

Nieoczywiste Trendy HR 2026

SUBIEKTYWNY PRZEGLĄD BENEFITÓW

**Long
Life**

www.longlife.pl



SPISTREŚCI

Od pakietu medycznego do strategii zdrowia - nowa era benefitów pracowniczych	6
Elastyczny czas pracy - wolność, która buduje zaangażowanie	8
EAP - zróbcie to po cichu	10
Employee Advocacy - czyli Twoja waluta na Zarządzie	11
Szkolenia - must have czy benefit?	12
Mobbing i dyskryminacja - strategię działania	14
Programy rozwoju językowego - benefit z prawdziwym potencjałem (jeżeli go dobrze wykorzystasz)	15
Biblioteka pracownicza - benefit pracowniczy w czasach, gdy coraz mniej osób czyta książki?	16
Smak zespołu - jak jedzenie buduje kulturę organizacyjną	17
Etykieta i kultura w biznesie	18
Dostęp dla wszystkich do AI	19
Benefit z lasu - o profilaktyce, której brakuje w firmach	20
Edukacja finansowa pracowników	21
Polisa indywidualna jako benefit pracowniczy	22
Benefity dla osób 50+	23
Rozdział bonusowy - kontakt do ekspertek i ekspertów	24

Podziękowania

Z serca dziękuję firmie Long Life

za wsparcie, zaufanie i otwartość na nieszablonowe myślenie o przyszłości HR. Ten e-book: „**Nieoczywiste Trendy HR 2026. Subiektywny przegląd benefitów**”, nie powstałby bez Waszego towarzyszenia w tej podróży.

To właśnie takie partnerstwa mają dla mnie sens. Oparte na wspólnych wartościach, odwadze, by zadawać inne pytania i szukać rozwiązań wyprzedzających jutro.

Long Life, dziękuję, że jesteście częścią tej zmiany i inspiracji dla HR.

Benefity to chyba jedno z słów, które jest najczęściej odmieniane w firmach przez przypadki, zgadzacie się?

Benefity to „must have”. Osoby biorące udział w rekrutacjach nie pytają już „Czy oferujecie benefity?” ale „Jakie benefity oferujecie?” Na przestrzeni lat miałam przyjemność obserwować to, jak kolejne pokolenia wkraczają na rynek pracy i (nie)śmiało mówią o swoich oczekiwaniach. Ten dialog zapoczątkował systemowe zmiany, które doprowadziły nas między innymi do tego e-booka, do którego lektury serdecznie zachęcam.

Dobry HR, to ten z sercem i rozumem – czyli taki, który doskonale potrafi słuchać Pracowników i wprowadzać rozwiązania odpowiadające ich potrzebom i przyczyniające się do wspierania celów strategicznych organizacji.

Całkiem niedawno podczas współpracy z jednym z klientów stanęłam przed zadaniem odświeżenia polityki benefitów i świadczeń dodatkowych.

Brzmi prosto, jednak tylko na pierwszy rzut oka. Nie raz przy rozmowach przy kawie czy networkingu słyszałam hasła:

- „U nas benefity są przestarzałe.”
- „W ogóle nie korzystam z benefitów, bo w ofercie nie ma nic dla mnie.”
- „Co to za benefit, do którego muszę się dokładać?”
- „U nas HR to chyba zapomniał, czym są nowoczesne benefity.”

I jeszcze wiele innych.

Wracając do procesu mojego klienta, bardzo nie chciałam, by podobna sytuacja miała miejsce w naszym przypadku, dlatego od razu zabrałam się do porządnego zaplanowania projektu.

Na start wyszczególniłam cechy „benefitu idealnego”, którymi z chęcią dzielę się poniżej:

- 1. Dopasowanie do potrzeb pracowników, czyli personalizacja i elastyczność.**
- 2. Wartość dodana, czyli wysoka użyteczność i wspieranie dobrostanu.**
- 3. Zgodność z kulturą organizacyjną, czyli spójność z misją firmy i jej wartościami.**

4. Efektywność kosztowa, czyli dobrze skalkulowany koszt vs. wartość.

5. Wpływ na zaangażowanie i lojalność, czyli rola doceniająco-motywuująca oraz wyróżnik na rynku.

Benefitów jest wiele, w tym e-booku z grupą znanych i lubianych ekspertów, wybraliśmy kilka z nich.

Serdecznie zapraszam do nieoczywistej lektury, a jeśli potrzebujesz więcej odezwij się do ekspertów z e-booka, wszyscy chętnie wesprą Twoje procesy.

**Serdeczności,
Magdalena Król**

Mentorka, Trenerka, Coach, Prelegentka, Właścicielka firmy Queen Solutions, gdzie wspiera organizacje i ludzi w rozwoju – tym prawdziwym, głębokim opartym na wartościach.

Tego e-booka nie pisało AI, cała praca została wykonana przez ludzi, którym zależy aby dzielić się wiedzą i swoją perspektywą.

Od pakietu medycznego do strategii zdrowia

- nowa era benefitów pracowniczych

Prywatna opieka medyczna to standard, prawda? Dziś coraz więcej firm zdaje sobie jednak sprawę, że wykupienie pakietów nie wystarcza. Sam dostęp do lekarzy umożliwia doraźne interwencje, ale już niekoniecznie zapobiega powstawaniu czy wykrywaniu utajonych problemów zdrowotnych. Pomiędzy pełnią zdrowia a złapaniem infekcji czy poważną chorobą jest luka, którą warto wypełnić, dzięki czemu zdrowie i wellbeing pracowników stają się elementem długofalowej i kompletnej strategii zdrowia.

Paulina Werczyńska

Wellbeing creator i Członek Zarządu w LongLife. Zarządza strategią marketingową z naciskiem na budowanie wizerunku firmy w obszarze medycyny stylu życia.

Firmy coraz częściej pytają: czy faktycznie inwestujemy w zdrowie pracowników czy raczej tylko kupujemy usługi medyczne, bo takie jest oczekiwanie? Czy naprawdę wykorzystujemy potencjał tego, za co płacimy? Czy możemy lepiej zadbać o zdrowie pracowników?

Coraz częściej pojawia się także świadomość, że klasyczne pakiety zdrowotne – nawet rozbudowane – nie odpowiadają na nowe wyzwania, takie jak wypalenie psychofizyczne czy kryzysy zdrowia psychicznego. Abonament w Medicovert nie zatrzyma postępującego zmęczenia i przeciążenia – potrzebne są inne narzędzia, wspierające prewencję i regenerację.

W odpowiedzi na te wątpliwości rodzi się nowy trend: odejście od wyłącznie reaktywnej opieki zdrowotnej na rzecz świadomej, długofalowej profilaktyki i opieki. A wraz z nim – transformacja roli benefitów zdrowotnych: z dodatku do systemu HR - w integralny element strategii organizacji.

2026: spersonalizowana profilaktyka jako brakujące ogniwo

Już dziś widać, że firmom nie wystarczają pakiety zdrowotne. Coraz częściej zaczynają planować budżety profilaktyczne, wdrażać cykliczne działania, edukować pracowników oraz personalizować podejście do zdrowia zespołów.

Spodziewam się, że w 2026 roku coraz więcej organizacji będzie już miało sformalizowaną „Politykę zdrowia pracownika” lub „Plan profilaktyki zdrowotnej”. Obejmie m.in.:

- zaplanowane budżety na działania prozdrowotne - w przedziale 200–600 zł/os. rocznie,
- roczny kalendarz aktywności, zsynchronizowany z HR-owymi KPI i cyklem organizacyjnym,
- personalizację działań i koniec „jednego dnia badań dla wszystkich”.

Taki plan będzie angażował dział HR jako koordynatora zarządzania zdrowiem, a nie tylko organizatora eventów.

