

ΤΙ ΠΑΡΟΧΕΣ ΑΝΑΖΗΤΟΥΝ ΟΙ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ;

Τα τελευταία χρόνια έχει παρατηρηθεί μεγάλη αύξηση του πληθωρισμού και των τιμών σε βασικά προϊόντα και υπηρεσίες κατανάλωσης, ενώ ταυτόχρονα η αύξηση των μέσων μισθών είναι δυσανάλογη και ανίκανη να καλύψει τις ανάγκες των εργαζομένων.

Γράφει η Μαίρη Ζωχιού, MSc in HRM, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών



Μαίρη Ζωχιού

Οι επιχειρήσεις, από τη μεριά τους, θέλοντας να καλύψουν αυτό το κενό, προσπαθούν να βρουν βιώσιμες λύσεις που θα βοηθήσουν στη διατήρηση της ισορροπίας, μέσω της απόδοσης εναλλακτικών παροχών και κινήτρων. Τα συστήματα παροχών είναι συχνά συνδεδεμένα με την ευημερία των εργαζομένων, προωθούν το employer engagement, αυξάνουν την εργασιακή ικανοποίηση και άρα την αποδοτικότητα της εταιρείας. Δεν είναι λίγοι οι εργαζόμενοι, που όταν βρίσκονται σε αναζήτηση εργασίας, πέρα από την αναζήτηση του βέλτιστου μισθού, συγκρίνουν και πρόσθετες παροχές, όπως η κάλυψη της μετακίνησης, οι διατακτικές στίσιες, η ιατροφαρμακευτική κάλυψη, η χρηματοδότηση εκπαιδευτικών προγραμμάτων κ.α., που έρχονται να καλύψουν βασικά έξοδα, και άρα να ανεβάσουν την πραγματική αξία της ονομαστικής αμοιβής. Κατά πόσο, όμως, οι εργαζόμενοι λαμβάνουν παροχές που πράγματι τους αφορούν;

Οι παροχές μπορούν να είναι πολύ αποτελεσματικές όταν δίνονται στοχευμένα, όταν, δηλαδή, ταιριάζουν στις ανάγκες και στις απαιτήσεις των εργαζομένων. Ένας άνθρωπος που λαμβάνει παροχές που του είναι αδιάφορες ή και αχρείαστες δεν νιώθει ότι παίρνει αυτό το «κάτι» παραπάνω. Αντίθετα, όταν μια παροχή δίνεται σε κάποιον που ούτως ή άλλως ξοδεύει χρήματα ή θα σκεφτόταν να ξοδεύει για αυτό τον λόγο, θα το δει σαν πραγματική αντιστάθμιση του μισθού, καθώς θα έχει την παροχή που θα του «εξοικονομεί» τα χρήματα.

Σε έρευνα* που πραγματοποιήσαμε το 2023, ως ομάδα φοιτητών του μεταπτυχιακού μερικής φοίτησης στη Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού του ΟΠΑ, σε 108 εργαζομένους με το 90,7% να ανήκει στον ιδιωτικό τομέα, συλλέχθηκαν κάποια δεδομένα, που αντικατοπτρίζουν το πώς η προτίμηση των πρόσθετων παροχών αλλάζει ανάλογα με τα target groups. Αρχικά, αξίζει να σημειωθεί ότι το 88,9% των ερωτηθέντων λαμβάνει πράγματι κάποια μορφή πρόσθετης παροχής, πληροφορία που δείχνει ότι αρκετά μεγάλο μέρος των

επιχειρήσεων επένδυει σε αυτά την στρατηγικά. Παράλληλα, η πιο διαδεδομένη παροχή είναι η ομαδική ασφάλιση υγείας, την οποία λάμβανε το 63,9% του δείγματος. Τα προγράμματα ομαδικής ασφάλισης υγείας, μαζί με τα συνταξιοδοτικά προγράμματα, τα συναντάμε ψηλά στην προτίμηση της ηλικιακής ομάδας 43+, χωρίς όμως να μειώνεται η σημαντικότητά τους στις υπόλοιπες ομάδες σε μεγάλο ποσοστό. Το γεγονός πώς η παροχή των προγραμμάτων υγείας παρέχεται πιο συχνά από τις επιχειρήσεις και έχουν μεγαλύτερη ζήτηση από τη μεριά των εργαζομένων, εξηγείται από το δυσχερές μακροοικονομικό περιβάλλον και τις ελλείψεις των δημόσιων δομών υγείας της Ελλάδας. Πέρα των παραπάνω παροχών, που όπως φάνηκε είναι οι πιο σημαντικές, ακολουθούν τα εκπαιδευτικά προγράμματα με επιλογή από το 63% του δείγματος, η κάλυψη των εξόδων μεταφοράς με 62% και οι υπηρεσίες υγείας και ευεξίας με ποσοστό 58%.

Άλλο στοιχείο που προέκυψε από την έρευνα και αποτελεί σημαντική πληροφορία, για να αντιληφθούμε τη σημασία της προσωποποιημένης προσαρμογής των παροχών και κινήτρων, αφορά στην κάλυψη εκπαιδευτικών προγραμμάτων. Καθώς το δείγμα, πέραν των υπόλοιπων δημογραφικών του στοιχείων, τμηματοποιήθηκε και με βάση το μορφωτικό επίπεδο, φαίνεται πώς το ενδιαφέρον για τα εκπαιδευτικά προγράμματα επηρεάζεται από το background των εργαζομένων. Εργαζόμενοι με απόλυτριο λυκείου ψήφισαν σε ποσοστό 29% την συγκεκριμένη επιλογή ως σημαντική, ενώ πτυχιούχοι και κάτοχοι μεταπτυχιακών τίτλων σε ποσοστό πάνω από 50%.

Τα παραπάνω στοιχεία αποτελούν μια σύντομη παρουσίαση των ευρημάτων της έρευνάς μας, αλλά δίνουν μια ιδέα για τη σημασία της προσεκτικής επιλογής και προσωποποιημένης απόδοσης των παροχών. Θα ήταν στρατηγικά αποτελεσματικό οι επιχειρήσεις να αναλύσουν τις ομάδες εργαζομένων τους και να προσφέρουν παροχές βάσει των προτιμήσεών τους. Με αυτό τον τρόπο, η επένδυση που ούτως ή άλλως κάνουν σε πρόσθετες παροχές θα τους δώσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην αγορά εργασίας και θα τους ξεχωρίσει από τους ανταγωνιστές.

* Έρευνα σε συνεργασία με Δαβίδ Μιλιανό και Γεωργία Χαρόνα.