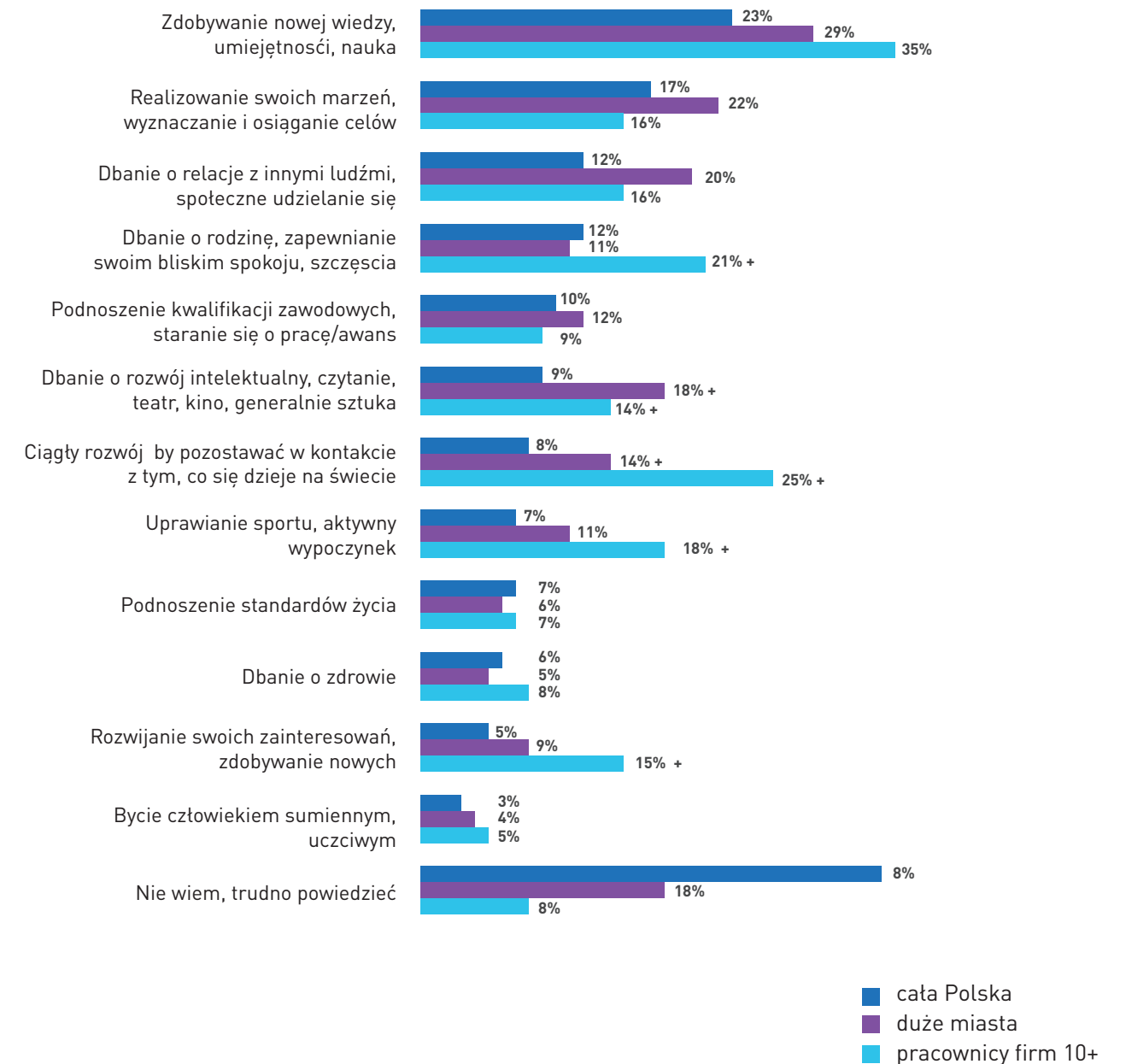
W życiu pozazawodowym zdecydowanie najważniejsze dla Polaków są rodzina, dzieci, związek – spontanicznie wymienia je 72% badanych. Co trzecia osoba w tym kontekście wymienia także odpoczynek, zainteresowania i hobby, a także zdrowie. Dla mieszkańców głównych miast oraz osób pracujących w firmach 10+ kwestie relacji rodzinnych oraz odpoczynku są szczególnie istotne. Rozwój osobisty jako ważny aspekt życia pozazawodowego wymienia 4% badanych, a wśród najmłodszych (do 24 r.ż.) nawet 18%.

Najważniejsze aspekty w życiu poza pracą



Rozwój osobisty nie ma jednoznacznej definicji – spontanicznie badani wymieniają wiele określeń, a co trzecia osoba w ogóle nie potrafi określić, czym jest dla niej rozwój osobisty. Najczęściej pojawiającymi się definicjami rozwoju osobistego są zdobywanie nowych umiejętności (23%), realizowanie marzeń i celów (17%) czy dbanie o relacje z innymi ludźmi i dbanie o swoją rodzinę (po 12%). Mieszkańcy głównych miast oraz pracownicy firm zatrudniających min. 10 osób wyraźnie częściej niż ogół Polaków potrafią opisać, czym jest dla nich rozwój zarówno zawodowy jak i osobisty.