Takie przesunięcie optyki - od reaktywnej do proaktywnej polityki zdrowia - wymusza także zmianę w sposobie współpracy z dostawcami benefitów - Medicovert, Enel Med czy LuxMed. W nowym modelu HR nie szuka dostawców usług, tylko partnerów, którzy potrafią doradzić, dostosować działania do profilu organizacji i do pracowników. Oraz mierzyć efekty wdrożonych działań.

W tym kontekście szczególnego znaczenia nabierają działania nakierowane na grupy często pomijane w klasycznych modelach zdrowia pracowniczego, np. pracownicy 50+, tzw. silveri. To osoby bardziej narażone na choroby cywilizacyjne, ale często nieświadome ryzyka lub niemające czasu zadbać o profilaktykę.

Ich utrata – czy to w wyniku choroby, czy rezygnacji z pracy – to poważna strata dla organizacji. Tymczasem nowoczesne rozwiązania, jak mobilna diagnostyka (np. USG w miejscu pracy), umożliwiają szybkie wykrywanie problemów bez konieczności rejestrowania się w placówkach, dojeżdżania i oczekiwania.

”

... w każdej firmie około 33% pracowników może mieć nadciśnienie, ponad 10% – insulinooporność, a ponad 50% – podwyższony cholesterol. Większość z nich nie ma świadomości zagrożenia...



Maksymalizacja inwestycji w zdrowie

Opieka zdrowotna finansowana - lub dofinansowana - przez firmy często napotyka na problem, który coraz częściej uświadamiają sobie pracodawcy. Jest nim niska efektywność wykorzystania abonamentów medycznych. Z naszych doświadczeń wynika, że prywatna opieka medyczna jest benefitem oczekiwanym, pożądanym, wręcz oczywistym, ale... wielu pracowników nie wie, co dokładnie obejmuje ich pakiet, wielu z niego zupełnie nie korzysta, większość korzysta tylko w reakcji na doraźny problem zdrowotny. A prawie nikt nie korzysta z pakietu w sposób profilaktyczny.

A warto spojrzeć na statystyki: w każdej firmie około 33% pracowników może mieć nadciśnienie, ponad 10% – insulinooporność, a ponad 50% – podwyższony cholesterol. Większość z nich nie ma świadomości zagrożenia, dopóki nie wydarzy się coś poważnego. A wtedy już pakiet nie pomaga.

Standardowy pakiet - gdyby funkcjonował w symbiozie z mądrą profilaktyką, która wychwytuje zawczasu ryzyka - pomógłby zapobiec rozwojowi choroby. A pisząc językiem pracodawcy - zapobiegłby absencjom,

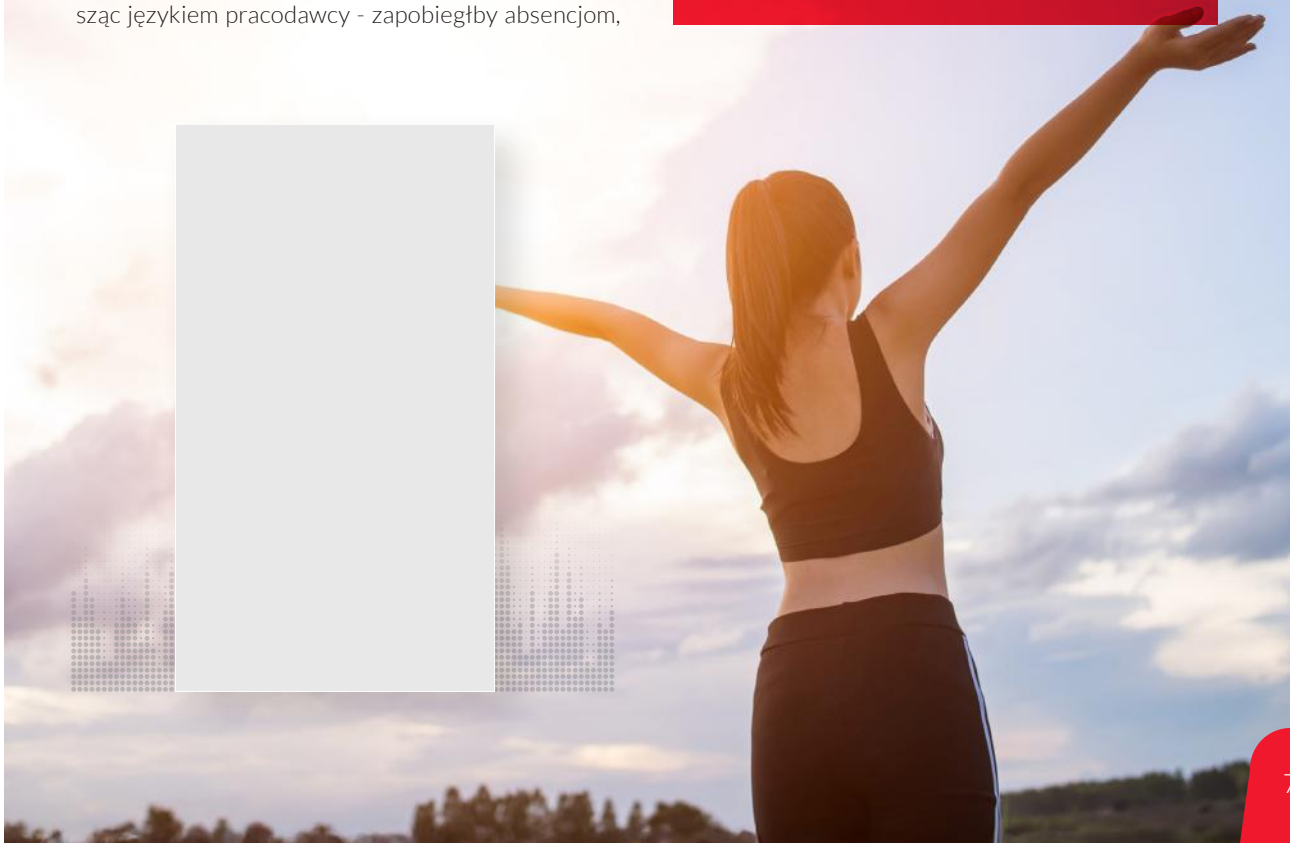
zwiększonej rotacji i zwiększył bezpieczeństwo procesów biznesowych. I z tej obserwacji właśnie narodził się nowy trend. Tym bardziej, że dziś, przy rosnących kosztach zatrudnienia i spadającej lojalności pracowników, organizacje potrzebują mocniejszych argumentów, by zatrzymać talenty. Sam pakiet medyczny to za mało – coraz częściej pracownicy oczekują realnego zainteresowania ich zdrowiem i dobrotanem. Coraz silniej wybrzmiewa społeczna odpowiedzialność za zdrowie zatrudnionych – nie tylko w kontekście ESG. ■

Benefity nowej generacji

Rok 2026 to czas, kiedy benefity zdrowotne przejdą ewolucję. Firmy coraz częściej będą szukały rozwiązań, które:

- zintegrują się z istniejącymi pakietami medycznymi, nie dublując ich, za to wnosząc zaniebdwany komponent prewencji,
- opierać się będą na danych i wskaźnikach zdrowotnych - np. wynikach badań profilaktycznych,
- będą personalizować działania pod konkretne grupy zawodowe i ryzyka zdrowotne,
- wpiszą się w cele ESG i strategię employer branding.

Wzrośnie znaczenie rozwiązań mobilnych, łatwo dostępnych, intuicyjnych – zarówno po stronie pracodawcy, jak i pracownika. Kluczem będzie prostota wdrożenia i realny wpływ na zdrowie, a nie katalog „na pokaz”. To zresztą zmiany, którą wspieramy w LongLife od lat. Nie konkurujemy z pakietami medycznymi – sprawiamy, że zaczynają lepiej działać, a wydatek na nie staje się elementem szerszej strategii zdrowia i wellbeingu pracowników, a nie przymusowym dodatkiem do pensji.



