Warszawa, 15 października 2019 r.

**Dobry szef, czyli jaki?**

**Według kalendarza świąt nietypowych, 16 października obchodzony jest Dzień Szefa. I choć święto jest najbardziej popularne w Stanach Zjednoczonych, stanowi inspirację do tego,   
by spojrzeć na to, czym charakteryzuje się dobry szef w opinii osób zatrudnionych w Polsce.   
Aż 74 proc. pracowników uważa, że najważniejszymi cechami dobrego szefa są bycie sprawiedliwym oraz wymagającym, mobilizującym do działania – wynika z raportu „Cztery osobowości – jeden rynek pracy” przygotowanego przez Sodexo i Antal.**

Bez wątpienia dobry szef zna potrzeby i oczekiwania pracowników, bo dzięki temu może wspierać, motywować swój zespół oraz poszczególnych pracowników. Z danych zamieszczonych w raporcie „Cztery osobowości – jeden rynek pracy” przygotowanym przez firmy Antal i Sodexo Benefits   
and Rewards Services Polska wynika, że 66 proc. pracowników oczekuje od szefa maksimum swobody, tym samym chce być „wrzuconym na głęboką wodę”. Ponad połowa respondentów (57 proc.) uważa, że szef nie musi być ekspertem w swojej dziedzinie, bo powinien koncentrować się na wspieraniu zespołu, usuwaniu przeszkód biurokratycznych i organizacji pracy. Co ciekawe, choć dla 97 proc. respondentów kluczowa jest swobodna i bezpośrednia atmosfera w pracy, to jedynie 26 proc. badanych za najważniejszą cechę dobrego szefa uznaje bycie przyjacielskim i dbającym o atmosferę.

*Pracownicy są kluczową wartością każdej spółki, od ich kompetencji, zaangażowania, zadowolenia   
z pracy i efektywności zależy pozycja i opinia rynkowa organizacji. Ważnym ogniwem łączącym pracowników z organizacją jest szef. Szczególnie w obliczu coraz bardziej widocznego przekonania,   
że praca jest tym co robisz, a nie określonym miejscem, gdzie spędzamy osiem godzin. Przed szefem coraz więcej wyzwań związanych z zarządzaniem grupami pokoleniowymi, jak również zmianami   
na rynku pracy w obliczu czwartej rewolucji przemysłowej. Dlatego oceniając pracę szefa, warto spojrzeć na jego zadania, możliwości w szerszym kontekście, tj. kultura organizacyjna, model zarządzania organizacją. Szczególnie, że inne cele i styl pracy ma szef spółki będącej start up’em, firmy rodzinnej, notowanej na Giełdzie Papierów Wartościowych czy reprezentujący turkusową organizację* – **powiedziała Katarzyna Turska, Dyrektor ds. Zarządzania Zasobami Ludzkimi w Sodexo Benefits and Rewards Services Polska.**

**Cztery wymiary atrakcyjności pracodawcy**

Przywołany powyżej raport wskazuje, że w opinii osób pracujących w Polsce istnieją cztery wymiary atrakcyjności każdego pracodawcy – finansowy, rozwojowy, społeczny, a także oparty   
o zainteresowania kandydata. Na wymiar finansowy składają się zarówno wynagrodzenie, jak i pakiet świadczeń pozapłacowych. Dla 73 proc. badanych kluczowa jest stabilność i przewidywalność wynagrodzenia. Możliwość wyboru i dopasowanie świadczeń pozapłacowych do własnych potrzeb są istotne dla 69 proc. pracowników – a te mogą odnosić się do potrzeby rozwoju i zainteresowań danego kandydata. Dobry szef i pożądany pracodawca zadbają nie tylko o aspekt finansowy czy związany z rozwojem, ale także o wymiar społeczny. Niemal 79 proc. osób zatrudnionych w Polsce deklaruje, że chętnie uczestniczyłoby w działaniach społecznych i charytatywnych organizowanych przez pracodawcę. To kolejna podpowiedź płynąca z raportu [„Cztery osobowości – jeden rynek pracy”](https://sodexomotywacja.pl/blog/cztery-osobowosci-jeden-rynek-pracy/) dla szefów, którzy chcą zyskać w oczach swoich podwładnych.