Rozwój osobisty - definicje

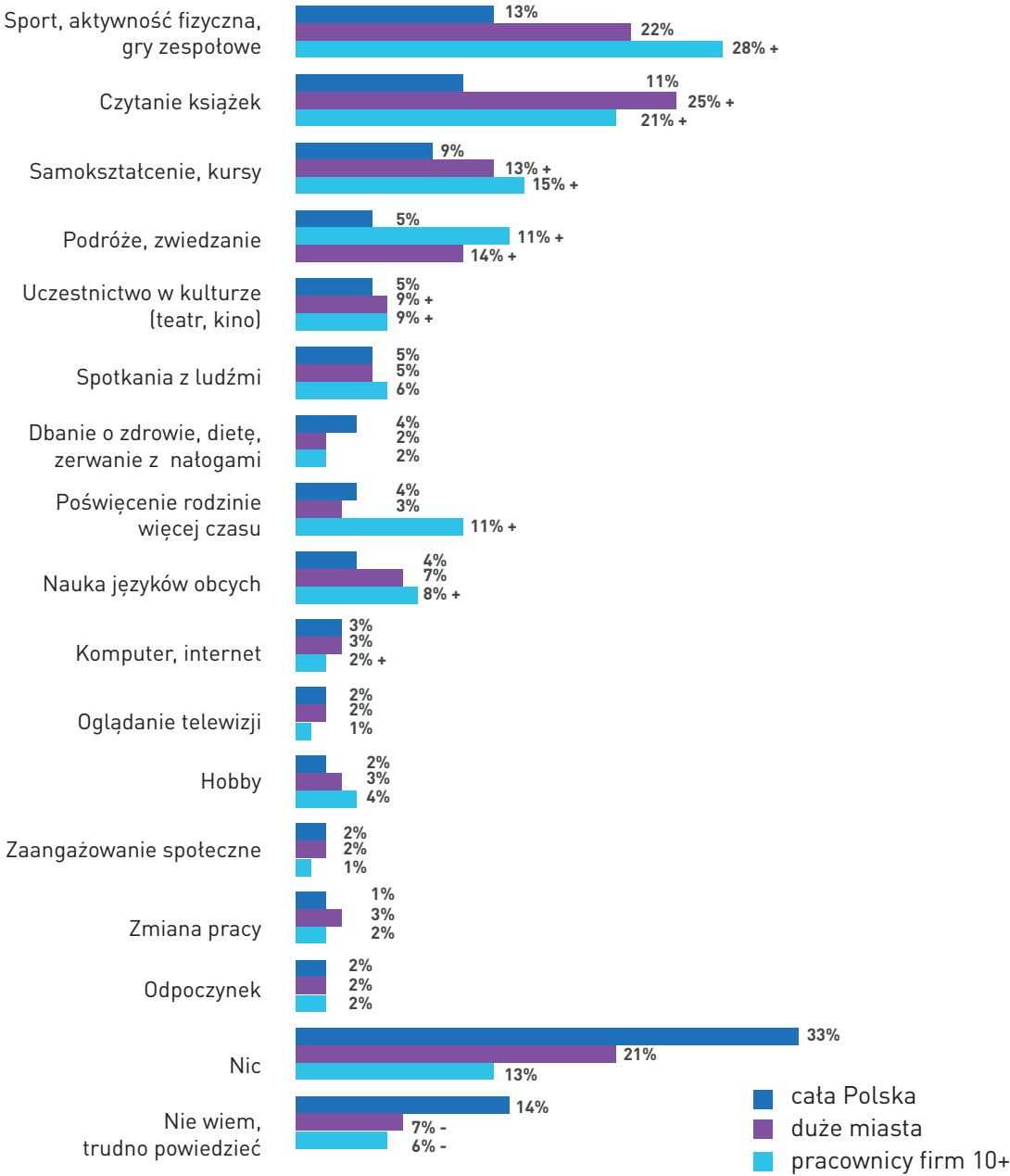


ROZWÓJ OSOBISTY

Polaków

Co trzeci Polak nie podjął w ciągu ostatniego roku działań na rzecz swojego rozwoju osobistego. Wśród najczęściej wymienianych aktywności znalazły się aktywności sportowe, a także czytanie książek oraz różnego rodzaju kursy i szkolenia. Ogólnie wyrażnie częściej działania te podejmują mieszkańcy dużych miast oraz pracownicy firm zatrudniających min. 10 osób, a także młodzi (do 35 r.ż.). Rzadziej z kolei wszelkie aktywności związane z rozwojem osobistym podejmują osoby w wieku 60 lat lub więcej.