Elastyczny czas pracy

- wolność, która buduje zaangażowanie

W świecie, w którym tempo życia rośnie z każdym rokiem, a granice pomiędzy życiem zawodowym a prywatnym coraz częściej się zacierają, jednym z najbardziej pożądanых benefitów staje się elastyczny czas pracy. To nie jest już jedynie „miły dodatek” – to realne narzędzie wspierające zdrowie psychiczne, efektywność i lojalność pracowników.

Anika Osmólska

Head of People and Culture w Traffi.

Od work-life balance do work-life integration

Jeszcze kilka lat temu firmy mówiły przede wszystkim o „work-life balance” - równowadze pomiędzy pracą a życiem prywatnym. Dziś coraz częściej mówimy o work-life integration - płynnym łączeniu obu sfer w taki sposób, aby wzajemnie się wspierały, a nie konkurowały ze sobą. Pracownicy chcą sami decydować, kiedy i gdzie wykonują swoją pracę, dostosowując ją do swoich rytmów dobowych, obowiązków rodzinnych czy zdrowotnych.

Dla wielu osób możliwość pracy od 7:00, 9:00 czy 11:00, bez poczucia winy czy stresu, jest o wiele bardziej wartościowa niż prywatna opieka medyczna czy karta sportowa. Daje poczucie, że pracodawca traktuje ich jak dorosłych ludzi, odpowiedzialnych za swoje zadania i czas.

”

Dla wielu osób możliwość pracy od 7:00, 9:00 czy 11:00, bez poczucia winy czy stresu, jest o wiele bardziej wartościowa niż prywatna opieka medyczna czy karta sportowa.

Podejście zadaniowe zamiast „odbębionych godzin”

Przyszłością pracy jest rozliczanie za efekty, a nie za czas spędzony przy biurku. Takie podejście pozwala pracownikowi lepiej dopasować sposób wykonywania obowiązków do swojego rytmu dnia, bez stresu wpleść w grafik prywatne sprawy: wizytę u lekarza, odbiór dziecka z przedszkola, terapię, sprawy w urzędzie czy nawet szybki trening w ciągu dnia. Możliwy efekt? Mniej wypalenia, mniej zwolnień lekarskich, więcej zdrowych i zaangażowanych ludzi w zespole.



Nielimitowane płatne urlopy - odwaga, która się opłaca

Najbardziej progresywne organizacje idą o krok dalej, wprowadzając nielimitowane płatne urlopy. W Polsce na taki krok zdecydowały się m.in. Traffit czy SYZYGY. Czy to ryzykowne? Tak, jeśli nie towarzyszy temu jasne określenie celów, odpowiedzialności i priorytetów. Ale tam, gdzie fundamenty są dobrze poukładane, nielimitowany urlop przynosi ogromne korzyści:

- **zaufanie** - pracownicy czują, że firma wierzy w ich dojrzałość i samodyscyplinę,
- **większa efektywność** - odpoczynek dopasowany do realnych potrzeb poprawia koncentrację i kreatywność,
- **lepszy employer branding** - bo taka polityka robi wrażenie na rynku pracy.

W praktyce okazuje się, że pracownicy rzadko „nadużywają” tej możliwości. Wręcz przeciwnie, nielimitowany urlop uczy ich lepszego planowania i dbania o własne zasoby.

Elastyczność w małych krokach - dodatkowe dni wolne

Nie każda organizacja jest jednak gotowa na pełną rewolucję. W takiej sytuacji warto zacząć od małych, ale znaczących kroków:

- dodatkowy dzień wolny z okazji urodzin,
- urlop zdrowotny - coraz częściej spotykany w firmach, które chcą realnie wspierać zdrowie i komfort wszystkich pracowników,
- dzień wolny na adopcję psa czy kota,
- możliwość wzięcia dnia wolnego bez podawania szczególnego powodu („mental health day”).

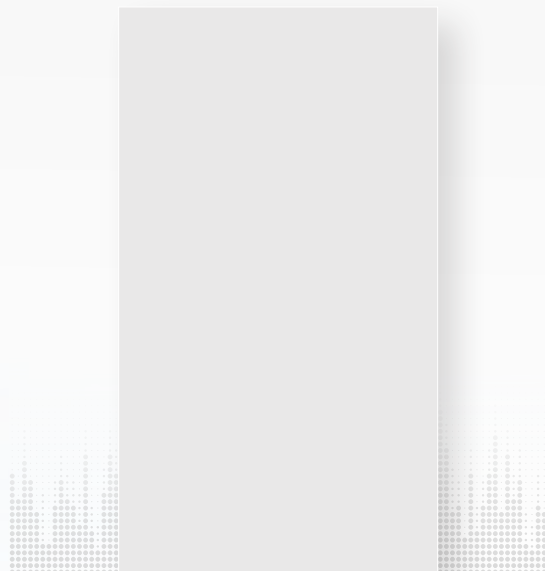
Takie inicjatywy mają ogromny ładunek symboliczny - pokazują, że pracodawca widzi w pracowniku człowieka, a nie tylko „stanowisko” czy „zasób”.

Dlaczego elastyczność to benefit przyszłości?

Bo w świecie rosnącej presji i przyspieszającego tempa życia to właśnie czas staje się najcenniejszym zasobem. Dając pracownikom możliwość samodzielnego zarządzania nim, dajemy im realny wpływ na ich życie, zdrowie i poczucie sprawczości. A to przekłada się na:

- mniejsze rotacje,
- większe zaangażowanie,
- pozytywny wizerunek firmy,
- lepsze wyniki biznesowe.

Elastyczny czas pracy to nie fanaberia, tylko strategiczny benefit, który może być w 2026 roku jednym z głównych kryteriów wyboru pracodawcy. Firmy, które zrozumieją tę zmianę i odważą się zaufać swoim ludziom, zyskają przewagę nad konkurencją. ■



EAP

- zróbcie to po cichu

Nie jestem fanką haseł i wielkich słów. A jeszcze bardziej nie jestem fanką kampanii, za którymi nie stoi nic. Widziałam firmy, które rozpoczynały komunikację o dobrostanie od promocji programu, ładnych plakatów i #hasztagu, a równocześnie pozwalały, by ich menedżerowie bali się odezwać na spotkaniach, bo za najmniejszy błąd czy przejęzyczenie byli wyśmiewani albo publicznie krytykowani. Widziałam ludzi, którzy po rodzinnych tragediach nie mieli odwagi poprosić o wolne, bo „trzeba jeszcze opisać tę fakturę”. Widziałam kultury organizacyjne, w których nie było przestrzeni na to, żeby powiedzieć „mam dziś gorszy dzień”, ale była w nich kampania informacyjna o wellbeingu.

Aleksandra Borkowska

Pasjonatka i ekspertka employer branding, praktyczka HR.

Doradza firmom, jak tworzyć miejsca pracy, w których ludzie chcą - a nie muszą - być.

I dlatego EAP - czyli program wsparcia pracowników - nie jest dla wygodnych i dla tych, co chcą zrobić fan-cy kampanię. Nie jest też super prestiżowy ani nośny w reklamach. Jest absolutnie podstawowym narzędziem, którego potrzebują ludzie, zanim będzie za późno.

A więc dla kogo to jest?

Dla Bartka, który próbuje być dobrym liderem, ale nie potrafi zapanować nad złością.

Dla Izy, która nie przespała spokojnie nocy od dwóch lat i już nie pamięta, co to znaczy czuć się wypoczętą.

