

# Jak dobrze znasz potrzeby swoich pracowników?

W otaczającej nas rzeczywistości zachodzi sporo zmian, a ilość danych wydaje się zalewać nas każdego dnia. Tylko w tej minucie, gdy czytasz to zdanie, przeglądarka Google na całym świecie notuje ok. 4 mln zapytań. Pojawiają się różne trendy – jedne szybko znikają, inne są na tyle mocne, że odciskają swój ślad na nas i naszych organizacjach. Oto kilka z nich.

## 5 KLUCZOWYCH ZJAWISK/TRENDÓW:



### POTRZEBA SENSU – POTRZEBA ZROZUMIENIA OTACZAJĄCEJ RZECZYWISTOŚCI I POSIADANIA PUNKTU ODNIESIENIA – OPARCIA W RZECZYWISTOŚCI VUCA.

Osoby odczuwające sens pracy rzadziej z niej rezygnują i są dużo bardziej skłonne do bezinteresownej pomocy współpracownikom. Im więcej sensu czerpiemy z pracy, tym silniejsze staje się nasze poczucie ogólnego sensu życia.

Na pytanie: „Czy Twoja praca wnosi coś wartościowego dla świata?”, **27% Polaków odpowiada „Nie”**.

Dlaczego tak się dzieje? Po pierwsze, nawet jeśli widzimy efekty swojej pracy, to nie mamy pewności, że są one wartościowe. Po drugie, często nie potrafimy powiązać tego, co faktycznie robimy, z efektami działań całej organizacji, w której pracujemy.

Źródło: W poszukiwaniu sensu pracy. Raport agencji 4P i brightlight

### POTRZEBA CIĄGŁEGO ROZWOJU – CHĘĆ DOSKONALENIA SIEBIE POPRZEC DOŚWIADCZANIE I PRZEŻYWANIE, OCZEKIWANIE MOŻLIWOŚCI ROZWOJOWYCH „TU I TERAZ”, NP. W FORMIE ELASTYCZNYCH ŚCIEŻEK ROZWOJU, DOPASOWANYCH DO INDYWIDUALNYCH POTRZEB.

Otoczenie zmienia się tak szybko, że samo posiadanie wiedzy i informacji już nie wystarcza. To dlatego wśród kompetencji przyszłości Yuval Noah Harari (izraelski historyk, profesor i autor bestsellerów m.in. „Homo deus. Krótka historia jutra”, „21 lekcji na XXI wiek”) wymienia **zdolność uczenia się**. Jak pokazują badania, potrzeba ciągłego rozwoju i doskonalenia się jest jedną z głównych składowych motywacyjnego DNA pracowników najmłodszych generacji: Y i Z.

Źródło: <https://www.imd.org/research-knowledge/articles/making-generational-differences-work-what-empirical-research-reveals-about-leading-millennials/>

### POTRZEBA WYRÓŻNIENIA SIĘ – POKAZANIA WŁASNEJ UNIKATOWOŚCI I TALENTÓW, TO POTRZEBA BYCIA ZAUWAŻONYM – POPRZEC DOCENIENIE, INFORMACJE ZWROTNE I BLISKE RELACJE Z WAŻNYMI OSOBAMI.

Docenianie ma bezpośrednie przełożenie na wyniki biznesowe. Organizacje posiadające system doceniania notują o **27%** wyższe przychody, o **50%** wyższą realizację wyników sprzedażowych, o **50%** lepiej lojalizują klientów, a do tego ich pracownicy są o **38%** bardziej produktywni. Jednak zaledwie **39%** firm w Polsce posiada w tej chwili system doceniania pracowników.

Źródło: <https://indeksdoceniania.pl/>

### POTRZEBA WPŁYWU I SPRAWSTWA – CHĘĆ OBSERWOWANIA EFEKTÓW SWOICH DZIAŁAŃ TU I TERAZ, POCZUCIE WPŁYWU NA BIEG SPRAW ORAZ MOŻLIWOŚĆ WSPÓŁTWORZENIA I WSPÓŁDECYDOWANIA O ISTOTNYCH RZECZACH.

Według Deciego i Ryana jednym z warunków zaistnienia motywacji wewnętrznej jest poczucie autonomii. To ona sprawia, że czujemy nie tylko swobodę działania i możemy „rozwinąć skrzydła”, ale również poczuć, że mamy na coś wpływ. To przekłada się na większą motywację do wkładania dodatkowego wysiłku, wspierania organizacji i liderów oraz do pozostawania w firmie.

Źródło: R. Ryan, E. Deci, *Self-Determination Theory: Basic Psychological Needs in Motivation, Development and Wellness*, The Guilford Press 2017

### POTRZEBA JAKOŚCI I SAMOREALIZACJI – POSZUKIWANIE NOWEJ JAKOŚCI W ŻYCIU, DBAŁOŚĆ O SWÓJ DOBROSTAN I DOBRÓ OTACZAJĄCEJ MNIE RZECZYWISTOŚCI: SPOŁECZEŃSTWA, ŚRODOWISKA, RODZINY.

**77%** polskich pracowników uważa, że odpowiedzialność społeczna biznesu jest ważna, jednak tylko **18%** organizacji uwzględnia ją w swoich strategiach. Aż **86%** młodych ludzi uważa, że sukces przedsiębiorstwa należałoby postrzegać również w innych kategoriach, nie tylko w kategorii wyniku finansowego.

Źródło: Trendy HR 2018: czas odpowiedzialnych firm: analiza polskich wyników badania Human Capital Trends 2018, Deloitte 2018

Wobec zmieniających się potrzeb pracowników, zmienia się również rola lidera. Lider transformacyjny zaczyna od siebie, jest świadomy własnych mocnych i słabych stron, a jednocześnie jest blisko ludzi – rozumie ich potrzeby i buduje takie środowisko, w którym mogą je spełniać.

Więcej o tym, jak liderzy i organizacje odpowiadają na potrzeby pracowników na [Nastawienie na pracownika i jego potrzebę po prostu się opłaca](#)