Działania podjęte dla rozwoju osobistego



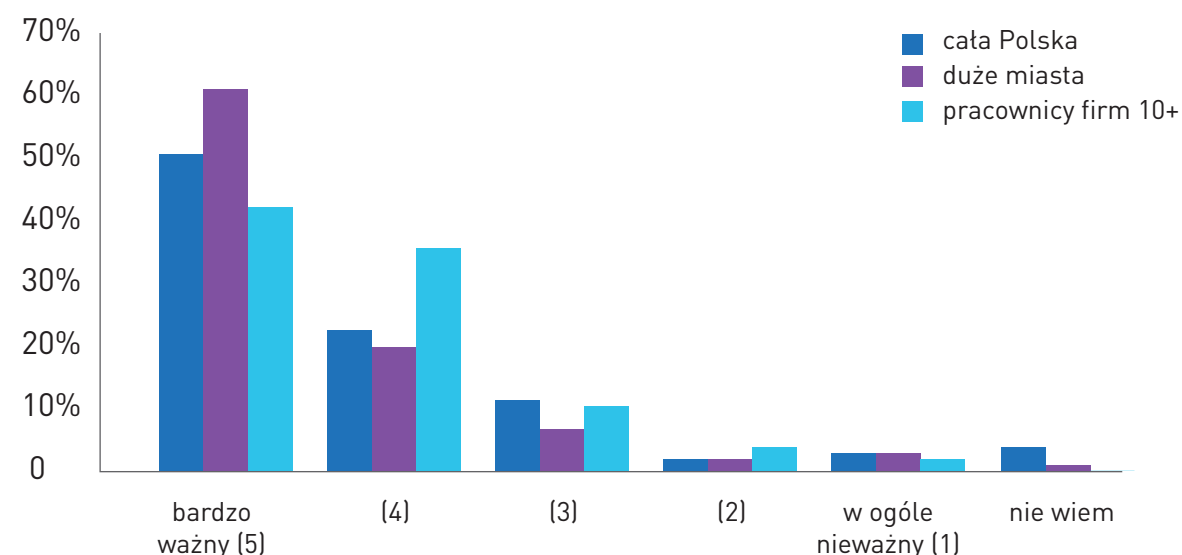
WAŻNOŚĆ
SFER
rozwoju

WAŻNOŚĆ SFER

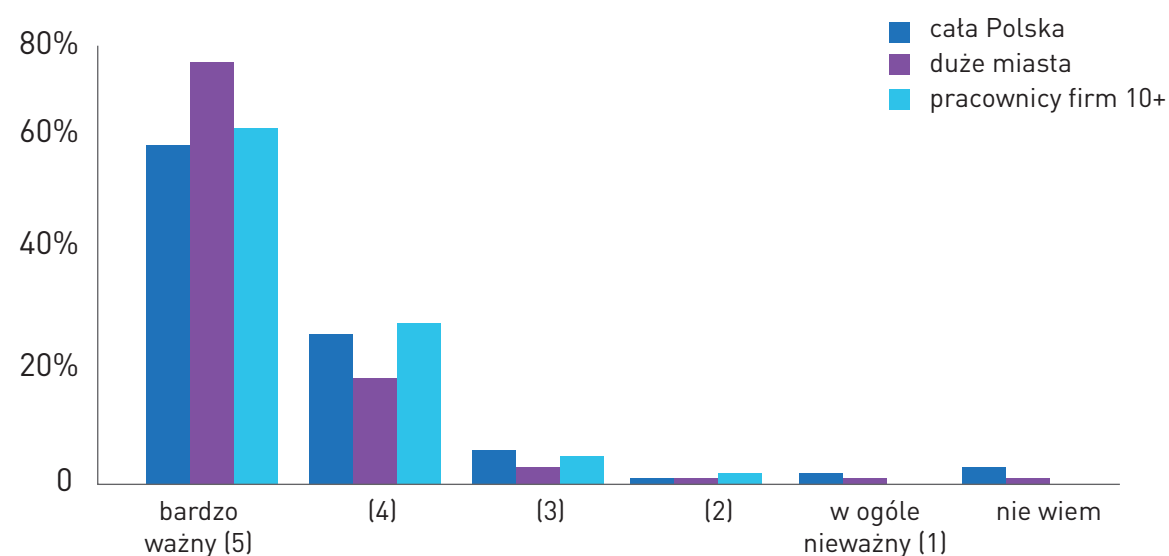
rozwoju

Większość Polaków uważa każdą sferę rozwoju za ważną – zarówno osobistą jak i zawodową. Większość przyznaje też, że obie są dla nich podobnie ważne, dla co trzeciego ważniejsza jest sfera osobista. Sporadycznie za ważniejszą uważana jest sfera zawodowa. Osoby najmłodsze dużo częściej deklarują ważność rozwoju – zarówno zawodowego jak i osobistego – niż osoby w starszym wieku.

Ważność rozwoju zawodowego

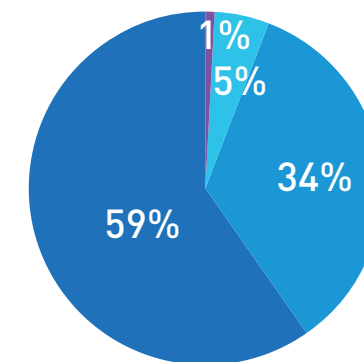


Ważność rozwoju osobistego

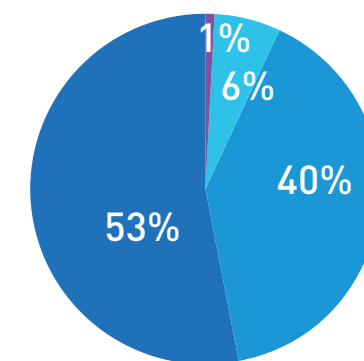


Która sfera rozwoju jest ważniejsza – zawodowa czy osobista?

