NUVALU SW RESEARCH

Badanie love your work

Za co Polacy kochają swoją pracę i dlaczego to nie tylko pieniądze?

Pokochaj swoją pracę

Warunkiem sukcesu firm jest umiejętność zbudowania i utrzymania zespołu wartościowych pracowników. Kluczowe znaczenie ma poziom ich satysfakcji z pracy – tylko zadowoleni pracownicy będą skłonni faktycznie zaangażować się na rzecz realizacji celów organizacji. Dlatego postanowiliśmy zbadać, co ma wpływ na satysfakcję z pracy i jakie czynniki sprawiają, że pracownicy kochają swoją pracę. Mam nadzieję, że wyniki badania Love Your Work staną się inspiracją dla menedżerów - wskazują na najważniejsze aspekty, o które powinno się zadbać chcąc podnieść poziom zadowolenia z pracy. **Mają one dość nieoczywisty charakter – tym bardziej są interesujące!** Zachęcam do lektury raportu z badania"

Łukasz Wasilewski
CEO Nuvalu

Cel badania:

Głównym celem badania było poznanie aktualnych warunków i różnorodnych aspektów miejsca pracy w ocenie pracowników w celu poprawy obecnego standardu

Metoda badawcza:

Wywiady on–line (CAWI) na panelu internetowym SW Panel

Próba badawcza:

W ramach badania przeprowadzono 800 ankiet ze zróżnicowaną próbą pracowników biurowych

Respondent:

Osoby pracujące w biurach, z firm powyżej 40 pracowników, pracujący stacjonarnie lub hybrydowo (min. 10 dni w miesiącu w biurze), w wieku powyżej 20 lat

Jaki jest wzór na miłość? Główne wnioski

-11

Polecamy (alarmująco!) nie za mocno

- 11 to poziom eNPS (Employee Net Promoter Score) w przebadanych polskich firmach (skala -100 do +100)*

3

Niespodziewane (?) podium

3 czynniki, które najsilniej wpływają na Miłość do pracy to: „Warunki materialne", „Ocena emocjonalna biura" oraz „Praca zespołowa"

73%

Zdecydowanie odpowiedzialni

73% uważa, że firmy powinny być bardziej odpowiedzialne społecznie i dbać o środowisko

12%

Duże pole do poprawy

12% osób nie ma odpowiednich warunków, aby skupić się na wykonywanych zadaniach

-16

Kochamy jeszcze słabiej

- 16 to poziom wskaźnika Love Your Work (skala 100 do +100) liczonego wg Metodologii NPS

-2

Kobiety kochają mocniej

-2 wynosi wartość „t"** dla płci mężczyzna ze wskaźnikiem Love Your Work

51%

Niezdecydowanie dumni

51% tylko (?) połowa badanych uważa, że ich biuro jest prestiżowe

* ze względu na spójność całego kwestionariusza posłużono się skalą 1-10 zamiast częściej wykorzystywaną 0 10.

** definicja - **statystyka „t"** - na stronie 9

Stan podwyższonego ryzyka – okiem eksperta

Interpretacja wyników w przypadku takich badań jest zawsze trudna. Z jednej strony możemy powiedzieć, że stosunkowo duży odsetek badanych (25%) zdecydowanie deklaruje, że poleciłby znajomemu swojego pracodawcę. Taki sam odsetek (25%) poleciłby swojemu znajomemu biuro, w którym pracuje.

	1 2 3 4 5 6	7 8	9 10	Poziom satysfakcji
Polecił(a)bym biuro	35%	40%	25%	-11%
Polecił(a)bym pracodawcę	37%	38%	25%	-12%
Kocham swoją pracę	45%	35%	20%	-25%
	detractors	neutral	promoters	

love your work

Perspektywa zmienia się diametralnie, kiedy przełożymy do tych wyników zweryfikowaną wcześniej teorię i metodologię analizy wyników. W tym przypadku będzie to klasyczny eNPS. Employee Net Promoter Score (eNPS) jest wariantem wykorzystania wskaźnika NPS (Net Promoter Score) do pomiaru lojalności i zadowolenia pracowników. Wskazuje on w ogólny sposób, jak firma postrzegana jest przez zatrudnionych i czy osoby zatrudnione są jej dobrymi ambasadorami na rynku pracy. Liczymy go poprzez odjęcie głosów negatywnych (1-6) od pozytywnych (9-10). Neutralne (7-8) są pomijane. Jeżeli otrzymane tutaj wyniki potwierdzą się w kolejnych badaniach, to mamy jako osoby zarządzające naprawdę dużo pracy przed sobą. -11 to wynik wśród przebadanych Polskich pracowników, podczas gdy najlepsze firmy oscylują w granicach 80-90 punktów dodatnich!

Kinga Rudolf
dyrektor d.s. HR, Nuvalu Polska

Metodologia badania

W jaki sposób opracowaliśmy pytania do kwestionariusza

Zespół agencji badawczej SW Research przeprowadził 800 wywiadów online (CAWI) na zróżnicowanej, ogólnopolskiej próbie pracowników biurowych z firm zatrudniających powyżej 40 osób, pracujących stacjonarnie lub hybrydowo (minimum 10 dni w miesiącu w biurze).

Na etapie analizy wyników wykorzystano szeroki wachlarz analiz statystycznych. Klasyczną analizę korelacji wzbogacono o analizę regresji oraz mediacji i moderacji, dzięki której zaproponowano model ścieżkowy. Ponieważ w badaniu zajmowano się relacją między tzw. konstruktami, czyli obiektami niemierzalnymi bezpośrednio, konieczne było zastosowanie procedury skalowania, w szczególności analizy czynnikowej. Jakie pytania zostały poddane analizie? Na kwestionariusz, poza metryczką, złożyły się **4 główne obszary**

1 **przykładowe pytania dot. kapitału społecznego**

- rozwiązywanie konfliktów
- sprawiedliwy podział pracy

2 **przykładowe pytania dot. miejsca pracy**

- odpowiednia temperatura w biurze
- udogodnienia w okolicy biura

tematyczne: ocena miejsca pracy, ocena pracodawcy, kapitał społeczny w miejscu pracy oraz atmosfera w zespole. Na każdy z nich składa się od 15 do 30 szczegółowych pytań z odpowiedziami w skali 5 i 10-stopniowej. W trakcie definiowania wyżej wymienionych obszarów oraz opracowaniu kwestionariusza inspirowano się wcześniejszymi analizami socjologicznymi, m.in. badaniami "Copenhagen Psychosocial Questionnaire" (Herman Burr et al.,2019)[1], "Psychometric Assessment of a Scale to Measure Bonding Workplace Social Capital" (Hisashi Eguchi et al., 2017)[2] oraz "Employee Satisfaction With Working Space and its Association With Well-Being - a Cross-Sectional Study in a Multi-Space Office" (Sirpa Lusa et al., 2019)

3 przykładowe pytania dot. pracodawcy

skłonność do polecenia

ścieżka kariery

4 przykładowe pytania dot. atmosfery w pracy

dobra atmosfera pracy

dopasowany zespół

Nota metodologiczna. W naszym badaniu nieznacznie zmodyfikowaliśmy najczęściej używany model eNPS.

1. Wskaźnik jest mierzony na 11-stopniowej skali (od 0 do 10), w naszym badaniu zastosowaliśmy skalę 10 stopniową, od 1 do 10.
2. Pytania nie były zadane w tradycyjny dla NPS sposób, tzn.np. „W jakim stopniu był(a)byś skłonna/y polecić biuro w swojemu znajomemu?" Oceń na skali: skala od 0 – na pewno bym nie polecił(a), do 10 – na pewno bym polecił(a); tylko jako ocena stwierdzeń tzn. np. "W jakim stopniu zgadzasz się ze stwierdzeniem: Polecił(a)bym swojego pracodawcę znajomemu / znajomej ?" Powyższe zmiany wymagają odnotowania, natomiast nalezy również podkreslić, że w metodologii NPS toczy się dyskusja I dopuszcza się dalej idące zmiany jak np. zadawanie pytań na skali 0-5 czy 1-5 etc.

Metodologia badania

Wskaźnik Love Your Work

Jakie zmienne określały samą miłość do pracy? W tym przypadku ankietowani byli pytani wprost o skłonność do polecenia swojego pracodawcy (popularny aktualnie indeks Employee Net Promoter Score - eNPS), swojego biura oraz wyrażoną wprost miłość do pracy (czyli ustosunkowanie się do stwierdzenia "Kocham swoją pracę"): Polecił(a)bym swojego pracodawcę znajomemu / znajomej (employee NPS); Polecił(a)bym swojemu/ej znajomemu / znajomej biuro, w którym pracuję; Kocham swoją pracę. Pomimo odmiennej tematyki i genezy tych pytań wykazują one bardzo silną korelację. Dlatego w dalszych analizach, szukając odpowiedzi na przyczyny i powody "miłości do pracy", posłużono się zagregowanym wskaźnikiem bazującym na tych właśnie trzech pytaniach (alfa Cronbacha = 0,9)*, a nie tylko i wyłącznie jednym pytaniu. **Zagregowane odpowiedzi na wymienione wczesniej 3 pytania określone zostały jako wskaźnik Love Your Work.**

Alfa Cronbacha

Obliczanie rzetelności za pomocą miary Alfa Cronbacha opiera się na korelacjach między poszczególnymi zmiennymi. Przyjmuje wartości z zakresu 0-1, przy czym im wyniki są bliższe 1, tym skala ma wyższą rzetelność. W badaniach psychometrycznych przyjmuje się, że wyniki powyżej 0,7 oznaczają zadowalającą rzetelność skali.

