Informacja prasowa  
dn. 23.09.2019 r.

# Pracoszczęście -

# nowy magnes na talenty?

***arbejdsglaede*, czyli dosłownie pracoszczęście – to słowo pochodzenia duńskiego, które w 2014 roku zapoczątkowało nowy trend na rynku pracy. Idea z powodzeniem przyjęła się na zachodzie i znajduje coraz więcej sympatyków w Polsce. Firmy świadome wyzwań na konkurencyjnym rynku kandydata, już dziś tworzą w swoich strukturach miejsce dla tzw. Chief Happiness Officer`ów. Czy „pracoszczęście” to nowy magnes na talenty?**

Harvard Business Review przeanalizował seteki badań, w których mowa jest o tym, że szczęśliwe miejsce pracy to miejsce, w którym wydajność pracowników wzrasta o 31 proc., są trzykrotnie bardziej kreatywni, a wzrost sprzedaży plasuje się na poziomie 37 proc.[[1]](#endnote-1). Co ciekawe, coraz częściej mówimy o szczęściu w pracy. Inaczej postrzegamy naszą karierę zawodową i oczekujemy innych doświadczeń. Posiadamy ambitne cele i znamy swoje ścieżki rozwoju, w biurze możemy zrelaksować się w chillout roomie, a pakiet atrakcyjnych benefitów ma ułatwić naszą codzienność poza pracą.

Szczęście w pracy, to jednak dużo więcej niż dodatkowe bonusy, które tylko na chwilę zmieniają poziom odczuwanego szczęścia, czy raczej satysfakcji. Tak naprawdę, to dzięki innym ludziom, relacjom i rezultatom naszych działań, możemy w pracy czuć się szczęśliwi.

**Dlaczego Chief Happiness Officerów wciąż przybywa?**

Jak podaje Global Workforce Happiness Index[[2]](#endnote-2) - najszczęśliwsi w pracy są Duńczycy, Norwegowie i Kostarykanie. Polska zajęła 28 miejsce na 57 przebadanych krajów. Nadal mamy więc sporo do zrobienia. Z badań wynika, że szczęście w pracy przekłada się na zmniejszoną absencję i rotację, natomiast lojalność wobec klientów i kolegów wzrasta.

Dotychczas najczęściej podejmowaliśmy decyzje zawodowe ze względu na podwyżkę, awans czy dodatkowe premie i bonusy. Dziś osoby rozważające zmianę pracy wskazują na kulturę organizacyjną, atmosferę czy wizerunek pracodawcy, z którym chcą się utożsamiać. Jak komentuje Michalina Jabłońska, Chief Happiness Officer w firmie rekrutacyjnej i outsourcingowej Devire:

*Pracodawcy są coraz bardziej świadomi, że potrzeba czegoś więcej, aby zatrzymać lub przyciągnąć talent do firmy. My skierowaliśmy nasz wzrok w stronę krajów skandynawskich, gdzie szczęście w pracy jest jednym z kluczowych elementów każdej firmy. Jako organizacja działająca w modelu zbliżonym do turkusowej organizacji, zawsze dbaliśmy o to jak czują się nasi pracownicy, jaka atmosfera panuje w zespołach i pomiędzy nimi. Ważne jest stworzenie ducha wzajemnego uczenia się, zabawy, kultury otwartej na komunikację i częsty feedback oraz umiejętności pochwał i uznania – podkreśla Michalina Jabłońska.*

**Szczęście w pracy nie kosztuje**

Promocja szczęścia w pracy wcale nie wymaga kosmicznych budżetów. Dużo ważniejsza jest tu pomysłowość i otwarcie na pracowników. Jak zatem sprawić, aby pracownik czuł szczęście w pracy? Oprócz standardowych działań, takich jak: wspólne śniadania i obiady, lody w upalne dni, mecze siatkówki plażowej czy wspólne oglądanie piłki nożnej, warto zadbać o wyjątkowe akcje. Michalina Jabłońska, Chief Happiness Officer w Devire, dzieli się kilkoma przykładami:

- *Świetną sprawą są Welcome boxy, czyli powitalne pudełka dla osób, które dołączają do organizacji. Z kolei ducha zespołu budują takie inicjatywy jak nasz Happy Devire Wall****.*** *Zmieszczamy tam pamiątkowe zdjęcia, zrobione firmowym instaxem. Kandydatów przyciagają również kreatywne rozwiązania grywalizacyjne, takie jak Gamfi, z którego korzystamy. Pracownik rozwiązuje tam różne zadania/wyzwania, zbiera punkty i może angażować się we współtworzenie akcji – od charytatywnych, po decyzje dotyczące rozwiązań biurowych czy imprez integracyjnych* – mówi Michalina Jabłońska.