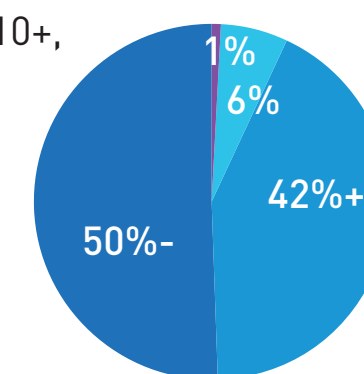
Cała Polska,
N=1000



Duże miasta,
N=175



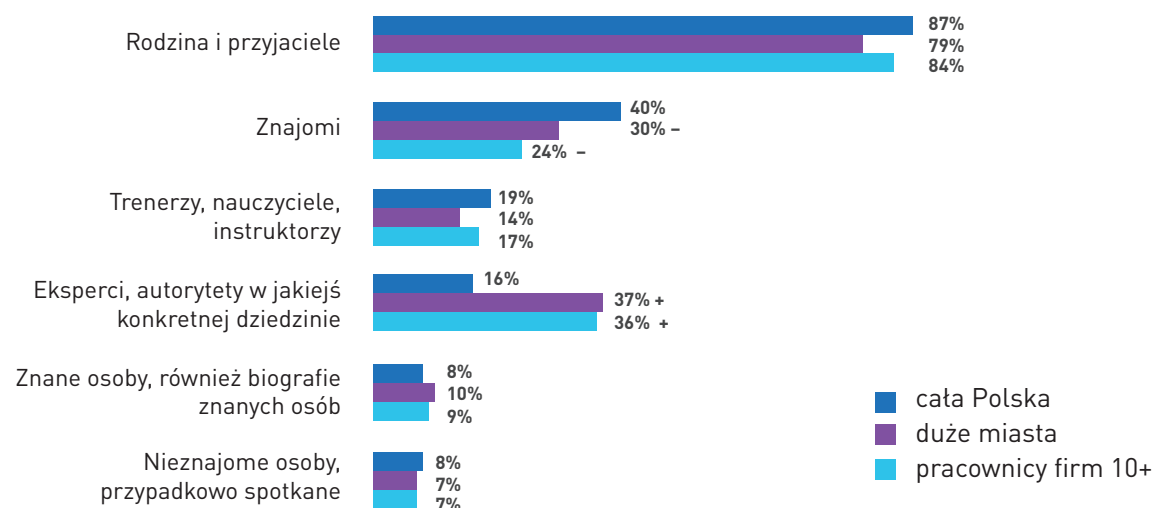
Pracownicy firm 10+,
N = 170



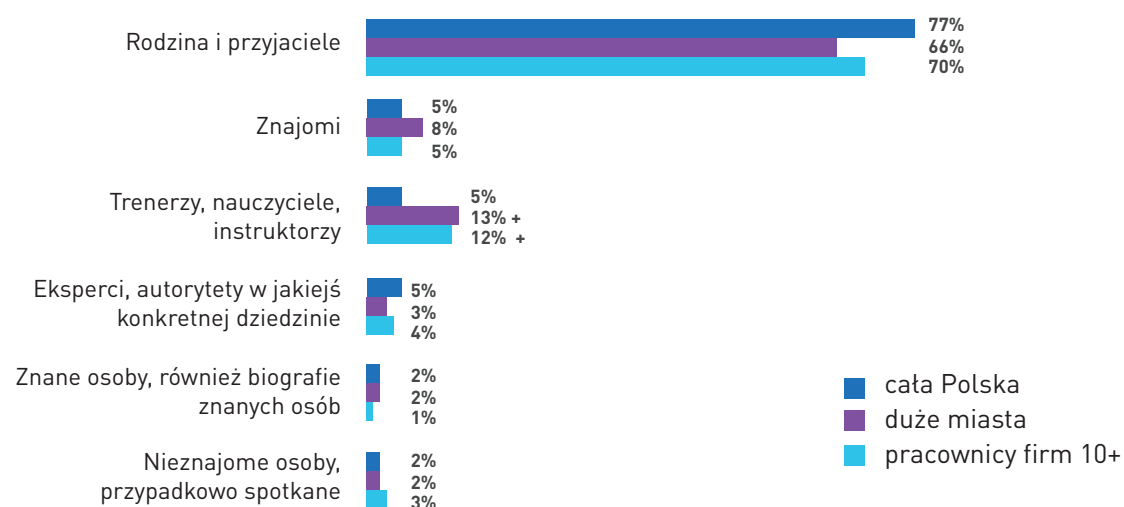
zawodowa
osobista
obie tak samo
nie wiem

Rodzina i przyjaciele to główne osoby wspierające Polaków w rozwoju – 87% badanych wymienia ich wśród najważniejszych osób, szczególnie wsparcie ze strony rodziny dostrzegają kobiety. Znajomi i współpracownicy to kolejna grupa – jako ważna wymieniona spontanicznie przez 40% badanych, a wśród seniorów (osób w wieku 60 lat lub więcej) przez 49%. Eksperti i autorytety okazują się być szczególnie ważni w grupie mieszkańców dużych miast oraz pracowników firm zatrudniających min. 10 osób, a trenerzy i instruktorzy – dla najmłodszych (do 24 r.ż.).