Metodologia badania

Wskaźnik Love Your Work

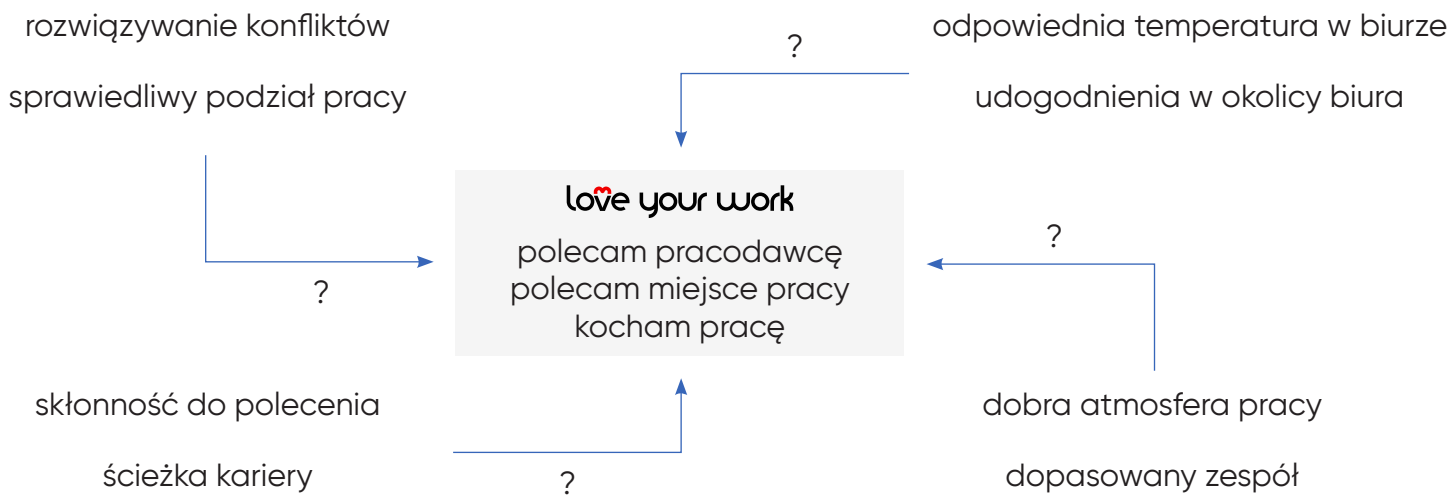
W dalszej części raportu zostaną wskazane **obszary, które mają największy wpływ na wskaźnik Love Your Work.** Zostały one wyodrębnione na podstawie analizy czynnikowej – metody statystycznej pozwalającej na pogrupowanie dużej liczby zmiennych - pytań z ankiety - w konkretne podgrupy.

Analiza czynnikowa – metoda statystyczna, której celem jest opisanie zależności między zaobserwowanymi, skorelowanymi zmiennymi przy pomocy możliwie najmniejszej liczby zmiennych nieobserwowanych, nazywanych czynnikami bądź faktorami, które są wzajemnie nieskorelowane. Prekursorem analizy czynnikowej był Charles Spearman.

Zmienne obserwowane są następnie modelowane jako suma odpowiednich kombinacji liniowych nowych zmiennych nieobserwowanych oraz błędu pomiaru (zob. biały szum).

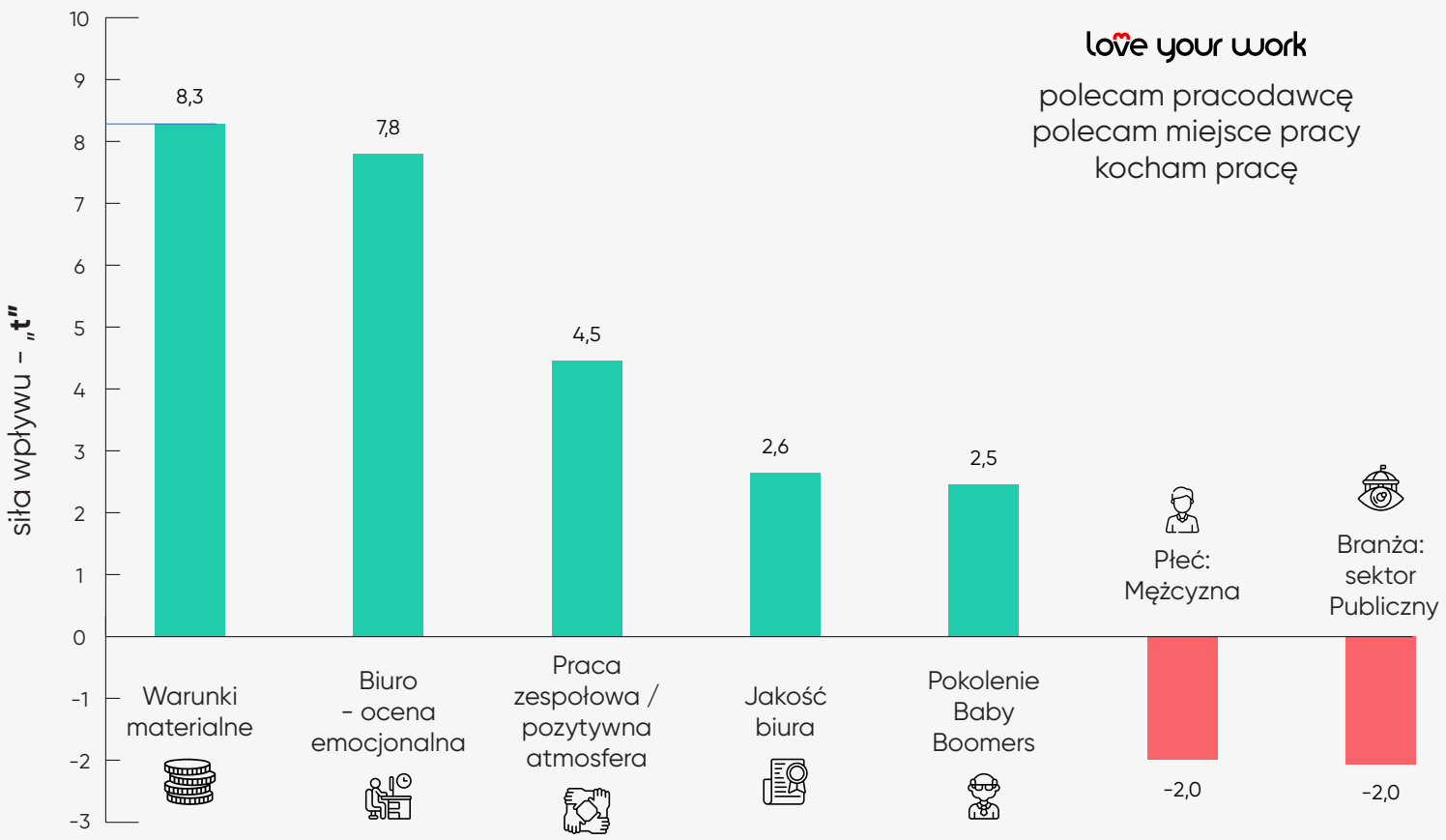
Analiza czynnikowa jest powszechnie używana w biologii, psychologii (przy analizie struktury zjawisk badanych przez narzędzia kwestionariuszowe), marketingu, teorii decyzji oraz innych dziedzinach wiedzy.

Które z pytań wpływają na LYW i jakie tworzą grupy?



Love Your Work – wyniki

Jakie czynniki maja najsilniejszy wpływ na satysfakcję z pracy?



Po przeprowadzeniu analizy okazało się, że najsilniejszą, bezpośrednią relację („t" = 8,3) ze wskaźnikiem Love Your Work ma wyodrębniony (w ramach analizy czynnikowej) czynnik „warunki materialne", a na kolejnych miejscach znalazły się ocena emocjonalna biura oraz pozytywna atmosfera. Na kolejnych stronach znajduje się dokładny opis tych czynników.

Statystyka „t" powstaje na podstawie testowania różnic średnich wyników w dwóch grupach. Znak dodatni/ujemny – jeżeli statystyka 't' jest dodatnia oznacza to, że związek pomiędzy daną zmienną a zmienną zależną jest pozytywny, tj. jeśli rośnie wynik na zmiennej wyjaśniającej, rośnie też wynik na zmiennej zależnej. Minus z kolei mówi o zależności odwrotnej – im wyższy wynik na zmiennej wyjaśniającej, tym niższy wynik na zmiennej zależnej.