Dla Marcina, który nie ma z kim pogadać o tym, że związek mu się rozpada, a właśnie wczoraj jego córka zapytała: „Tato, a czemu mama płacze?”

Dla Ani, która nie wyrabia się na dwa etaty - zawodowy i ten w domu, gdzie wszystko jest na jej głowie.

Dla Oli, która musi komuś powiedzieć, że wcale nie chciała zaczynać wszystkiego od nowa, ale teraz już nie może się wycofać.

Dla ludzi, którzy po prostu chcą rozmowy bez oceny, bez diagnozy, bez konsekwencji jako pracownika.

EAP nie rozwiąże wszystkiego. Nie uratuje związku, nie zapełni portfela, nie sprawi, że przełożona nagle zrozumie. Ale może pomóc zrobić pierwszy krok - do odbudowania poczucia wpływu, do spokojnej rozmowy z rodziną i dziećmi, do zwiększenia pewności siebie, znalezienia motywacji. Do przeżycia dnia za dniem, ze świadomością, że jest wyjście z tego ciemnego tunelu. I do znalezienia siły na działanie, świadomości, że nie jest się we wszystkim samej i samemu.

Employee Assistance Program jest też dla tych, którzy zarabiają dobrze, ale nie spina im się życie. Dla tych, którzy nie chcą iść na L4, bo boją się, że wtedy wszystko się rozsypie (lub z przyzwyczajenia nie chodzą). Dla tych, którzy na pytanie „co u Ciebie?” potrafią odpowiedzieć „po staremu,

jakoś leci”, bo na mówienie prawdy nie mają już siły.

Bo wiesz, niewyspany pracownik nie zrobi prezentacji. Zestresowany nie wymyśli dobrej kampanii, a złamany nie będzie dobrym liderem.

Niech EAP nie będzie fanaberią HR-u, kolejnym modnym hasłem i kolorową kampanią. Niech będzie narzędziem, które może komuś realnie pomóc. A pomoże także Twojej firmie. ■

”

**Nie zastanawiaj się “czy nas na to stać?”,
“Jak to wypromować?”, “A jaki # dobrać?”.
Zastanów się, czy stać Was na to, żeby
ludzie zostawali ze wszystkim sami,
a finalnie zostawili też firmę?**

Employee Advocacy

- czyli Twoja waluta na Zarządzie

W czasach kiedy informacji w biznesie jest coraz więcej, a każda następna staje się coraz mniej wiarygodna, prawdziwą staje się ta, która ma twarz. Coraz więcej firm decyduje się na zbudowanie programów Employee Advocacy zbierając zespół Ambasadek i Ambasadorów firmy, którzy z czasem stają się punktem styku z firmą.

Marcin Banaszkiewicz

Trener LinkedIn, twórca Społeczności H2H ♥, CEO my logo.



Najczęściej w tego typu programach kluczową rolę grają profesjonalne media społecznościowe i wydaje się, że LinkedIn niemal całkowicie zdominował te programy.

W firmach gdzie nauczono ludzi wykorzystywania LinkedIna do realizacji własnych celów biznesowych, stało się dokładnie to samo: ludzie dobrani do takiego programu tworzyli bardzo mocne i zgrane zespoły, co przekładało się bezpośrednio na wyniki.

Zdecydowanie mniejsza fluktuacja, większe zaangażowanie, lojalność i identyfikacja z firmą, to pierwsze efekty, które przychodzą bardzo szybko. Kolejnymi jest systematyczne pięcie się w strukturach firmy właśnie przez te osoby.

Na zewnątrz firma zyskuje wiadomość z ludzką twarzą, do którego zaufanie jest wielokrotnie większe niż w stosunku do tego co firma wypuszcza w komunikacji zewnętrznej.

Taki program sprawdzi się tylko w firmach, gdzie kultura organizacyjna jest zdrowa.

Tam gdzie ludzie są oszukiwani i źle traktowani, nigdy to się nie powiedzie.

A jak program zadziała...

Zarząd chce o nim rozmawiać, co staje się walutą dla tych, którzy ten program wdrażają.

Przy dobrze zaprojektowanym i wdrożonym programie Ambasadorskim zyskują wszyscy. ■



Szkolenia

-must have czy benefit?

Od czasów kryzysu w 2008r., w Polsce zaszła duża przemiana w podejściu do rozwoju kompetencji pracowników. Obecnie rzadko kiedy spotykam się z ówczesnym myśleniem, że rozwój kompetencji jest luksusem, który można zawiesić w czasach cięcia kosztów. Jesteśmy w oku cyklonu rewolucji AI, która wywraca nam znane nam role, zawody i modele pracy. Organizacje, które nie nauczą się nowego funkcjonowania, znikną z biznesowego krajobrazu niczym Nokia, Kodak czy MySpace. Nowe kompetencje rodzą się na naszych oczach. Nie da się ich kupić na rynku, bo wszyscy uczymy się ich dopiero teraz. Musisz rozwijać ludzi, żeby mogli rozwijać twoją firmę.

Zofia Jakubczyńska

Trenerka kompetencji przywódczych, Facilitatorka, Autorka książek o przywództwie, wspiera Liderów i Zespoły w budowaniu skuteczności, współpracy i odporności psychicznej.

Jednak samo uznanie, że rozwój jest konieczny, nie oznacza jeszcze, że organizacje potrafią to robić dobrze, a pracownicy te działania odbierają jako osobistą korzyść, a nie przykry obowiązek.

Nie jest trudno wydać budżet szkoleniowy i nie mieć efektu czy obwiesić firmowe ściany certyfikatami, które nie mają odbicia we wzroście kompetencji. Są firmy, w których na papierze wyrysowane są ścieżki kariery, a realnie ludzie są zostawieni sami sobie z nowymi zadaniami, bez wsparcia i narzędzi.

Ile w rozwoju pracowników ważą szkolenia?

Ludzie uczą się przede wszystkim w działaniu. Aż 70% rozwoju zawodowego wynika z codziennych zadań i wyzwań, 20% z relacji i współpracy z innymi, a tylko 10% z formalnych szkoleń. Dlatego warto inwestować nie tylko w treningi, ale rozwój poprzez delegowanie i udzielanie informacji zwrotnej.

Warto przyrzeć się krytycznie budżetom szkoleniowym i zastanowić się, czy nie kupujecie kompetencji, które są ugruntowane w organizacji. Warto zadać sobie krytyczne pytanie: Jak inaczej, łatwiej, lepiej zapewnić dystrybucję umiejętności? Szkolenia są jak chmiel w piwie, który będąc jedynie przyprawą dla jęczmiennego wywaru, decyduje o jego smaku.

Kiedy szkolenie staje się benefitem?

Na pewno nie wtedy, gdy dorzucimy do kafeтерии szkoleń opcję kursu z ceramiki, warsztatów sushi czy skoku ze spadochronu, choć wielu może się wydawać to ciekawą opcją. Benefit jest czymś więcej niż atrakcją. Benefit daje ludziom realną wartość, wspiera ich w tym, co dla nich osobiście ważne. Zapewne wielokrotnie w trakcie rozmów kwalifikacyjnych słyszałś, od kandydatów, że chcą zmienić pracę, bo chcą się rozwijać. Ale czy wiesz co to naprawdę dla nich oznacza? Tu dochodzimy do clue sprawy.