Osoby i postacie, które mają wpływ na rozwój. Dwie główne osoby

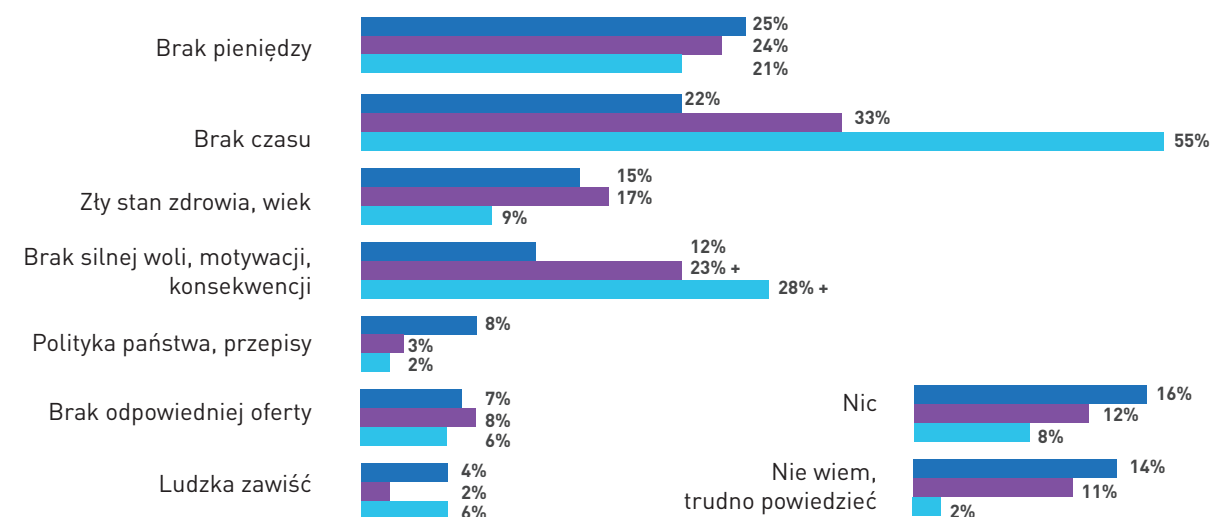


Osoby i postacie, które mają wpływ na rozwój. Najważniejsza osoba

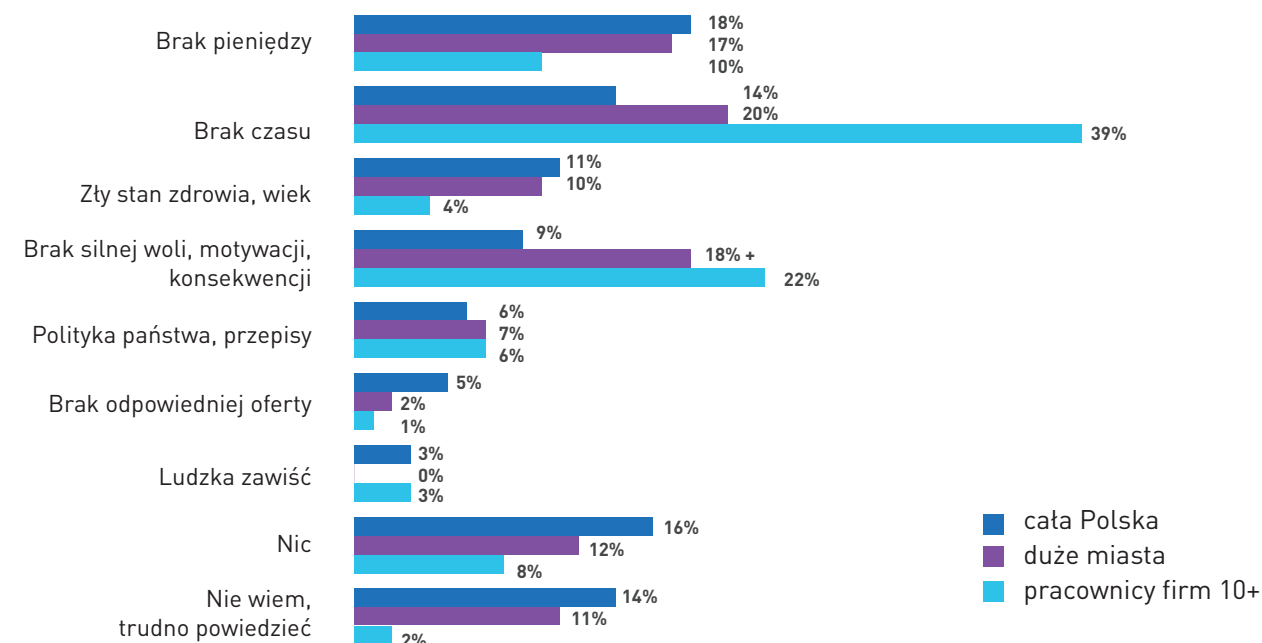


Głównymi utrudnieniami w rozwoju, jakie spontanicznie wymieniają badani, są brak pieniędzy i brak czasu. Mieszkańcy dużych miast oraz pracownicy firm zatrudniających min. 10 osób w szczególności zwracają uwagę właśnie na brak czasu, a także na brak motywacji i konsekwencji w działaniu. Pieniądże stanowią barierę w większym stopniu dla kobiet oraz dla osób w wieku 25-34 lata. Osoby starsze z kolei jako główną trudność w rozwoju zgłaszają zły stan zdrowia i wiek.