Ebranding jak puzzle

Budowanie strategii ebrandingowej jest jak składanie puzzli, wszystkie elementy muszą do siebie pasować. Dopiero po złożeniu tych klocków możemy zobaczyć efekt naszej pracy. Z marką pracodawcy jest tak samo. Kawałek po kawałku odsłaniamy firmę, by w końcu pokazać, jacy jesteśmy. I tu podstawowa sprawa, bądźmy szczerzy i naturalni, w innym wypadku narażamy się na śmieszność. Nie oszukujmy się także w innej sprawie - dobra pensja ma największe znaczenie dla pracowników. Pieniądze dają stabilizację i poczucie bezpieczeństwa, pozwalają się rozwijać i szkolić.

Oczywiście sama fama, że płacimy dobrze nie wystarczy, by skutecznie przyciągnąć i zatrzymać najlepsze talenty. Pracownicy chcą czegoś więcej niż tylko pieniędzy. W pracy spędzamy sporo czasu, dlatego tak istotne jest, by było zwyczajnie przyjemnie. Zawsze lepiej pracuje się w przyjaznej atmosferze.

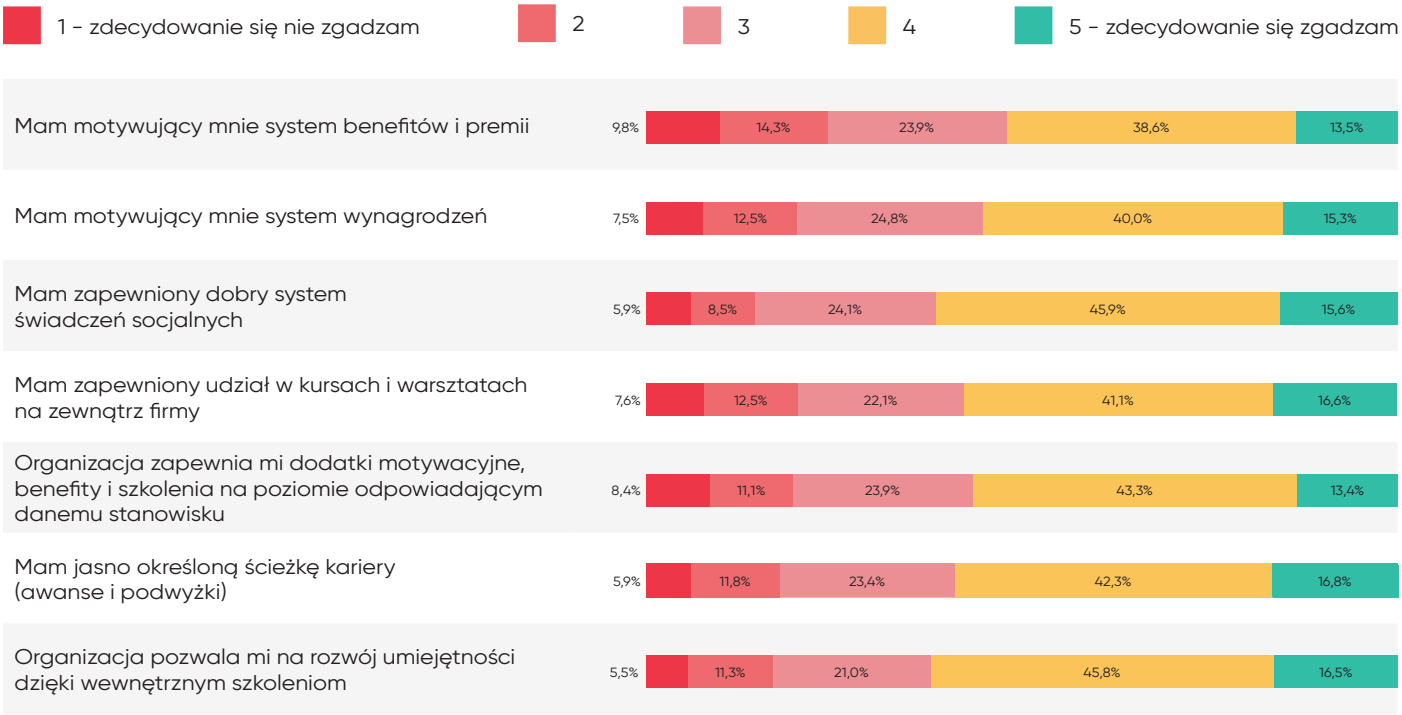
Rafał Kerger
Grupa PTWP S.A.

Warunki materialne

Co kryje się za tym określeniem? Oczywiście pieniądze, ale nie tylko. **Oprócz wynagrodzenia, systemu benefitów i premii oraz poczucia stabilności finansowej to również m.in. dostęp do szkoleń i kursów.** Wszystkie te elementy połączone w ramach jednej kategorii mają największe znaczenie, co nie dziwi – są one związane z wynagrodzeniem, a co za tym idzie, bezpieczeństwem i statusem materialnym.

Przykładowe pytania składające się na czynnik „Warunki materialne"

Zaznacz na skali od 1 do 5 w jakim stopniu zgadzasz się z następującymi stwierdzeniami.



Chcesz zmierzyć poziom love your work w swojej firmie?