Pierwszym specjalistą od rozwoju jest lider, a nie HR

To liderzy w Twojej organizacji mają największy wpływ na to, czy szkolenia są "benefit" dla obu stron i pracownika i organizacji. To ich pytania i sposób prowadzenia rozmów wpływa na to, czy ludzie zaczynają dostrzegać, że w zmianach organizacyjnych, nowych projektach mają szansę realizować swoje osobiste aspiracje i czy czują się w tym procesie bezpiecznie. Wystarczy zapytać:

- Co cię obecnie interesuje zawodowo?/ W jakim kierunku chcesz się rozwijać?
- Jak twoje osobiste cele linkują z celami organizacji?
- Co z tego, o czym mówisz, możesz zdobyć samodzielnie?
- Jak ja ci mogę pomóc?
- Od kogo w firmie możesz się tego nauczyć?
- Jakie szkolenie może ci pomóc?

Wiele osób unika takich pytań w obawie, że jeśli nie będą mogli odpowiedzieć na oczekiwania pracownika, to ten odejdzie. Niektóre obawy przed inwestowaniem w rozwój ludzi dobrze oddaje anegdota, która krąży po świecie HR:

– **A co, jeśli ich rozwinimy i odejdą?**

– **A co, jeśli ich nie rozwinimy i zostaną?**

Ostatecznie rozwój pracowników to codzienna praktyka, która decyduje o przyszłości organizacji. Nie jest "łaską", ani nagrodą, a staje się prawdziwym benefitem wtedy, gdy wspiera ludzi w tym, co dla nich ważne, a nie tylko w tym, co zaplanowano w budżecie. Pytanie - czy masz liderów, którzy potrafią pomóc pracownikom to zobaczyć? Jeśli nie, może warto ich przeszkolić? ■

”

„To liderzy w Twojej organizacji mają największy wpływ na to, czy szkolenia są „benefit” dla obu stron i pracownika i organizacji.”



Mobbing i dyskryminacja

- strategię działania

Od wielu osób słyszę, że to benefit, ponieważ nie ma realnych działań w firmach.

Tej jesieni czeka nas rewolucja jeśli chodzi o kwestię mobbingu i dyskryminacji w miejscu pracy. Wejdą w życie nowe przepisy do Kodeksu Pracy: uprości się definicja mobbingu, która będzie brzmieć: **Mobbing to uporczywe nękanie pracownika.**

Zniknie więc wymóg długotrwałości i udowodnienia zaniżenia przydatności zawodowej „ofiary”. Rozbudowane zostaną obowiązki Pracodawcy.

Do zapisu: „Pracodawca zobowiązany jest przeciwdziałać mobbingowi w miejscu pracy” zostaną dodane kluczowe słowa: „stałe i aktywnie”.

Co to oznacza? Czy to coś zmienia?

Kasia Matyjewicz

Działaczka antymobbingowa, trenerka, ekspertka HR.

Do tej pory, jeśli PIP lub sąd wysyłał zapytanie o działania antymobbingowe, Pracodawca musiał wykazać choćby jedną aktywność w tym zakresie, np. szkolenie raz w roku lub potwierdzenie, że Pracownik zapoznał się z regulaminem lub polityką antymobbingową.

W myśl nowych przepisów to nie wystarczy. Tak jak PIP może w każdej chwili skontrolować czy pracujemy w warunkach bezpiecznych pod kątem BHP, tak będzie teraz kontrolował bezpieczeństwo psychologiczne Pracowników.

Jak?

Działy HR będą musiały wykazać, że Pracodawca „stałe” szkoli i przypomina o polityce antymobbingowej i antydyskryminacyjnej. Zatem:

- uczy co jest mobbingiem, dyskryminacją, a co nie jest
- na czym polega dozwolona presja managerska, a gdzie zaczynają się zachowania niepożądane
- jak reagować na nieprawidłowe sytuacje
- jak zgłaszać incydenty

Poza tym, Pracodawca ma obowiązek reagować na zgłoszenia, rozpatrywać je, interweniować i zadośćuczynić w przypadku naruszeń.

Wymóg, by te działania były stałe i aktywne oznacza również:

- wpisanie edukacji antymobbingowej / antydyskryminacyjnej do całego cyklu życia pracownika, już od preonboardingu
- konieczność, by działania edukacyjne były częste i zróżnicowane, tak by miały atrakcyjną i zrozumiałą formę dla pracowników na każdym szczeblu.

Zatem koniec ze szkoleniami tylko na papierze albo polityką antymobbingową ukrytą gdzieś w intranecie.

Jednak poza dodatkowymi obowiązkami Pracodawców, nowe przepisy dają też nowe prawa: Pracodawca może zostać zwolniony z odpowiedzialności za mobbing, jeśli udowodni, że prowadzi stałe i aktywne przeciwdziałanie mobbingowi, a mobberem nie jest bezpośredni przełożony osoby doświadczającej mobbingu.

To korzystna zmiana dla wszystkich ze stron i nacisk na prewencję. Wszystkim nam chodzi o to, by do mobbingu nie dochodziło! ■

Programy rozwoju językowego

- benefit z prawdziwym potencjałem (jeżeli go dobrze wykorzystasz)

Myślisz o benefitach na 2026 rok?

Może klasyk – karta sportowa, prywatna opieka medyczna, owocowe czwartki...

A co powiesz na programy rozwoju językowego, które – co warto podkreślić – nie są tym samym co „lekcje językowe”?

Nicole Tomanek

Autorka książki „HR bez TABU”, top twórczyni HR na LinkedIn, prelegentka, recenzentka.

Doskonale rozumiem Twój sceptycyzm: „Robiliśmy to, nie wypaliło”,

„Nikt nie korzystał”,

„Postawmy na rozwijania, które wszyscy znają i traktują jako standard”.

Takie argumenty słyszałam wiele razy i właśnie dlatego wiem, jak zrobić to dobrze. I już spieszę by Ci to przybliżyć. Kluczowym etapem wdrażania sensownego programu rozwoju językowego jest diagnoza potrzeb biznesowych i językowych zespołu. Nie ma sensu uruchamiać kolejnej edycji „rozmów ogólnych”, jeśli organizacji zależy na specjalistycznym słownictwie albo realnym wsparciu obsługi konkretnych rynków.

Zamiast opierać się na bazowych testach poziomujących, zdecydowanie lepiej postawić na audyty językowe przygotowywane przez dostawcę z uwzględnieniem autentycznych sytuacji zawodowych i oczekiwań firmy. Takie dopasowanie przekłada się na prawdziwe zaangażowanie uczestników i szybko widoczne rezultaty – jednym słowem, to inwestycja przekładająca się na wynik.

Język otwiera drzwi – to oczywiste. Jednak dla HR-owca największą przewagą dobrze wdrożonego programu językowego jest to, że taka inwestycja przyspiesza onboarding na nowych rynkach, usprawnia komunikację z międzynarodowymi partnerami, wzmacnia zaangażowanie i motywację pracowników, poprawia retencję i pozwala zatrzymać kluczowe talenty.

”

„Największa siła programów językowych ujawnia się wtedy, gdy traktujemy je jak każdą inną inwestycję biznesową.”

Nie mierzymy ich skuteczności tylko w słupkach frekwencji - mierzymy wzrost liczby projektów międzynarodowych, podpisanych kontraktów, poprawę atmosfery pracy, satysfakcję z codziennych zadań, obniżenie rotacji czy zdobycie nowych kompetencji.

Organizacje, które skrupulatnie obliczają ROI (stosunek zysków do kosztów programu), mają konkretne argumenty: wykazują wzrost efektywności operacyjnej, ograniczenie kosztów rekrutacji, wyższą retencję oraz przewagę nad konkurencją.

Kluczowa różnica w realizacji i efektywności benefitów językowych to nie tylko dobór formatów, ale i przejrzysta komunikacja, narzędzia do mierzenia postępów oraz jasne powiązanie z rozwojem zawodowym i biznesowym.