Co w największym stopniu utrudnia rozwój. Dwie główne trudności



Największa trudność

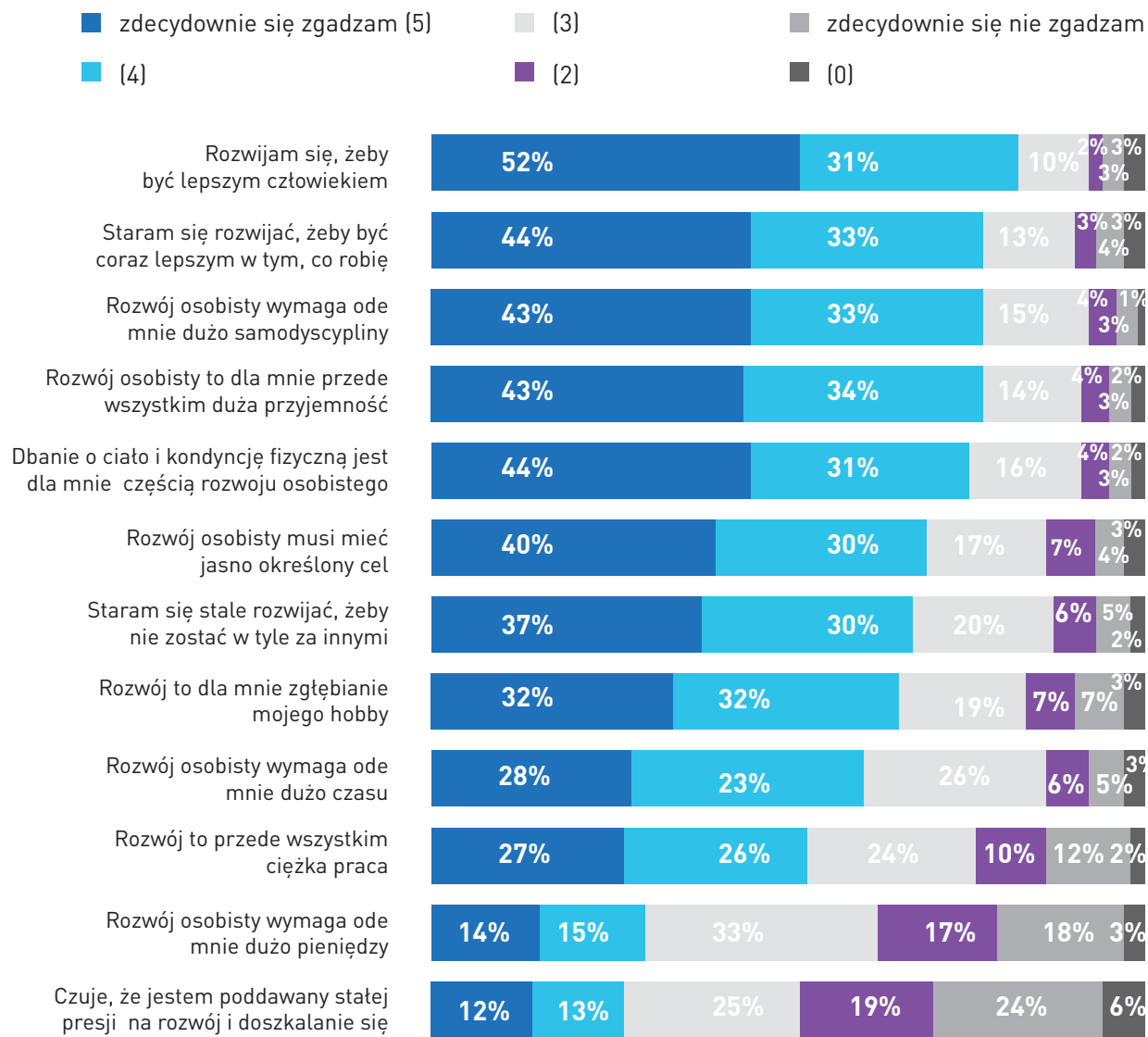


WAŻNOŚĆ SFER

rozwoju

Zdecydowana większość Polaków przyznaje, że rozwijają się po to, aby być lepszymi ludźmi oraz aby być coraz lepszymi w tym, co robią. Większość jest też zdania, że rozwój wymaga dużo samodyscypliny, ale z drugiej strony traktują rozwój jako przyjemność. Młodzi są nieco bardziej idealistyczni w swoim podejściu do rozwoju – częściej deklarują rozwój po, to aby się doskonalić, z kolei osoby w wieku 44-59 częściej przyznają, że odczuwają presję na rozwój zawodowy, a osoby w wieku 35-44 lata częściej są zdania, że rozwój wymaga dużych pieniędzy. Mieszkańcy dużych miast nie różnią się w opiniach na temat rozwoju od ogółu populacji. Natomiast osoby pracujące w firmach zatrudniających min. 10 pracowników częściej przyznają, że rozwój wymaga dużo samodyscypliny, jednocześnie jednak rzadziej zgadzają się z tym, że rozwój musi mieć jasno określony cel, a także że jest to przede wszystkim ciężka praca.

Opinie na temat rozwoju



RÓŻNE
POKOLENIA
różne potrzeby

RÓŻNE POKOLENIA

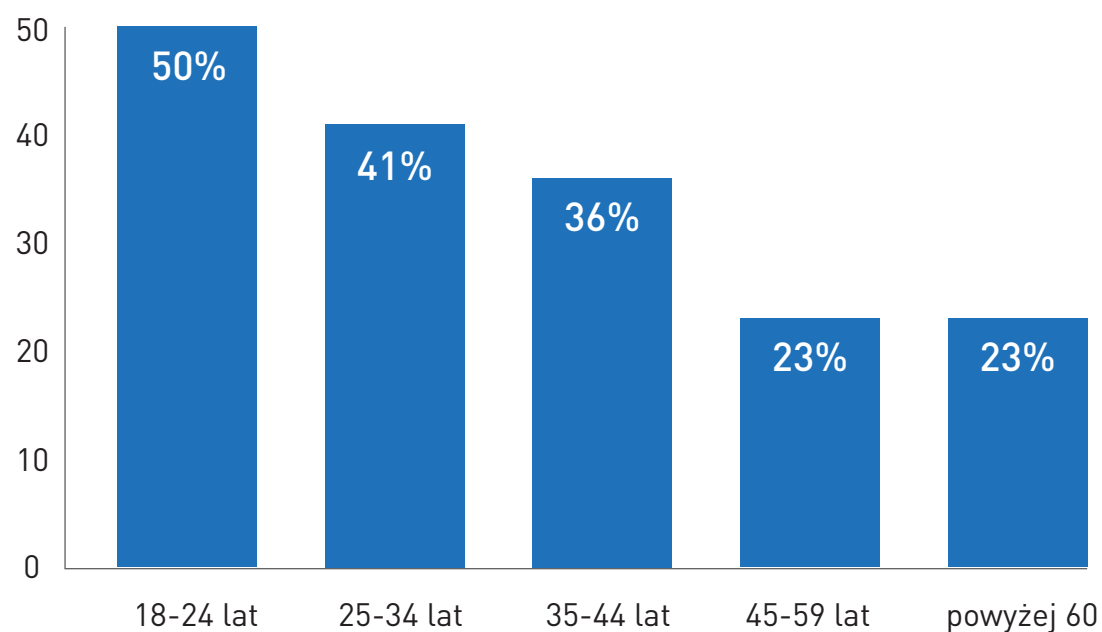
różne potrzeby

Zgodnie z przyjętym podziałem, na współczesnym rynku pracy mamy do czynienia z przedstawicielami pokolenia X i Y. Ich postawy znacznie się od siebie różnią. Pokolenie X to osoby między 35. a 65. rokiem życia, które musiały poradzić sobie z tzw. okresem przejściowym, gdy w Polsce zmieniał się ustrój i pojawiło się zjawisko dotąd nieznane – bezrobocie. „Średniolatkowie”, bo tak mówi się o pokoleniu X, uchodzą za odpowiedzialnych i lojalnych pracowników, którzy szukają stabilnego i dobrze płatnego zajęcia. Ze względu na potrzebę bezpieczeństwa finansowego (troska o rodzinę), lksy niechętnie zmieniają pracę, ograniczając swoją mobilność na rzecz stabilizacji zawodowej.