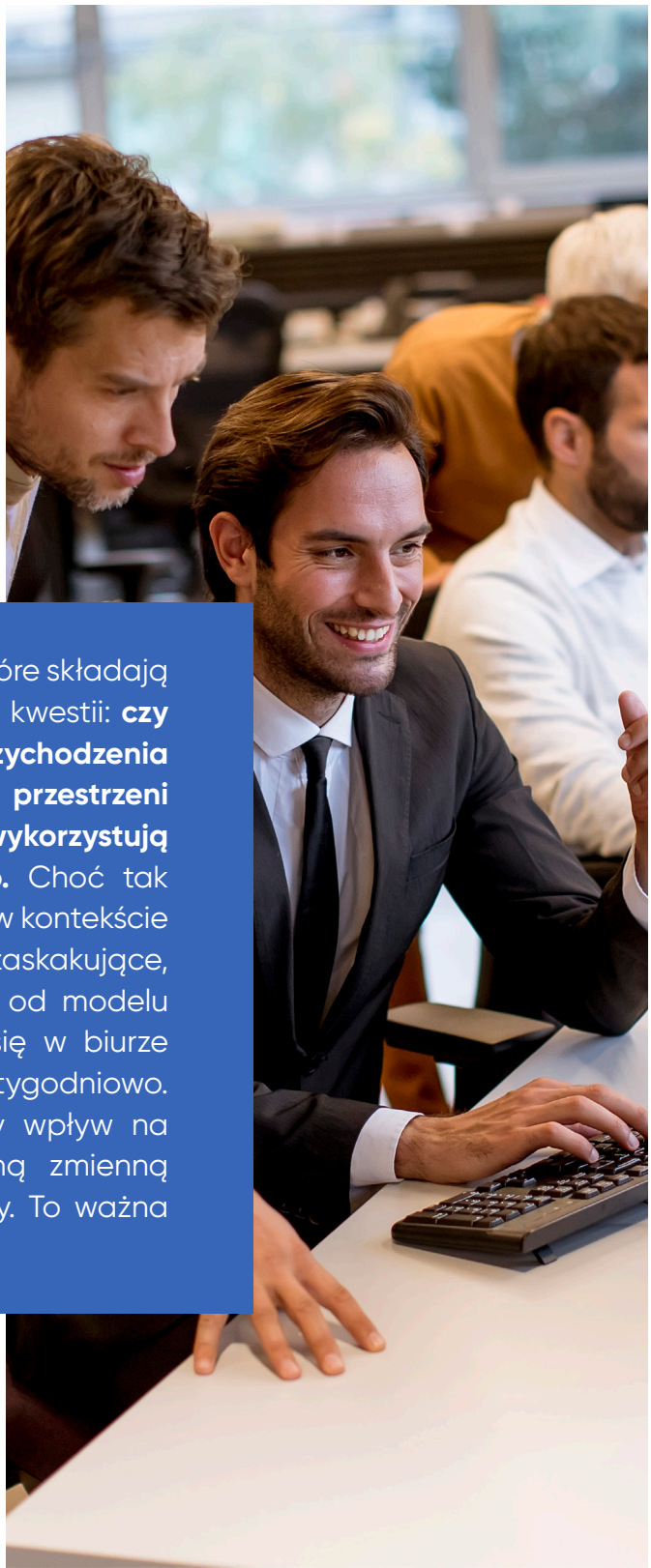
Porozmawiajmy

Marlena Dubińska, Nuvalu

Emocjonalny stosunek do biura

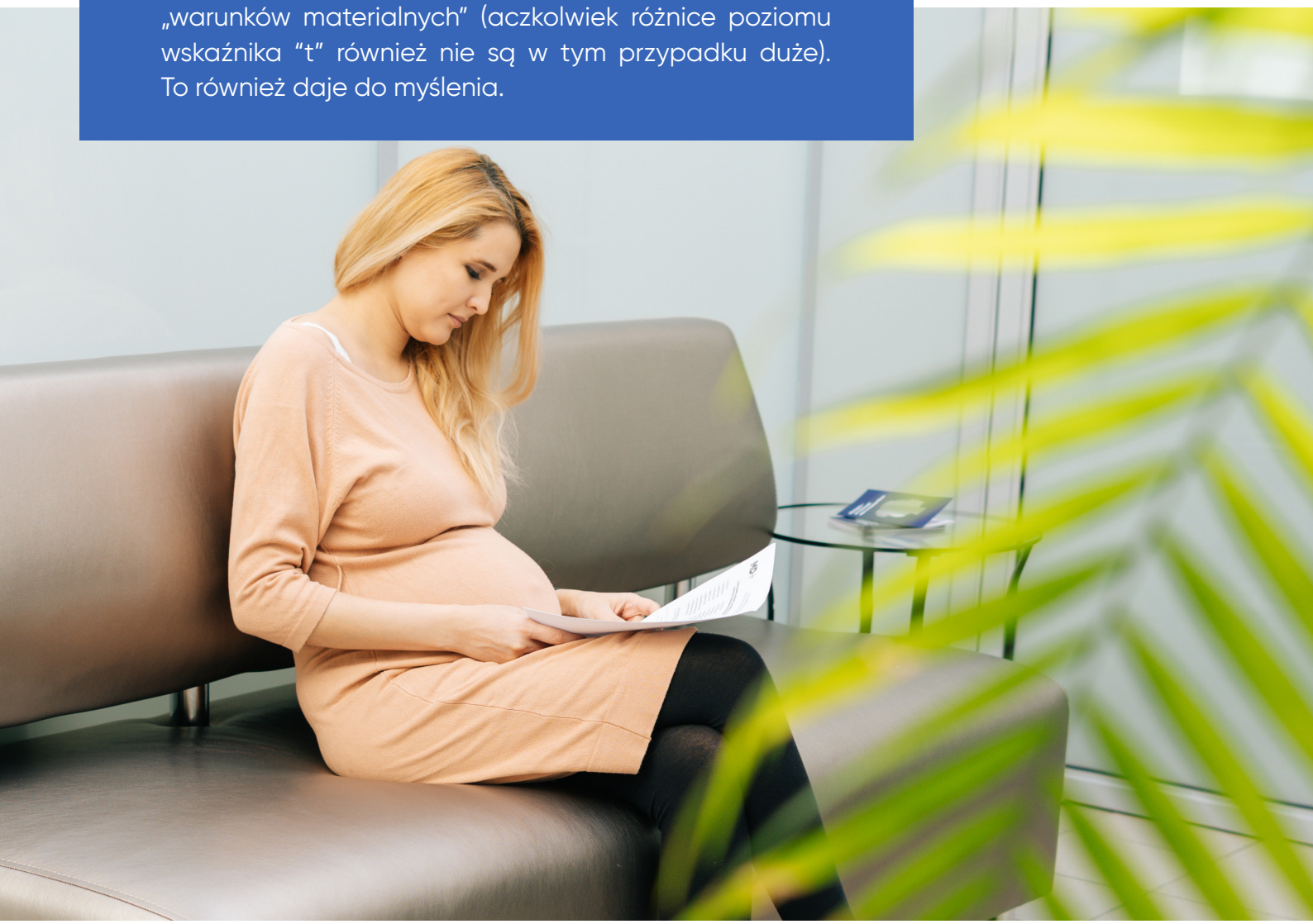
Co zastanawiające, na drugim miejscu wśród czynników mających największy wpływ na satysfakcję z pracy znalazł się czynnik **„emocjonalna ocena biura"** („t" = 7,8 – to wynik bardzo zbliżony do wyniku dla „warunków materialnych", które zajęły pierwszą lokatę).

Oznacza on subiektywne odczucia związane z biurem – to, jak wpływa ono na nastrój i samopoczucie pracownika.



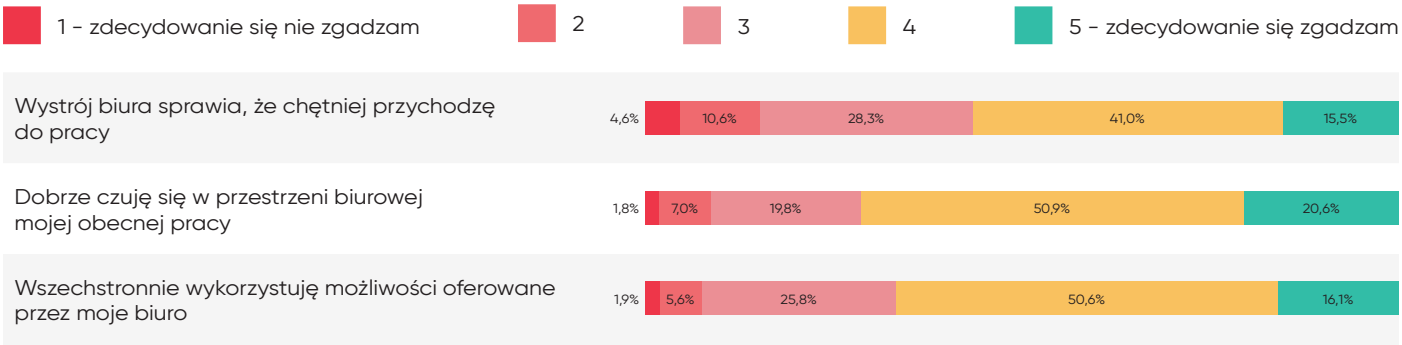
Pytania wyodrębnione w ramach analizy, które składają się na ten czynnik, dotyczą następujących kwestii: **czy wystrój biura zachęca pracowników do przychodzenia do pracy, czy dobrze czują się oni w przestrzeni biurowej oraz czy wszechstronnie wykorzystują możliwości, jakie zapewnia im ich biuro.** Choć tak wysokie miejsce emocjonalnej oceny biura w kontekście wskaźnika Love Your Work jest dość zaskakujące, to wydaje się zrozumiałe – w zależności od modelu pracy (hybrydowa/stacjonarna) spędza się w biurze od kilkunastu do kilkudziesięciu godzin tygodniowo. Jakość tej przestrzeni ma więc kluczowy wpływ na samopoczucie pracowników i jest ważną zmienną w ogólnej ocenie ich zadowolenia z pracy. To ważna wskazówka dla pracodawców.

Co ciekawe, gdy zestawimy „emocjonalny stosunek do biura" z jednym z trzech komponentów wskaźnika LYW – pytaniem „kocham swoją pracę" – **jego znaczenie jeszcze bardziej rośnie.** Pracownicy pytani o miłość do pracy stawiają go na pierwszym miejscu, wyżej od „warunków materialnych" (aczkolwiek różnice poziomu wskaźnika "t" również nie są w tym przypadku duże). To również daje do myślenia.



Pytania składające się na czynnik „Emocjonalny stosunek do biura"

Zaznacz na skali od 1 do 5 w jakim stopniu zgadzasz się z następującymi stwierdzeniami.



Serce i rozum

„Pandemia COVID-19, mimo niedawnego wygaśnięcie, niewątpliwie zaznaczyła swój ślad w postaci nowych doświadczeń pracowników, związanych z pracą zdalną czy hybrydową. Powstał nowy pryzmat patrzenia na dominujący wcześniej tryb pracy w biurze. Zrealizowane badania pokazuje, że miejsce pracy jest ocenianie przez pracowników na wielu wymiarach. To więcej niż tylko fizyczna przestrzeń czy stanowisko pracy. Okazuje się, że biuro, w zależności od tego jak jest zorganizowane, może być albo katalizatorem albo inhibitorem istotnych procesów grupowych. Takim procesem jest np. praca zespołowa czy komunikacja między pracownikami - badanie pokazuje, że ten czynnik jest kluczowy, aby pracownik nawiązał emocjonalną relację ze swoim miejscem pracy. Co istotne, w badaniu to właśnie aspekt emocjonalny (nastawienie, nastrój, oczekiwania) biura okazał się równie ważny, co jego aspekt fizyczny (wyposażenie, sprzęt, umeblowanie itd.)."

SW RESEARCH

Piotr Zimolzak
SW RESEARCH

Emocjonalny stosunek do biura

Ogromna zmiana jaka w ostatnich latach nastąpiła na polskim rynku pracy, to z pewnością tryb w jakim praca może być wykonywana. Rok 2020 oraz kolejne pokazują, że pracownik biurowy jest w stanie wykonywać zdalnie powierzone przez pracodawcę zadania. Poruszając się w projektach przestrzeni biurowych oraz mieszkalnych to przeniesienie stało się bardzo wyraźne a słowo „biurko do pracy" nabrało nowego znaczenia. Czy zatem stanowisko pracy znajdujące się w domu daje takie same możliwości jakie daje biuro? W jaki sposób pracodawca może, bądź powinien odnieść się do tej kwestii?

Coraz więcej firm stara się zapewnić swoim pracownikom miejsca pracy, które sprzyjają emocjonalnemu związaniu się z firmą. Wpływ na pozytywne odczucia mają czynniki, takie jak: dopasowana do potrzeb przestrzeń biurowa, ergonomiczne stanowiska pracy, zieleń i dekoracje, dbanie o kulturę oraz atmosferę w danej organizacji. Wiele firm inwestuje w stworzenie biur, które są bardziej przyjazne dla pracowników i dają im większą swobodę w kształtowaniu ich najbliższego otoczenia od biurka, przy którym pracują.