*Wizerunek dobrego pracodawcy, firmy społecznie odpowiedzialnej jest ważnym punktem wyróżniającymi spółkę na tle konkurencji. W czasach rynku pracownika pracodawcy chętniej sięgają po rozwiązania systemowe. Widać to także w przypadku wyboru świątecznych upominków, które mają trafiać w potrzeby emocjonalne związane z wymiarem finansowym, społecznym, a jednocześnie będą wspierać realizację indywidualnych potrzeb osoby zatrudnionej. Stąd od października do grudnia wiele spółek, od korporacji, przez duże i średniej wielkości po małe firmy rodzinne, decyduje się na zakup Karty Podarunkowej z Pajacykiem. Każde 10 zamówionych przez pracodawcę Kart Podarunkowych Sodexo z limitowanej serii z Pajacykiem to jeden posiłek dla dziecka objętego programem. To prezent o konkretnej wartości finansowej, któremu towarzyszy szereg zniżek przygotowanych przez partnerów karty oraz wsparcie konkretnej grupy społecznej – niedożywionych dzieci –* **powiedziała Katarzyna Turska, Dyrektor ds. Zarządzania Zasobami Ludzkimi w Sodexo Benefits and Rewards Services Polska**.

Na opinię o spółce i szefie ma wpływ wiele czynników i bez wstąpienia są one kombinacją tych racjonalnych, odnoszących się do danych oraz emocjonalnych, związanych z uczuciami   
i wcześniejszymi doświadczeniami pracownika. Faktem jest, że w dobie szybkiej wymiany informacji – opinia o firmie także szybko ulega zmianie. Stąd dobry szef to inwestycja w wizerunek firmy i jej pozycję rynkową, o czym warto pamiętać nie tylko od święta.

**Kontakt**:

Marta Zagożdżon, tel. +48 605 073 929, e-mail: [m.zagozdzon@contrust.pl](mailto:m.zagozdzon@contrust.pl)

**O Sodexo**

Grupa Sodexo to światowy lider w zakresie usług i produktów podnoszących jakość życia. Od ponad   
50 lat jest strategicznym partnerem dla firm i instytucji, które kładą nacisk na efektywność, lojalność, zaangażowanie i zadowolenie pracowników oraz partnerów biznesowych. Zatrudniając 460 000 pracowników w 72 krajach jest 19. największym pracodawcą na świecie. Sodexo świadczy usługi dla nieruchomości (Sodexo On-site Services) oraz usługi motywacyjne (Sodexo Benefits and Rewards Services), obsługując każdego dnia ponad 100 milionów konsumentów.

**O Sodexo w Polsce**

Sodexo Benefits and Rewards Services w Polsce, od 21 lat, odpowiada za transformację świadczeń pozapłacowych - wspiera firmy w motywowaniu, budowaniu zaangażowania i zadowolenia pracowników (Employee Experience) oraz wyznacza kierunek rozwoju narzędzi angażowania i lojalizowania kontrahentów, klientów i sił sprzedaży (Incentive & Recognition). Wyznaczając nowe trendy na rynku, spółka jako pierwsza wdrożyła m.in. przedpłaconą kartę zbliżeniową, płatności mobilne kartami przedpłaconymi, a także czasową blokadę karty zamiast jej zastrzegania. Na szeroki wachlarz oferowanych rozwiązań, będących odpowiedzią na rzeczywiste potrzeby odbiorców, składają się od kart przedpłaconych wydawanych z polskim bankiem, przez szeroki katalog nagród, e-nagród i tradycyjnych kuponów aż po kompleksową obsługę złożonych rozwiązań motywacyjnych.

Rzetelność i najwyższą jakość świadczonych usług docenili zarówno użytkownicy jak i eksperci branżowi. W Polsce z oferty spółki skorzystało 50 tysięcy zadowolonych Klientów i ponad 3,5 miliona użytkowników. Kartami przedpłaconymi wydanymi przez Sodexo wykonywanych jest nawet pół miliona transakcji tygodniowo! Marka Sodexo otrzymała m.in. tytuł Business Superbrands oraz nagrodę Złota Jakość Roku, a Aon, światowy ekspert ds. zarządzania kapitałem ludzkim, przyznał Sodexo certyfikat najlepszego pracodawcy – Aon Best Employer™ na poziomie globalnym i lokalnym. Za ekspertyzą firmy przemawia nie tylko liczba zrealizowanych projektów, globalne doświadczenie, stosowane technologie, ale przede wszystkim dostęp do wiedzy na temat rzeczywistych potrzeb i motywatorów różnych grup odbiorców - pracowników, w tym sił sprzedaży, partnerów biznesowych, kontrahentów.