Tak zrealizowany program ma szansę stać się nie tylko silnym argumentem w walce o talenty, lecz także trwałym fundamentem nowoczesnej, zaangażowanej kultury organizacyjnej – benefitem, który realnie buduje przewagę, bo odpowiada na konkretne wyzwania i daje mierzalne efekty, a nie jest tylko kolejną pozycją na liście benefitów. ■

Biblioteka pracownicza

- benefit pracowniczy w czasach, gdy coraz mniej osób czyta książki?

Brzmi nietypowo, a jednak może stać się jednym z najbardziej inspirujących sposobów na integrację i rozwój zespołu. Wystarczy odrobina kreatywności, by firmowa biblioteka nie była tylko zbiorem zakurzonych tomów, ale prawdziwym źródłem wiedzy, wymiany doświadczeń i budowania relacji.

Paweł Jaczewski

Doradca książkowy. Menedżer w Wydawnictwie MT Biznes.

01 Biblioteka w firmie. Niech to miejsce żyje! Nie zrób z biblioteki firmowej składnicy niepotrzebnych książek. Jednym ze sposobów na taką bibliotekę jest wręczenie każdemu pracownikowi określonego koloru zakreślacza. Niech podkreśla, co dla Niego / dla Niej ważne, niech notuje po książce. A potem kolejna osoba – niech weźmie swój kolor i czytając książkę zrobi to samo. Tym samym upieczemy dwie pieczenie na jednym ogniu – pracownicy przyswajają wiedzę z książki i lepiej się poznają widząc, co jest dla nich ważne w książkach.

02 Warsztaty z książką. Tak często mówi się o kształtowaniu kultury organizacyjnej, o tym, by pracownicy chłonili zasady wpisane w DNA firmy. To nie jest takie łatwe. Łatwiejsze jest, gdy każdy z pracowników otrzyma książkę do przeczytania i potem omówicie ją wspólnie – może to być luźna rozmowa, może być warsztat. Szczególnie dobrze do tego nadają się dwie: „Szef wymagający i wyrozumiały” oraz „Nigdy nie zarządza sam”. Życzę Wam ciekawych dyskusji!

03 E-biblioteka, a może Audio-Biblioteka. Tempo, w jakim żyjemy i pracujemy powoduje, że czasem lepiej wysłuchać książki w drodze do domu niż ją przeczytać. Twoja biblioteczka firmowa nie musi być regałem w firmie. Możesz podarować swoim pracownikom... niewidzialne. Jednym z ciekawszych sposobów jest przygotowanie dla pracowników kart przedpłaconych w eleganckim pudełku, które sami wykorzystają na wybór takich audiobooków / ebooków jakie chcą.

04 Dedykowany prezent i tły wzruszenia w oczach Twoich pracowników. Chcesz pokazać pracownikom, jak bardzo Ci zależy. Jednocześnie brakuje Ci czasu na personalizację prezentów. Agdyby tak podczas eventu firmowego Menedżerowie wręczali spersonalizowane książki (w barwach i z logo Twojej firmy)... to nie wszystko. Każdy Menedżer własnoręcznie napisałby dedykację, za

co docenia każdego pracownika swojego zespołu. Pomyśl sobie, co wtedy poczułby pracownik, który otrzymałby np. książkę „Autobus Energii” z własnoręczną dedykacją.

05 Bookcrossing pracownicy – zrób ankietę i zbierz listę tytułów książek rozwojowych (i nie tylko) od swoich pracowników. Kup te książki do biblioteki firmowej. Na stronie tytułowej oznacz czyja to ulubiona książka. To kolejny sposób na poznawanie ciekawych książek i siebie nawzajem.

To tylko 5 z setek pomysłów, które mam w głowie. A może Twój zespół jest wyjątkowy, wymyka się regułom i potrzebujesz podpowiedzi? Napisz do mnie na LinkedIn. Pomogę przygotować spersonalizowane rozwiązanie, które zachęci Twój zespół do czytania. ■

Smak zespołu

- jak jedzenie buduje kulturę organizacyjną?

W nowoczesnym HR mówi się dziś o well-beingu, empatii, miękkich kompetencjach, kulturze organizacyjnej i zaangażowaniu. Jednak coraz częściej do tego słownika wkrada się jedno słowo: **JEDZENIE**.

Nie jako dodatek. Nie jako „owoc raz w tygodniu”. Tylko jako świadome, strategiczne narzędzie budowania relacji. Bo prawda jest taka: **przy jedzeniu ludzie się otwierają**. Rozmawiają. Śmieją. Poznają. Niezależnie od działu, stażu, czy liter przed nazwiskiem – przy stole jesteśmy sobie równi.

Anna Cieciorńska

Prezes spółki Anielskie Ciastka.



Wspólne chwile przy posiłku są często bardziej wartościowe niż nie jedna godzina na sali konferencyjnej.

Dlatego firmy coraz chętniej inwestują w smak i atmosferę:

- **Owocowe Czwartki** – kolorowy stół, pełen świeżych owoców. To prosty sygnał: „Dbamy o Ciebie i Twój dzień”. Idealna przerwa między mailem a spotkaniem.
- **Ciasteczkowe Piątki** – to nowy trend – koniec tygodnia z uśmiechem. Personalizowane ciastka z logo firmy, motywującym cytatem albo zabawnym hasłem. Często to pretekst do zatrzymania się, rozmowy w kuchni i zakończenia tygodnia w lekkim tonie.
- **Vouchery na lunch** – karty żywieniowe – elastyczny benefit, który daje pracownikowi wybór. Może zjeść tam, gdzie lubi – z kim chce, kiedy chce. To docenienie jego niezależności i codziennych potrzeb.
- **Kawa, która naprawdę smakuje** – koniec z fusami i kwaśną zlewką. W wielu firmach dobra kawa to już standard. Bo aromat świeżo mielonej kawy w biurze to nie tylko przyjemność – to znak, że „tu warto być”.

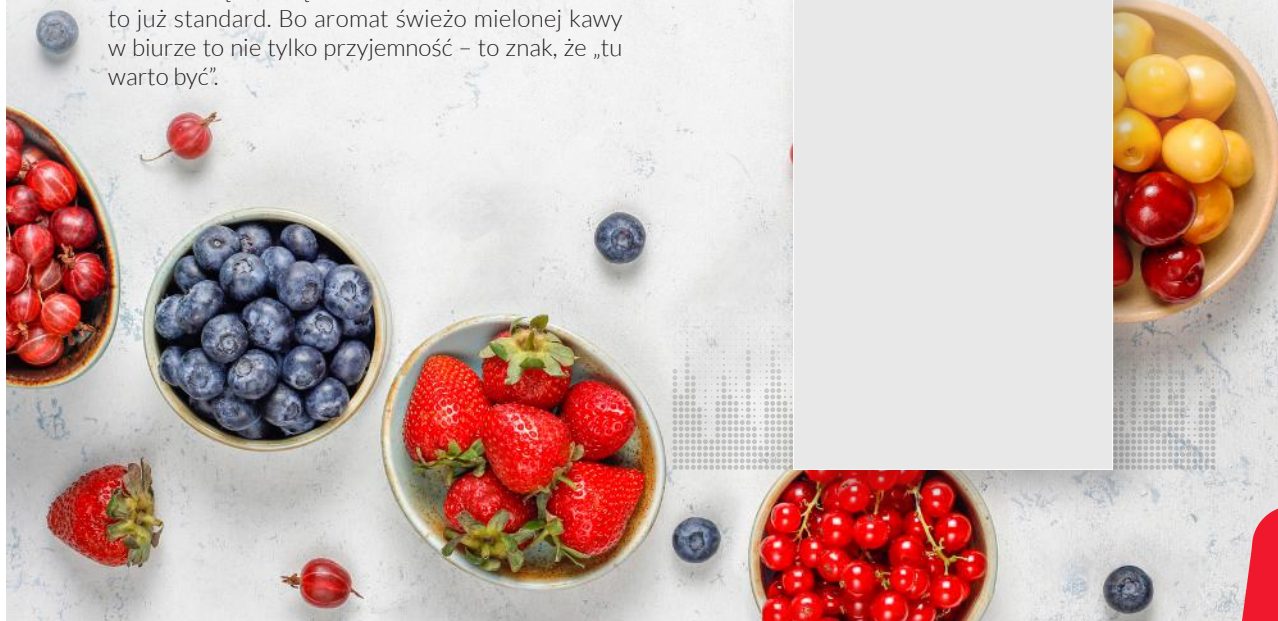
Czy to wszystko są „benefity”?