Emocjonalny stosunek do biura jest ważny również dla samych pracowników. Spędzają oni bowiem większość swojego czasu w pracy, więc jest to dla nich ważne miejsce, w którym chcą czuć się dobrze i wygodnie. Po drugie, emocjonalny stosunek do biura może wpłynąć na pozytywne postrzeganie współpracowników firmy, kolegów i kierownictwa, co z kolei może przełożyć się na ich zadowolenie z pracy.

Wnioski z badań jasno wykazują, że pracownicy, którzy odczuwają silny emocjonalny związek z biurem, są bardziej zadowoleni z pracy i z większym zaangażowaniem wykonują swoje obowiązki zawodowe. Częściej podejmują też dodatkowe wysiłki na rzecz firmy i są bardziej lojalni wobec pracodawcy. Ważną wskazówką dla pracodawcy - wynikającą z badania – jest zwrócenie uwagi na aspekty emocjonalne związane z miejsce pracy dla budowania pozytywnego i długotrwałego związku z pracownikami a tym samym zamiany przez nich domowego biura na te które zapewnia firm, w której są zatrudnieni.

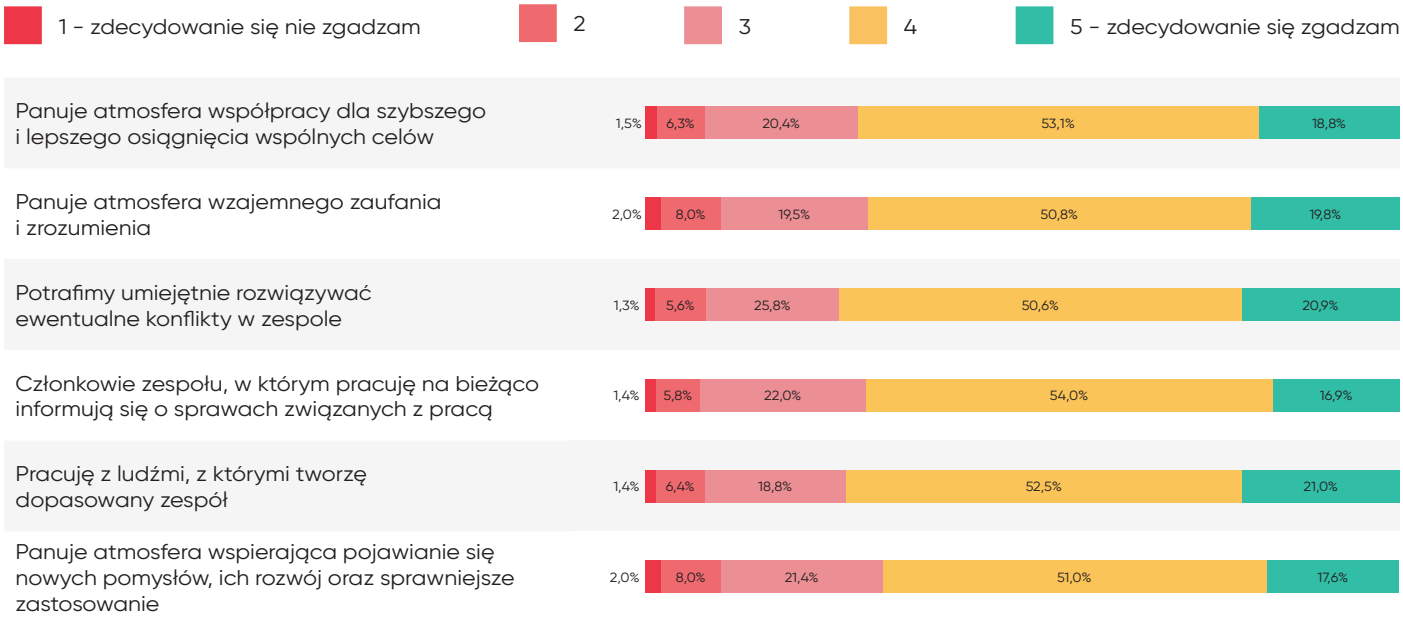
Kamil Strzyżewski
Architekt

Atmosfera i relacje z współpracownikami

Podium wpływu na LYW zamyka czynnik **„praca zespołowa i pozytywna atmosfera"** ze wskaźnikiem „t" = 4,5. Pytania wyodrębnione w ramach analizy, które składają się na ten czynnik dotyczą, m.in. atmosfery współpracy, zaufania i zrozumienia w firmie oraz dobrej atmosfery pomiędzy współpracownikami. Wszystkie te aspekty mają kluczowy wpływ zarówno na samopoczucie w pracy, jak i efektywność jej wykonywania. To ważne wyzwanie zarówno dla menedżerów, jak i działów HR w organizacjach.

Przykładowe pytania składające się na czynnik „Atmosfera i relacje"

Zaznacz na skali od 1 do 5 w jakim stopniu zgadzasz się z następującymi stwierdzeniami.



Chcesz zmierzyć poziom love your work w swojej firmie?

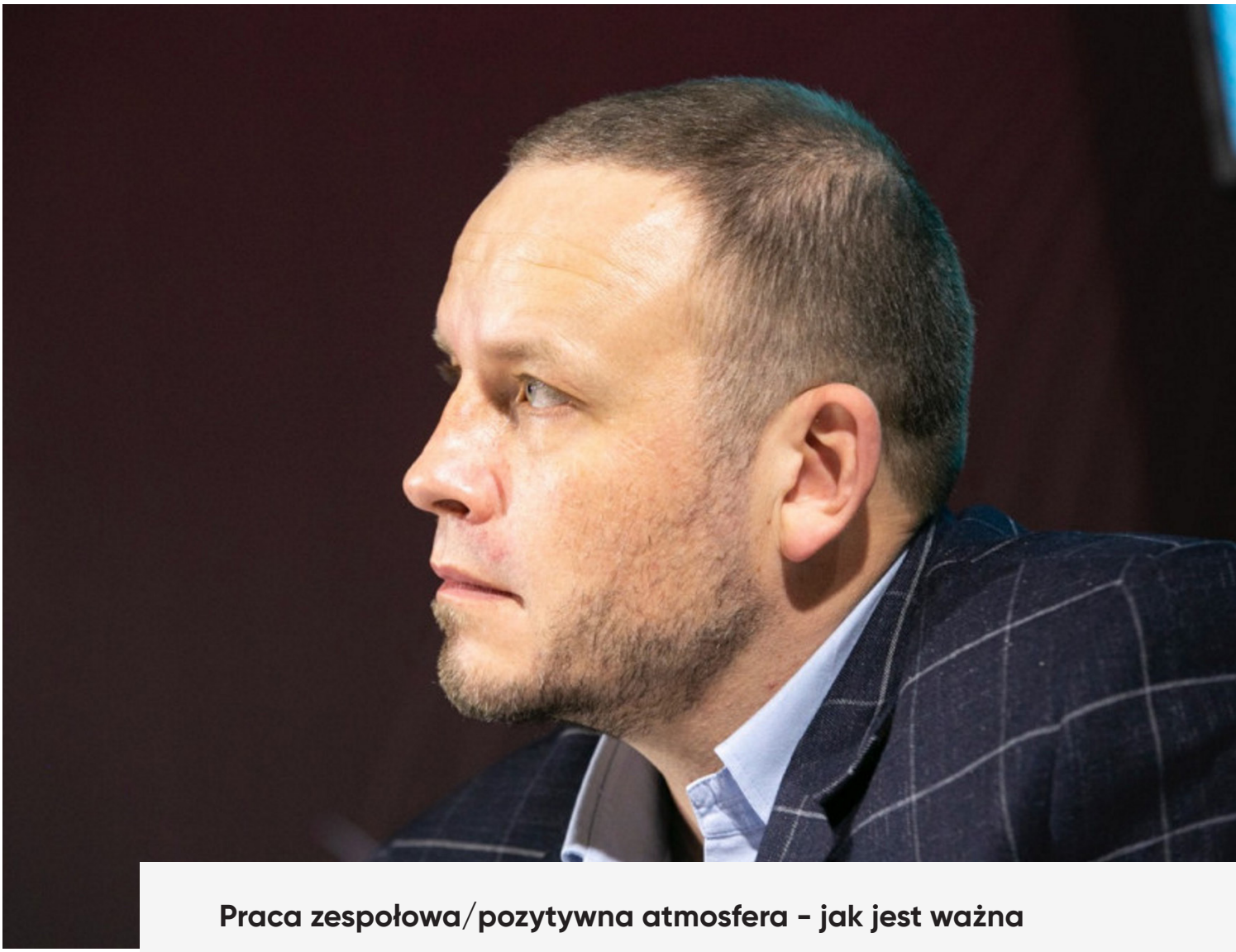
Porozmawiajmy

Marlena Dubińska, Nuvalu

W zespole siła

Praca zespołowa i pozytywna atmosfera znalazły się na trzecim miejscu czynników, które najbardziej wpływają na stosunek do pracy. To może być zaskakujące, ale zwróćmy uwagę, że na drugiej pozycji podium uplasowało się emocjonalne podejście do biura. To zmienna, która niewątpliwie łączy się z pracą w zespole i atmosferą, doświadczanymi najczęściej właśnie w miejscu wspólnego wykonywania obowiązków. Tymczasem w pandemii nieco odzwyczailiśmy się od działania w grupie. Jak wynika z danych GUS, z domu pracowało wtedy 6,9% osób, a w regionie warszawskim nawet co 6. osoba. W branży IT te statystyki obecnie są znacznie wyższe i sięgają nawet trzech czwartych pracowników. Najnowsze dane Deloitte wskazują, że najbardziej preferowany model wykonywania obowiązków przez pracowników różnych branż to 2 dni z biura i 3 dni z domu. Mimo że taki schemat zazwyczaj się sprawdza, to pracodawcy zabiegają o jak najczęstsze spotkania w biurze, żeby podnosić efektywność zespołów. Także pracownicy coraz częściej poszukują sposobów na wyjście z domu, na co odpowiedzią są m.in. rozwijające się coworkingi. Można więc prognozować, że w miarę jak przyspieszać będą powroty do biur, rosnąć będzie znaczenie pracy zespołowej i pozytywnej atmosfery w ogólnej ocenie swojej pracy przez pracowników.