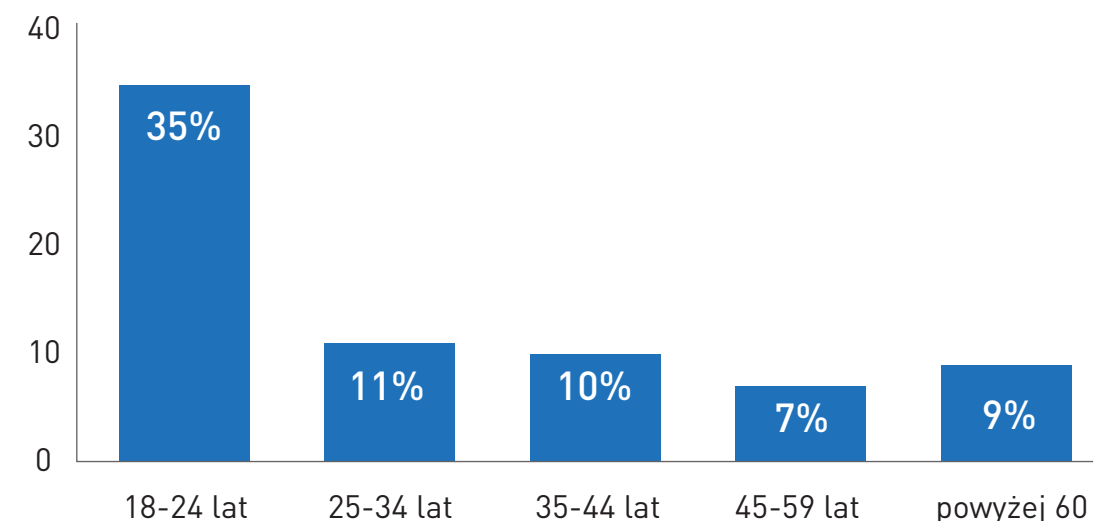
Pokolenie Y dorastało w innych czasach niż lksy, jego przedstawiciele mają ułatwiony dostęp do informacji i pragnienie, by żyć inaczej niż „średniolatkowie”. Praca to dla Millenialsów nie tylko źródło dochodów, ale wartość psychologiczna czy społeczna – to ludzie zdeterminowani, elastyczni, mobilni, którzy chcą realizować się zawodowo, osiągać wyznaczone sobie życiowe cele. Przedstawiciele pokolenia Y urodzili się po roku 1980, stoi za nimi rewolucja technologiczna – wychowywali się w dobie najnowszych wynalazków i rozwiązań teleinformatycznych. Naturalnym środowiskiem jest dla nich świat podłączony do Internetu, nowoczesne telefony, multimedialny sprzęt, które są często podstawowymi narzędziami pracy.

Inne czynniki motywują do pracy przedstawicieli pokolenia X, a inne Ygreków. Dla tych pierwszych najbardziej liczy się rozwój kariery oraz uznanie, a więc wszystko, co związane jest z ambitnymi zadaniami, w których mogą wykorzystywać swoje kompetencje i doświadczenie. Ygreki natomiast stawiają w pracy na dobrą atmosferę i równowagę między życiem prywatnym i zawodowym.