A może rytuały codzienności, które mają realny wpływ na atmosferę, zaangażowanie i relacje w zespole?

”

„Coraz więcej firm dostrzega, że to, co jemy w pracy – i jak to jemy – mówi wiele o kulturze organizacyjnej. Dlatego jedzenie w firmie to nie trend z Instagrama. To strategia bliskości, docenienia i ludzkiego podejścia.”

A może właśnie ten jeden dzień w tygodniu, kiedy wszyscy spotykają się przy ciastku z logo albo misce truskawek, sprawia, że chce się pracować... razem. ■



Etykieta i kultura w biznesie

Mimo iż często można odnieść wrażenie, że czasy nienagannyh manier minęły, a zasady savoir-vivre to relikty przeszłości, to statystyki pokazują, że stosowanie etykiety jest nadal jednym z najważniejszych wyznaczników profesjonalizmu każdej firmy i jedną z podstawowych kompetencji zawodowych. Okazywanie szacunku na różnych płaszczyznach naszego życia, nie tylko świadczy o tym jak traktujesz innych, ale jakim Ty sam jesteś człowiekiem.

Ewa Brok

Ekspertka Savoir-vivre w biznesie, trenerka, autorka książki „Kulturalnie w Social Media”.

Wobecnych czasach, gdy wiele relacji oraz spotkań nie tylko towarzyskich, ale również biznesowych przenosi się do świata online, zasady savoir-vivre dają poczucie bezpieczeństwa, pomagają zapobiegać nieporozumieniom i wzmacniają wizerunek pracownika i firmy. To szczególnie ważne, gdy działamy w środowisku wielokulturowym i międzypokoleniowym.

„Ewa, nie da się nauczyć kultury w 4 godziny, prawda?” – usłyszałam, kiedyś od jednego z dyrektorów.

Nie da się, natomiast jest to wystarczający czas, aby zasiać wątpliwość, dotyczącą niektórych zachowań i słów. Bo jak zasiać wątpliwość, to zaczynamy MYŚLEĆ nad tym co mówimy, co robimy i ta świadomość, sprawia, że komunikacja staje się nie tylko efektywna, ale przede wszystkim udana.

Oto co między innymi zyskujemy, zwracając uwagę na etykietę biznesową?

1. Stosując zasady etykiety szanujesz różnorodność, indywidualność i respektujesz normy kulturowe, co zmniejsza ryzyko nieporozumień i buduje zaufanie. A respektowanie hierarchii, zasad pierwszeństwa i dress code na spotkaniach pomaga zachować dobre relacje i profesjonalizm.
2. Zasady etykiety mówią o aktywnym słuchaniu, asertywności, otwartym dialogu, nawet, jak towarzyszą mu negatywne emocje, odchodzimy od zbyt formalnego tonu, również w korespondencji e-mailowej, gdzie sporo się zmieniło.
3. Utrzymywanie lojalności i dotrzymywanie słowa – wywiązywanie się z umów, ochrona danych osobowych i dyskrecja, mają wpływ na wiarygodność i zaufanie. A punktualność, to nie tylko stawianie się punktualnie na umówione spotkania, to także termi-

nowe realizowanie zobowiązań, co wzmacnia naszą reputację niezawodności.

W czasach, gdy mamy taką dostępność produktów, usług, treści, ludzie szukają czegoś więcej, szukają akceptacji, docenienia i uwagi. Wierzę, że dobre nawyki mogą stać się naszym sprzymierzeńcem. Dzięki nim budujemy markę osobistą, a ta z kolei jest najlepszą wizytówką każdego przedsiębiorstwa.

Realizując szkolenia, webinary i prelekcje pokazuję, że nie chodzi o ograniczające zasady, ale o naszą autentyczność wyrażaną z klasą! Udowadniam, że savoir vivre nie jest reliktem przeszłości, a odpornym na działanie czasu narzędziem, które wspiera rozwój inteligencji społecznej, czyli zdolności do postępowania z innymi ludźmi. ■

Dostęp dla wszystkich do AI

Na co dzień tworzę zespół fantastycznych ekspertek i ekspertów w Staffly, mając przyjemność budować technologię, która wspiera działy HR. Moja codzienna praca opiera się zatem na rozmowie z pracowniczkami i pracownikami działów HR na różnych szczeblach - od rekrutek/ów aż po dyrektorki/dyrektorów HR.

Dzięki temu mam okazję zderzać punkt widzenia dotyczący spojrzenia na technologię i - przy okazji - czerpać wiedzę z różnych perspektyw i biorąc także pod uwagę organizacje o przeróżnych rozmiarach i specyfice na polskim rynku.

Filip Sobel
CEO & Founder Staffly.



Widzę jeden powtarzający się schemat. Pomimo całego szumu - w wielu organizacjach **AI wciąż jest... tylko dla wybranych**. Działy HR wykorzystują wiele różnych „wtyczek”, marketing ma swoich asystentów AI do pisania lub tworzenia treści, a zarząd generuje podsumowania lub slajdy z prezentacjami. Tymczasem szeregowy pracownik administracyjny, inżynier czy team leader na produkcji - wciąż pracują dokładnie tak jak kilka lat temu.

Znam pracowników, jak i całe organizacje, wśród których słowo „AI” wciąż wzbudza wiele kontrowersji i obaw. Lęk przed zastąpieniem czy utratą pracy to bardzo realna emocja - powinniśmy moim zdaniem pamiętać, że stoimy u progu kolejnej rewolucji (być może nawet na miarę tej przemysłowej), co w efekcie nie oznacza utraty zatrudnienia, tylko zmianę priorytetów.

”

Lęk przed zastąpieniem czy utratą pracy to bardzo realna emocja - powinniśmy moim zdaniem pamiętać, że stoimy u progu kolejnej rewolucji...

Jeśli uwolnimy moce przerobowe w obszarach najbardziej powtarzalnych - główną korzyścią będzie to, że zyskamy przestrzeń na działania, które wymagają empatii, strategicznego myślenia i odwagi. To rzeczy, których AI (przynajmniej na dziś) nie zrobi za nas.

Dla pracownika oznacza to mniej stresu, więcej przestrzeni, mniej błędów, większe poczucie sprawczości i po prostu szybsze działanie. Z kolei przedsiębiorstwa zyskują na oszczędności czasu (i zasobów), trafniejszych decyzjach i efektywności.

Bo kto (z perspektywy np. działu HR) nie chciałby szybciej generować umów, mniej razy przeklejać tę samą formułkę na powtarzające się pytania pracowników i przestać przypominać o terminach bądź wysyłania alertów do innych pracowników? ■

Benefit z lasu

- o profilaktyce, której brakuje w firmach

“Kąpiele leśne – benefit jutra czy podstawowe narzędzie profilaktyki?”

Paulina Patro

Ekspertka w dziedzinie wellbeing, pedagogożka, akredytowana Coach & Mentor EMCC, certyfikowana konsultantka kryzysowa i pasjonatka natury.