Kinga Marczak
General Manager w HRS-IT



Praca zespołowa/pozytywna atmosfera - jak jest ważna

Umiejętność pracy w zespole to cecha, którą znajdziemy na liście wymagań stawianych przez firmy w niemal każdym ogłoszeniu o pracę. Nie ma co się temu dziwić. Przedsiębiorstwa zdały sobie sprawę, że zgrany zespół może więcej, więcej osób to więcej pomysłów, to możliwość poproszenia kolegi o poradę, ocenę pomysłu i uzyskanie cennej wskazówki.

Atmosferę w zespole budują osoby otwarte, zdolne do współpracy, kompromisu, rozwiązywania konfliktów czy dzielenia się obowiązkami, zorientowane na wspólny cel. **Zespoły nie są jednak tylko dla nich, nowoczesne i najbardziej skuteczne są dziś neuroróżnorodne.**

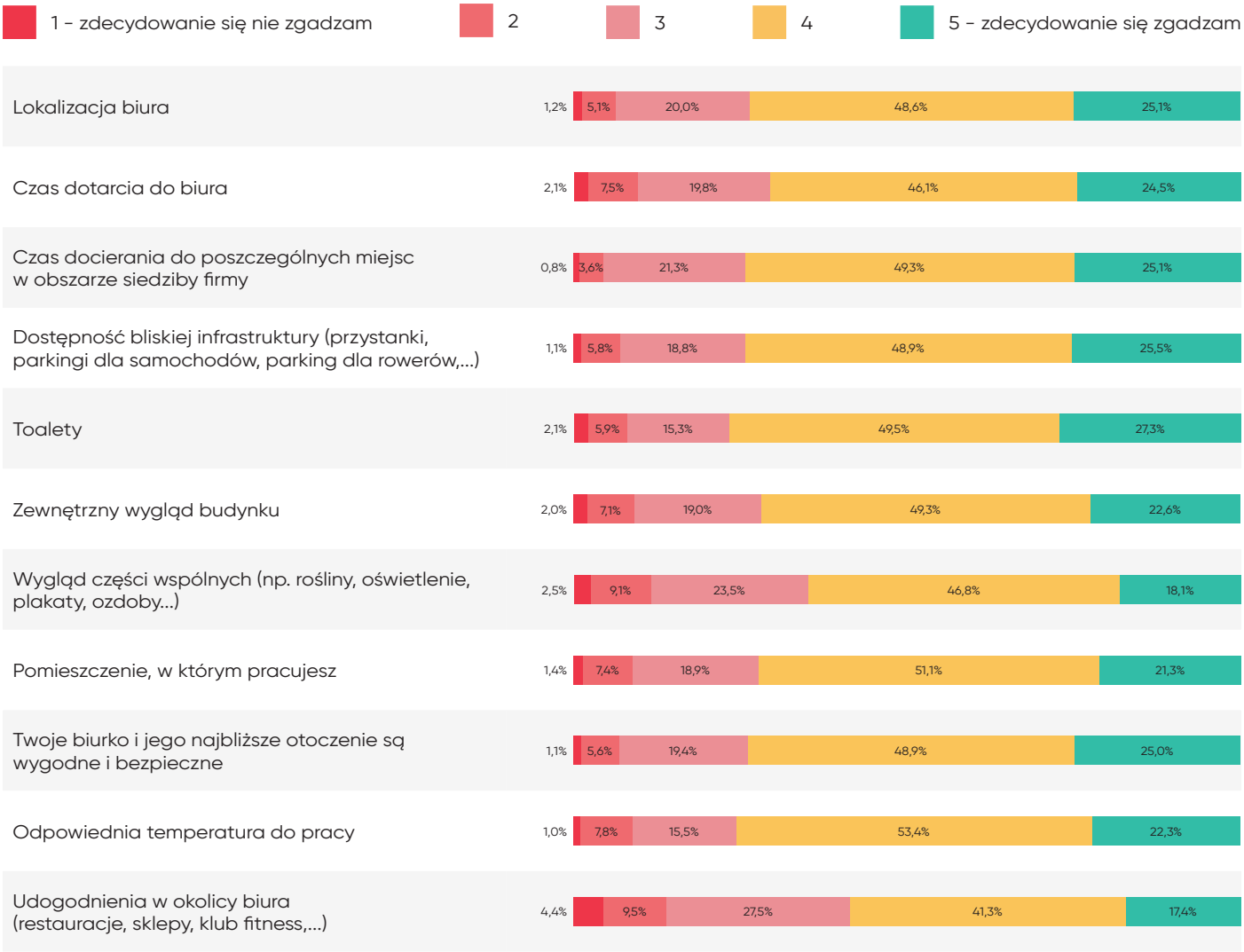
Rafał Kerger
Grupa PTWP S.A.

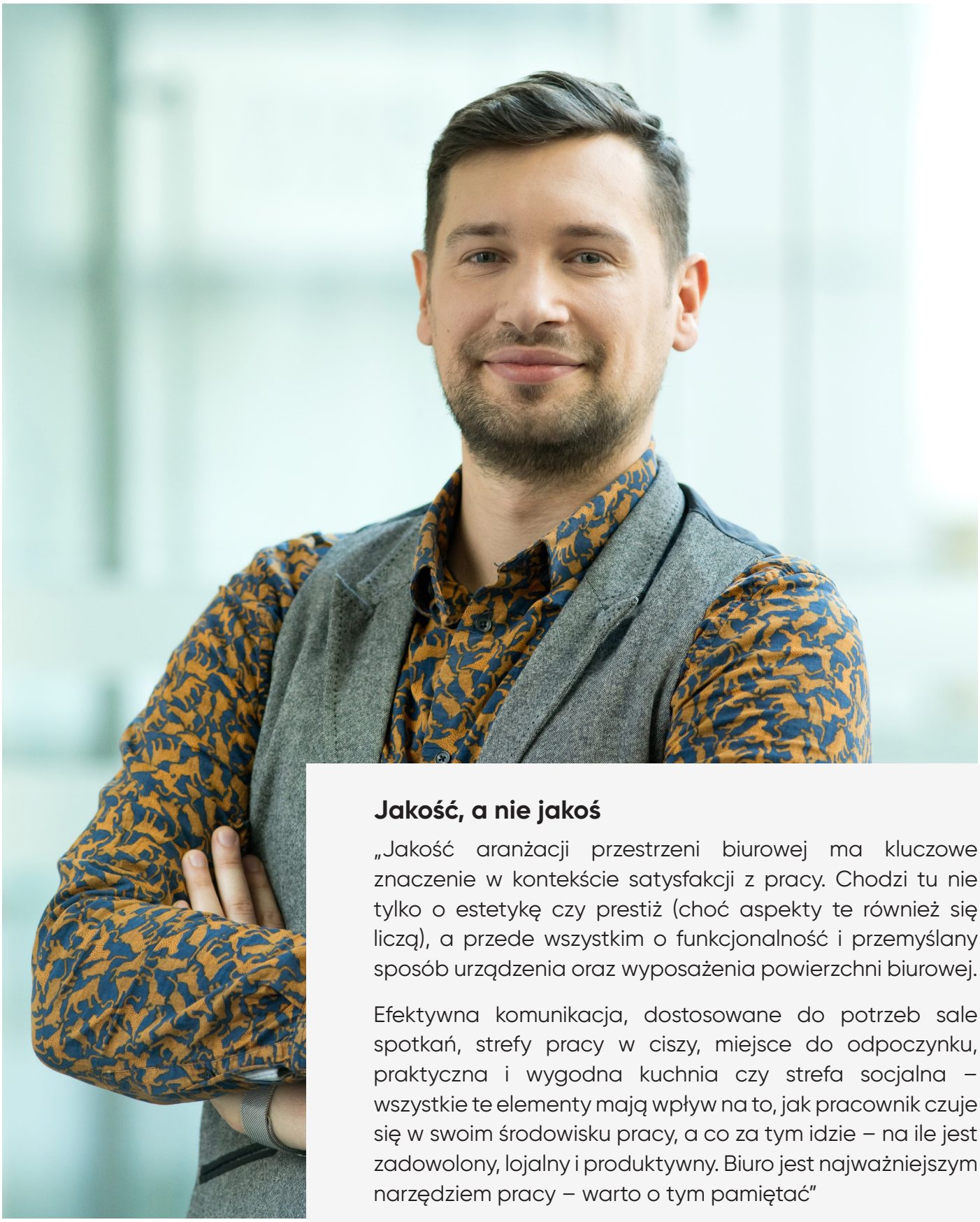
Jakość biura na czwartym miejscu badania Love Your Work

Czwarte miejsce na liście wyników wpływających na wskaźnik LYW („t" = 2,6) zajęła **ocena biura, jednak nie od strony emocjonalnej, a fizycznej.** Respondenci byli pytani o kryteria o charakterze bardziej obiektywnym, m.in. lokalizację, czas dojazdu wraz z dostępną infrastrukturą komunikacyjną, warunki termiczne i akustyczne czy jakość toalet. Analiza poszczególnych odpowiedzi w ramach tej kategorii wskazuje na ogólnie wysoki poziom zadowolenia z biura, jednak zarysowują się wyraźne różnice pomiędzy konkretnymi pytaniami – ich istotnością w kontekście LYW oraz samą oceną.