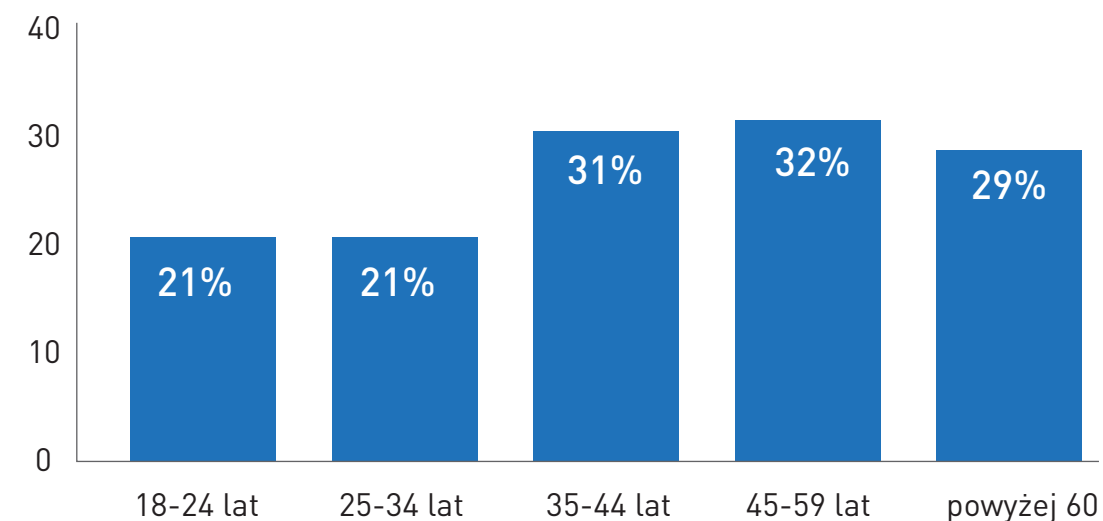
Ważność atmosfery w pracy



Ważność podejścia przetożonego



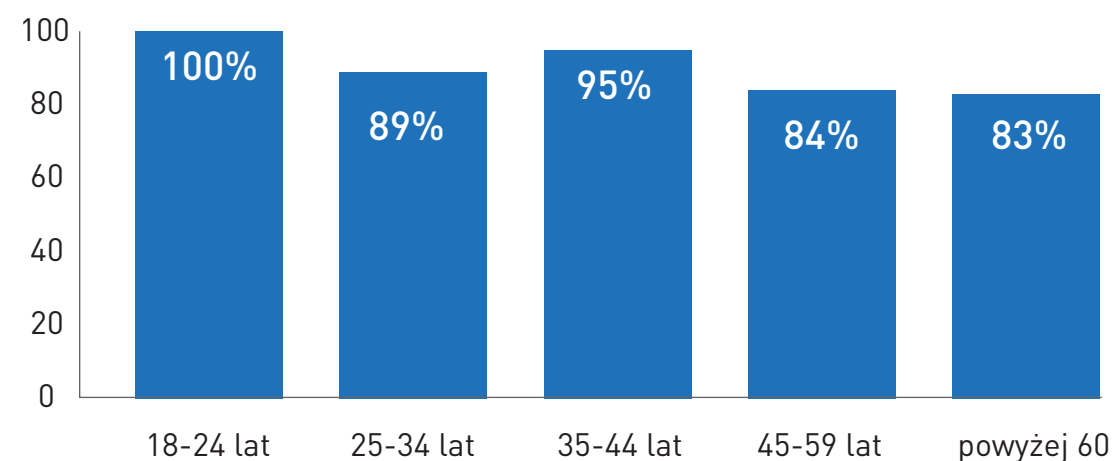
Ważność rzetelności i profesjonalizmu



RÓŻNE POKOLENIA

różne potrzeby

Ważność rozwoju osobistego
- łączne wskazania na bardzo ważny i ważny



Izabela Pipka

Dyrektor HR, Benefit Systems

- Na rynku pracy pojawiają się przedstawiciele kolejnych pokoleń, których podejście do pracy, rozwoju oraz życia, a także oczekiwania różnią się diametralnie od podejścia ich starszych współpracowników. To wielkie wyzwanie dla pracodawców i działów HR, by dostosować politykę firmy do coraz większej różnorodności. Badanie Dialog Generacji pokazało, że zatrudniając przedstawicieli pokolenia Baby Boomers musimy pamiętać, że dla nich ważne są przede wszystkim wynagrodzenie, atmosfera w pracy oraz stabilność zatrudnienia. Młodszy reprezentujący pokolenie X będą bardziej zwracać uwagę na wynagrodzenie, atmosferę w pracy oraz różnorodność i atrakcyjność zadań w pracy. Sytuacja zmienia się jednak przy pokoleniu Y. Ceni ono – podobnie jak pokolenie X – wynagrodzenie, ale ważna jest dla nich również możliwość rozwoju i szkoleń, a także atmosfera pracy. Natomiast dla najmłodszego pokolenia pracowników – zwanego m.in. pokoleniem C lub Z, istotna jest atmosfera pracy, możliwość rozwoju oraz interesująca praca. Z raportu przygotowanego przez Fundację Akademia Liderów wynika, że to pokolenie nie wiąże się na stałe z pracodawcą, częściej niż inni myśli o własnej działalności, chce awansować i być sobą. Nie dziwią zatem zmiany, które wprowadzają pracodawcy w swoich firmach – większe nastawienie na rozwój, atmosferę, zdrowie pracowników, ciekawe i inspirujące benefity, pokoje relaksu czy drzemki w pracy.

**MOTYWACJA
A RÓŻNORODNOŚĆ**
pracowników

MOTYWACJA A RÓŻNORODNOŚĆ

pracowników

Dobrze zmotywowani i zaangażowani pracownicy to dla firmy szansa na osiągnięcie najlepszych rezultatów. Jak wynika z badań Instytutu Gallupa, wyższe zaangażowanie pracowników może się przełożyć nawet na trzy razy większe zyski w porównaniu z firmami, w których pracują osoby mało zaangażowane. Odpowiednio stymulowany zespół jest więc bardzo ważny i może znacząco wpłynąć na sukces firmy. W jaki sposób go motywować, kiedy potrzeby pracowników różnią się od siebie?

Millenialsi nie chcą po prostu robić tego, co powie im szef, tylko dlatego, że pełni on naczelną funkcję w firmie. O ile pokolenie X charakteryzuje wypełnianie poleceń przełożonego, które owocuje awansem albo podwyżką, o tyle lgreki oczekują od szefów równego traktowania i motywacji zewnętrznej (jest to ważne aż dla 35% badanych w wieku 18-24 lat). Millenialsi chcą się angażować, podejmować wyzwania, dlatego pracodawcy muszą szukać rozwiązań, które z tradycyjnych zadań uczynią zawodową przygodę.

Jednym ze sposobów wpływania na najmłodsze pokolenie pracowników są specjalne systemy, które dzięki różnorodnej ofercie trafiają w indywidualne potrzeby zarówno Millenialsów jak i pozostałych grup pracowników. - Takim programem jest MultiBenefit, który jest dobrym rozwiązaniem dla firm zatrudniających pracowników reprezentujących różne pokolenia i oczekiwania, jednocześnie zainteresowanych wdrożeniem atrakcyjnego rozwiązania z zakresu świadczeń pozapłacowych, które przynosi pracownikom realne korzyści, głównie oszczędności w życiu codziennym. MultiBenefit to nowoczesne rozwiązanie, w którym pracodawca opłaca pracownikom jedynie dostęp do platformy, natomiast pracownicy z własnych środków mogą kupować atrakcyjne oferty, które pozytywnie wpływają na ich budżet miesięczny. MultiBenefit to narzędzie do motywowania, które daje szansę strategicznej realizacji celów działów HR, zaspokajając indywidualne potrzeby pracowników i zwiększając siłę nabywczą ich wynagrodzeń – mówi Iwona Grochowska, dyrektor ds. rozwoju produktów w spółce MultiBenefit (Grupa Benefit Systems)

Profesjonalne programy motywacyjne to szansa odniesienia wielowymiarowych korzyści. Dzięki pozapłacowym motywatorom pracownicy zyskują nieograniczony dostęp do atrakcyjnych, wszechstronnych ofert. Dla firm oferowanie takiego dodatku do wynagrodzenia to szansa budowania pozytywnego wizerunku na rynku pracy, opartego na społecznej odpowiedzialności. Działy HR mogą dzięki systemom motywacyjnym realizować firmową politykę (m.in. Work Life Balance) i budować poprzez nią zaangażowanie i lojalność pracowników.