Innym, ciekawym pomysłem są dni organizowane na specjalne okazje i okoliczności – dostosowane do aktualnych potrzeb pracowników. Przykładowo w upalny, wakacyjny czas, może to być Dzień mody letniej, gdy pracownicy mogą założyć krótkie spodenki i poczuć się swobodniej.

**Kim właściwie jest dyrektor ds. szczęścia?**

Stanowisko Chief Happiness Officera brzmi raczej jak utopijna wizja niż poważna propozycja etatowa. Nic bardziej mylnego. Aktualnie jednym z głównych wyzwań biznesowych jest stworzenie zaangażowanego i lojalnego zespołu, który z pasją realizuje się w swojej pracy. Właśnie dlatego firmy potrzebują osób, które zadbają o utrzymanie odpowiedniego poziomu poczucia szczęścia wśród swoich pracowników.

Co należy do zadań dyrektorów ds. szczęścia? Stoi przed nim szereg wyzwań. Są to m.in.: dbanie o rozwój pracowników i doradztwo w odkrywaniu ścieżek rozwoju, tworzenie przyjaznej i radosnej atmosfery, bycie partnerem oraz mediatorem w konfliktach, ale przede wszystkim promowanie wartości firmy, które są spójne ze strategią i celem całej organizacji. Wszystko to sprawia, że pracownik czuje się częścią zespołu, odnajduje się w nim, wierzy w swoją pracę i utożsamia z nią.

Nie każdy może zostać Chief Happiness Managerem. Taka rola wymaga spectrum kompetencji z różnych dziedzin. Od zarządzania, poprzez umiejętności interpersonalne, znajomość organizacji, empatię czy doświadczenie biznesowe. Osoba na tym stanowisku ściśle współpracuje z zarządem, działami HR i przede wszystkim z ludźmi, którzy tworzą firmę.

Jakie organizacje potrzebują Chief Happiness Managerów? Dziś nie ma wyjątków – mocno rozgrzany rynek pracy przekłada się na większą rotację w firmach i dużą konkurencyjność o talenty. Zarówno w firmie produkcyjnej, jak i korporacji oferującej usługi, odnajdziemy potrzebę uczucia szczęścia i satysfakcji z pracy – choć kategorie tych potrzeb na pewno będą się od siebie różnić.

**Liczy się różnorodność**

Tylu ilu jest pracowników tyle jest potrzeb i różnic w odczuwaniu szczęścia. Jedni będą odczuwać pracoszczęście, kiedy na open space stanie fontanna czekoladowa, dla innych będzie to szczera   
i otwarta rozmowa z szefem, a jeszcze dla kogoś innego możliwość pracy z domu, gdy gorzej się poczuje. Umiejętne zarządzanie szczęściem w pracy powinno przede wszystkim opierać się na zrozumieniu potrzeb pracowników np. poprzez regularne prowadzenie ankiet satysfakcji. Dyrektor ds. szczęścia w Devire podkreśla, że firma powinna jak najczęściej pytać członków „załogi” o to, co daje im satysfakcje, co sprawia, że się uśmiechają, a co powoduje niezadowolenie.

1. Shawn Anchor „Positive Intelligence”, HBR 11-12/12 [↑](#endnote-ref-1)
2. <https://universumglobal.com/insights/global-workforce-happiness-index-2/>

   **\*\*\***

   **Devire** to firma rekrutacyjna i outsourcingowa oferująca usługi rekrutacji stałych, pracy tymczasowej, IT Contractingu oraz RPO. Firma działa w Europie od 1987 roku i posiada biura w Warszawie, Katowicach, Gdańsku, Poznaniu, Wrocławiu oraz Frankfurcie, Monachium, Pradze, Ostrawie i Hradec Kralove.

   Devire jako jedyna firma w swojej branży w Polsce działa w modelu zbliżonym do turkusowej organizacji – w oparciu o płaską strukturę, transparentność oraz elastyczność. Motto Devire „finding people who click” oddaje przywiązanie firmy do tworzenia najlepszych połączeń między pracodawcami i pracownikami, z wykorzystaniem technologii oraz wiedzy i doświadczenia konsultantów.

   **Więcej informacji:** [**www.devire.pl**](http://www.devire.pl)

   ****

   **Kontakt dla mediów:**

   Karina Chowaniak

   Communications Manager Devire

   e-mail: [kchowaniak@devire.pl](mailto:kchowaniak@devire.pl)

   kom.: 730 767 809 [↑](#endnote-ref-2)