Przykładowe pytania składające się na czynnik „Jakość biura"

Zaznacz na skali od 1 do 5 w jakim stopniu zgadzasz się z następującymi stwierdzeniami.





Jakość, a nie jakoś

„Jakość aranżacji przestrzeni biurowej ma kluczowe znaczenie w kontekście satysfakcji z pracy. Chodzi tu nie tylko o estetykę czy prestiż (choć aspekty te również się liczą), a przede wszystkim o funkcjonalność i przemyślany sposób urządzenia oraz wyposażenia powierzchni biurowej.

Efektywna komunikacja, dostosowane do potrzeb sale spotkań, strefy pracy w ciszy, miejsce do odpoczynku, praktyczna i wygodna kuchnia czy strefa socjalna – wszystkie te elementy mają wpływ na to, jak pracownik czuje się w swoim środowisku pracy, a co za tym idzie – na ile jest zadowolony, lojalny i produktywny. Biuro jest najważniejszym narzędziem pracy – warto o tym pamiętać"

CØNCEPT
SPACE

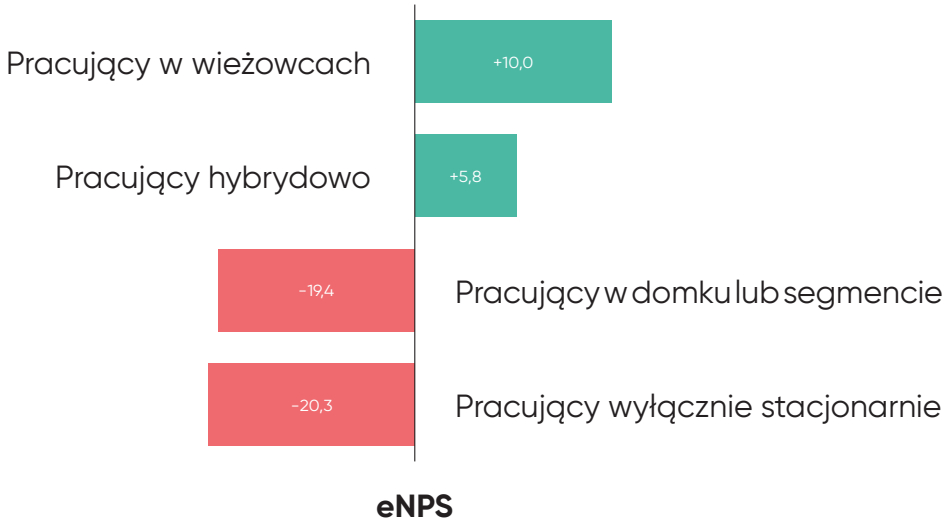
Marek Ejsztet
Pracownia Architektoniczna
Concept Space

Od polecenia do miłości długi krok

- 11 to wynik wśród przebadanych Polskich pracowników, podczas gdy najlepsze firmy oscylują w granicach 80-90 punktów dodatnich. Ocenę tego faktu możemy zostawić pracodawcom i HR-owcom.

Podczas analizy zaobserwowaliśmy też ciekawe różnice w poszczególnych grupach pracowników. Wyraźnie widoczna jest chociażby przewaga pod tym kątem pracy hybrydowej nad 100% stacjonarną, ale też pracy w biurowcu nad mniej prestiżowymi lokalizacjami jak domki czy segmenty. Mówimy tu oczywiście o współwystępowaniu tych statystyk, a nie bezpośrednim wpływie - analiza tego drugiego jest obszarem dalszych badań i analiz.

Polecił(a)bym swojego pracodawcę znajomemu / znajomej, a tryb oraz miejsce pracy:

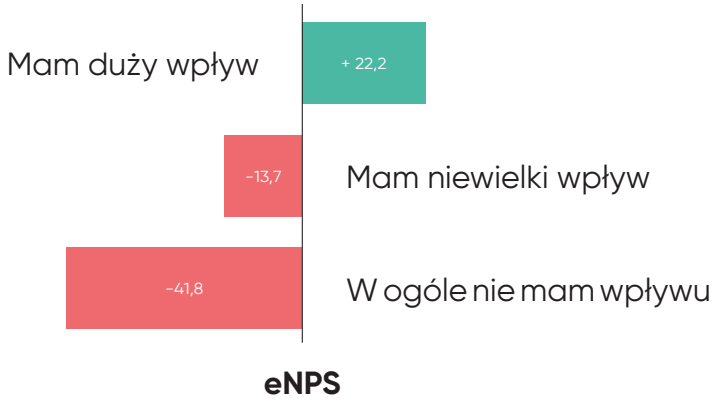


Siła wpływu i pokolenia

Jednym z ciekawszych przykładów różnic w kontekście skłonności do rekomendacji pracodawcy jest również **poziom deklarowanej siły wpływu na przestrzeń biurową.** Wśród osób deklarujących duży wpływ jest on dodatni (22,2), podczas gdy wśród osób z niewielkim wpływem i jego brakiem jest to –13,7 i –41,8.

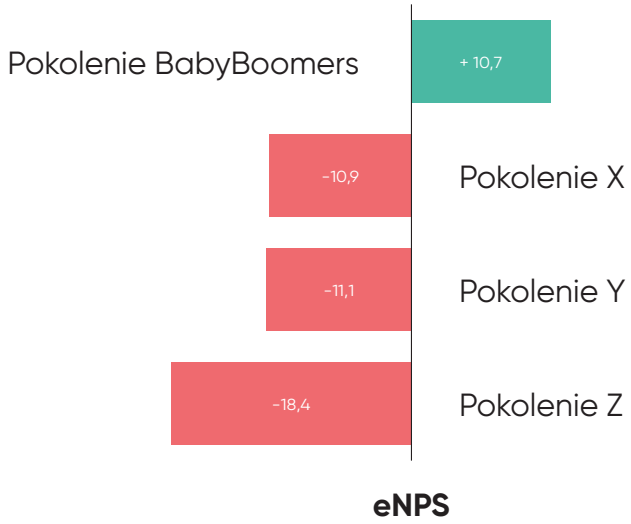
Czy oznacza to, że aby uszczęśliwić pracowników, należy pozwolić im podjąć decyzję o lokalizacji biura? Byłoby to oczywiście metodologiczne nadużycie, ale ta obserwacja sugeruje zdecydowanie trop do dalszych poszukiwań.

Polecił(a)bym swojego pracodawcę znajomemu / znajomej, a wpływ na swoje miejsce pracy:



Kolejny z nich to wspomniany już wcześniej i szeroko omawiany w mediach wpływ pokoleniowy. Jak widać na zamieszczonym grafie, tylko pokolenie Baby Boomers uzyskało dodatni (ale i tak globalnie niski) wynik w stosunku do pozostałych.

Polecił(a)bym swojego pracodawcę znajomemu / znajomej, a pokolenie:



Niedocenione pokolenie Baby Boomers

Pokolenie Baby Boomers, czyli osób urodzonych w latach 50. i na początku 60., pierwsze prace podejmowało najczęściej w innych warunkach ustrojowych, społecznych i gospodarczych niż młodsi. Stabilność zatrudnienia i lojalność pracownika wobec miejsca pracy były bardziej powszechne. Dlatego wśród Boomersów jest znacząca grupa tych, którzy są związani z jedną firmą od początku swojej kariery. Jak wynika z badania przeprowadzonego w USA, Boomersi spośród innych generacji najczęściej przyznają pracy centralne miejsce w życiu. Zadeklarowało tak trzy czwarte z nich. W pokoleniu X było to 68%, a wśród Millenialsów 62%. Podczas gdy młodsi zmianę pracy postrzegają zazwyczaj jako szansę, dla Baby Boomers częściej stanowi ona ryzyko. Jednocześnie znaczna część z tej grupy jest już wysoko na drabinie rozwoju zawodowego, zadowolona ze swoich osiągnięć, posiadanego doświadczenia i autorytetu. To sprzyja pozytywnemu podejściu do swojej pracy. Z perspektywy pracodawcy warto budować relacje w firmie tak, by Baby Boomers mieli możliwość dzielenia się wiedzą i doświadczeniem z młodszymi pracownikami. Dzięki temu nie tylko poprawiamy efektywność zespołu, ale także mamy szansę „zarazić" młodych pracowników pozytywnym nastawieniem do pracy i firmy przez starszych kolegów.

Kinga Marczak
General Manager w HRS-IT

Zadowolenie nie bez powodu?

Mnogość pokoleń na rynku pracy to ogromne wyzwanie dla menedżerów, ale z i szansa. Baby Boomersi, czyli pracownicy, którzy dziś zbliżają się do wieku emerytalnego (lub już ten wiek osiągnęli) są lojalni, zaangażowani, skorzy do poświęceń ale przede wszystkim doświadczeni, co ma znaczenie niebagatelne.

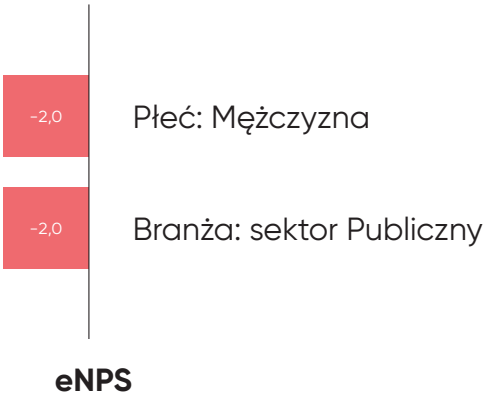
Nie dziwi mnie, że to właśnie oni są najbardziej pozytywnie nastawieni do miejsca pracy i samego pracodawcy. Przyczyn tego jest conajmniej kilka. Wskażę na trzy. Po pierwsze w swojej zawodowej karierze Boomersi przeżyli wiele kryzysów a nawet zmianę systemową, więc wiedzą, że dzisiejsi pracodawcy i rynek pracy są o niebo lepsi, uczciwsi i empatyczni niż bywało to wcześniej. Po drugie takie osoby bardzo często nie pracują już dla pieniędzy a dla przyjemności - a nawet jeśli nie mają tego komfortu wiedzą, że ich doświadczenie i umiejętność radzenia sobie w wielu trudnych i wymagających momentach - to przewaga nie do przecenienia. Po trzecie Boomersi są bardzo elastyczni, wielu z nich kilka razy zmieniało zawód, z tego pokolenia wywodzi się także wielu przedsiębiorców.

Rafał Kerger
Grupa PTWP S.A.

Mężczyźni i sektor publiczny – mniej zadowoleni

W efekcie analizy wyników badania okazało się też, że wyraźnie gorzej swoją pracę oceniają pracownicy sektora publicznego (ujemny wskaźnik „t" = -2,0) i mężczyźni („t" = -2,0). Wszystkie z opisanych powyżej czynników są istotne statystycznie. To tylko niektóre przykłady z całego spektrum możliwych analiz i wniosków płynących z przeprowadzonego badania.

Polecił(a)bym swojego pracodawcę znajomemu / znajomej, a mężczyźni oraz sektor publiczny:



Porozmawiajmy o mężczyznach

Jak wskazuje badanie, kobiety okazują się grupą bardziej zadowoloną ze swojej pracy niż mężczyźni, a osoby pracujące w sektorze prywatnym są szczęśliwsze niż zajmujący stanowiska w sektorze publicznym. I o ile drugi wniosek można wyjaśnić inną specyfiką pracy, większymi możliwościami rozwoju, czy wyższymi pensjami, **to większe zadowolenie kobiet może być zaskakujące, biorąc pod uwagę chociażby lukę płacową. A ta, jak wynika z danych Eurostatu, w Polsce wynosi przeciętnie 4,5%, przy czym np. w IT sięga 13%, a w finansach i ubezpieczeniach nawet 30%.** Jednak jesteśmy obecnie bardziej świadomi nierówności niż np. 10 lat temu i sytuacja powoli ulega poprawie. Wyrównanie warunków pracy obojga płci staje się coraz ważniejsze dla wizerunku firm i pozyskiwania najlepszych pracowników. Być może efekty tych zmian powoli zaczynają być widoczne dla uczestniczek rynku pracy. Mężczyźni w życiu zawodowym także muszą mierzyć się z wyzwaniami, które jak pokazują dane, odbierają im szczęście w pracy. Zmiany społeczne nakładają na panów dodatkową presję, związaną z nowymi rolami oraz oczekiwaniami społecznymi, np. dzieleniu na równi z kobietami obowiązków domowych i opieki nad dziećmi. Również w obszarze samej pracy poszerza się zakres kompetencji, którymi muszą wykazywać się mężczyźni, szczególnie miękkich, np. umiejętnego łączenia empatii ze stanowczością w zarządzaniu, efektywnej pracy zespołowej. Im wyżej są na drabinie rozwoju zawodowego tym oczekiwania są większe. W każdej z firm przyczyny niezadowolenia mężczyzn z pracy mogą być inne, dlatego warto je zbadać i wdrożyć odpowiednie działania, takie jak np. warsztaty z umiejętności miękkich w życiu zawodowym czy skutecznego łączenia różnych ról społecznych.

Kinga Marczak
General Manager w HRS-IT

Grupa celowa
metryczka

800 wywiadów online (CAWI) na zróżnicowanej, ogólnopolskiej próbie pracowników biurowych z firm zatrudniających powyżej 40 osób, pracujących stacjonarnie lub hybrydowo (minimum 10 dni w miesiącu w biurze).

Województwo	
Mazowieckie	**19,3%**
Śląskie	**11,8%**
Wielkopolskie	**8,3%**
Pomorskie	**8,0%**
Małopolskie	**7,5%**
Dolnośląskie	**7,0%**
Łódzkie	**7,0%**
Lubelskie	**5,8%**
Podkarpackie	**5,3%**
Kujawsko-pomorskie	**5,1%**
Zachodniopomorskie	**4,3%**
Warmińsko-mazurskie	**3,8%**
Świętokrzyskie	**2,8%**
Lubuskie	**1,9%**
Opolskie	**1,4%**
Podlaskie	**1,1%**

Płeć	
a. Kobieta	**50,4%**
b. mężczyzna	**49,6%**

Wiek	
a. do 34 lat	**34,0%**
b. 35-49 lat	**39,3%**
c. 50 lat+	**26,8%**

Wykształcenie	
a. Wyższe	**70,3%**
b. Średnie	**27,4%**
c. Inne	**2,4%**

Jaki jest Twój osobisty dochód netto („na rękę")?	
a. do 3000 PLN netto	**12,8%**
b. 3000 - 5000 PLN netto	**45,3%**
c. 5000 - 7000 PLN netto	**24,6%**
d. 7000 - 9000 PLN netto	**9,8%**
e. 9000 - 11000 PLN netto	**4,4%**
f. 11000 - 13000 PLN netto lub więcej	**3,3%**

Grupa celowa

metryczka - branże i rodzaj firmy

W jakiej branży obecnie pracujesz? [rotacja]

a. Banki, instytucje finansowe, ubezpieczenia	8,9%
b. Budownictwo, wyposażenie wnętrz	7,9%
c. Development	2,1%
d. Energetyka	5,6%
e. FMCG	0,9%
f. Gastronomia	2,1%
g. Hotelarstwo	2,0%
h. IT	7,6%
i. Kancelarie prawne, notarialne, radcy prawni	1,5%
j. Logistyka	7,5%
k. Marketing, reklama, media	2,1%
l. Medyczna, farmaceutyczna	3,6%
m. Produkcja	10,8%
n. Retail	1,1%
o. Sektor publiczny	23,1%
p. Stowarzyszenie	0,9%
q. Inna, jaka? [odpowiedź otwarta wpisywana]	12,3%

Jakie stanowisko w firmie obecnie zajmujesz?

r. Junior/stażysta	1,6%
s. Specjalista, konsultant	34,4%
a. Kierownik / manager wyższego szczebla	9,4%
b. Kierownik / manager średniego lub niższego szczebla	20,9%
c. (Współ)właściciel/ członek Zarządu	2,3%
d. Dyrektor/ kierownik działu	3,3%
e. Pracownik administracyjny	24,0%
g. Inne stanowisko, funkcja. Jaka/ie? [odpowiedź otwarta wpisywana]	4,3%

Ilu pracowników zatrudnia firma, w której pracujesz?

c. Od 40 do 99 pracowników	29,5%
d. Od 100 do 149 pracowników	16,4%
e. Od 150 do 199 pracowników	11,9%
f. Od 200 do 249 pracowników	9,9%
g. Od 250 do 499 pracowników	10,5%
h. Więcej niż 500 pracowników	21,9%

DZIĘKUJEMY!

Chcesz poznać więcej szczegółów?
Chcesz sprawdzić, jakie wyniki love your work ma Twoja firma?

Skontaktuj się z nami:

Marlena Dubińska
email: m.dubinska@nuvalu.pl
tel: +48 604 090 058

Adrian Ziubiński
email: a.ziubinski@nuvalu.pl
tel: +48 693 130 541

www.nuvalu.pl