W świecie zdominowanym przez ekrany, pośpiech i przestymulowanie, dobrostan psychiczny pracowników przestaje być luksusem, a staje się kluczowym elementem strategii HR. Niestety, wiele firm nadal sprowadza „wellbeing” do owocowych czwartków i kanietu na siłownię. Tymczasem prawdziwa profilaktyka zdrowia psychicznego jak i fizycznego – ta, która realnie działa – coraz częściej prowadzi nas... do lasu.

Kąpiele leśne (jap. shinrin-yoku) to praktyka zanurzenia się w atmosferze lasu za pomocą zmysłów i zaproszeń do doświadczenia środowiska leśnego, bez pośpiechu, celu czy telefonu w ręce. Pochodzi z Japonii, gdzie już w latach 80. XX wieku wprowadzono ją jako element narodowej strategii zdrowia publicznego. Obecnie jest **potwierdzoną naukowo** metodą redukcji stresu, obniżenia ciśnienia krwi i wsparcia odporności. W Polsce – mimo rosnącej popularności wśród osób indywidualnych – ten trend nadal rzadko trafia do firm jako benefit pracowniczy.

Tu właśnie pojawia się potencjał na rewolucję w HR 2026: kąpiele leśne i lasoterapia jako nowa forma troski o zespół. Coraz więcej badań potwierdza, że regularny kontakt z naturą:

zwiększa
koncentrację
i kreatywność

obniża
poziom
kortyzolu

redukuje objawy
wypalenia

wzmacnia
poczucie sensu
i przynależność

Brzmi jak opis idealnego pracownika, prawda?

Tymczasem wiele biur wciąż nie ma ani jednej rośliny, a firmowe integracje ograniczają się do sali konferencyjnej lub baru. W dobie rosnącej liczby zwolnień psychiatrycznych, coraz silniejszego zjawiska quiet quitting i chronicznego zmęczenia – leśna profilaktyka nie powinna być modą, lecz **standardem**.

Firmy, które jako pierwsze odważą się wprowadzić tego typu benefity – np. regularne wyjścia do lasu z przewodnikiem, warsztaty uważności w naturze czy indywidualne zielone recepty dla pracowników – zyskają nie tylko zdrowszy zespół, ale i przewagę konkurencyjną. Bo dobrostan to nie koszt. To inwestycja w ludzi.

Zielona rewolucja w HR nadchodzi - pytanie, czy Twoja firma zdąży w nią wejść zanim stanie się koniecznością. ■

Edukacja finansowa pracowników

W Polsce, w wielu rodzinach, pieniądze nadal są tematem tabu. Większość dorosłych osób nie potrafi rozmawiać na temat gromadzonych środków finansowych. A przecież każda Polka, każdy Polak powinna/powinien zadbać o swoje finanse osobiste, ocenić potrzeby własne i swojej rodziny, a także wysokość niezbędnych dochodów. Prawidłowe określenie budżetu domowego pomoże w tym.

Poza tym dorosły człowiek powinien przygotować się na sytuacje losowe, które pojawiają się w życiu.

Mirosława Zachaś – Lewandowska

Ekspertka, trenerka, wykładowca z zakresu przeciwdziałania praniu pieniędzy oraz finansowaniu terroryzmu, Compliance i Whistleblowing, a także audytorka w instytucjach obowiązanych.



Niestety w każdej firmie pracują osoby, które nie potrafią zarządzać swoimi pieniędzmi. Budżet domowy to dla wielu pracowników abstrakcja.

Co taka sytuacja może spowodować w organizacji?

Osoby, które nie rozumieją zależności pomiędzy dochodami i wydatkami bardzo często powodują niezdrową atmosferę w firmie. Ich niezadowolenie przenosi się na innych pracowników. To podczas wspólnie spędzonego czasu: śniadań, kaw, a także na imprezach integracyjnych, dochodzi do poruszania różnych tematów. Nie oszukujmy się, bardzo często tymi tematami są właśnie pieniądze, a dokładniej: wysokość pensji, premii i benefity pracownicze.

Osoby nie umiejące zarządzać własnymi finansami bardzo często powodują w firmach „niezdrową atmosferę”, podburzają innych, wyrażają w bardzo szkodliwy sposób swoje niezadowolenie, a nawet organizują strajki.

Niestety wielu Polaków nie ma podstawowej wiedzy dotyczącej zarządzania finansami. To powoduje, że ludzie rozpoczynający pracę nie potrafią zaplanować jakie środki finansowe powinni przeznaczyć na konkretne potrzeby, a także jak zaplanować wydatki niezbędne w przyszłości, jak oszczędzać czy inwestować.

W konsekwencji wiele dorosłych osób bardzo szybko wpada w spiralę kredytów, pożyczek, zadłuża się na potęgę, a nawet dochodzi do upadłości konsumenckiej.

Wszechobecny konsumpcjonizm bardzo temu sprzyja. Widać to także w wielu firmach, szczególnie w tych, w których cały czas panuje kult pieniądza.

Właśnie dlatego uważam, że niesamowicie istotnym i potrzebnym benefitem pracowniczym jest edukacja finansowa.

Szkolenia, warsztaty lub webinary w tym temacie są wręcz niezbędnym elementem edukacji pracowników. To niestandardowy benefit, który jest bardzo dobrze

przyjmowany w różnych firmach przez ich pracowników. Zarówno osoby na szczeblach menedżerskich, jak i szeregowi pracownicy bardzo doceniają takie wydarzenia.

Warto zauważyć, iż rozmowy z pracownikami o potencjalnych podwyżkach także łatwiej przeprowadza się po szkoleniu „Budżet domowy uszyty na miarę”. Warto podczas takich rozmów podjąć temat praktycznego stosowania wskazówek, których udzielił trener na takim warsztacie, szkoleniu czy webinarze.

Warto także takie wydarzenia przeprowadzać cyklicznie, sprawdzać efekty wprowadzania danych rozwiązań przez pracowników. Bardzo dobrym rozwiązaniem jest także wprowadzenie dyżuru eksperta finansowego. Podczas takich indywidualnych spotkań pracownicy będą mogli zweryfikować wprowadzone przez siebie rozwiązania i pomysły na zarządzanie finansami.

Bo każdy z nas, praktycznie każdego dnia wydaje pieniądze, a pracownik otrzymuje wynagrodzenie raz w miesiącu. Właśnie dlatego prowadzenie budżetu domowego to obowiązek, a nie żadna fanaberia, czy wymysł. ■

Polisa indywidualna jako benefit pracowniczy

Najlepszą strategią zarządzania ryzykiem jest połączenie profilaktyki zdrowotnej z ubezpieczeniową.

W moich rozmowach z zarządaniami i działami HR coraz częściej pojawia się refleksja, że choć fundamentem każdej firmy są zespoły - to ich siłę budują konkretni ludzie. I to właśnie indywidualne podejście do człowieka zaczyna odgrywać kluczową rolę w budowaniu prawdziwego zaangażowania i lojalności.

Dorota Rembiszewska MDRT

Ekspertka ds. finansowego bezpieczeństwa i ochrony życia

Właścicielka „Polisa na miarę”, mentorka i autorka MasterClass dla doradców ubezpieczeniowych.

Nie da się tego osiągnąć poprzez uniwersalne, jednakowe dla wszystkich rozwiązania. Każdy pracownik ma inną sytuację życiową, inne potrzeby i inne obawy. Dlatego personalizacja w obszarze benefitów - zwłaszcza tych dotyczących bezpieczeństwa i ochrony - staje się odpowiedzią na coraz bardziej świadome oczekiwania pracowników, którzy nie szukają już kolejnych dodatków, ale chcą mieć pewność, że ktoś naprawdę rozumie ich sytuację i to, co dla nich najważniejsze.

Korzyści dla pracownika z wprowadzenia takiego benefitu w firmie:

- Zyskuje konkretne zabezpieczenie finansowe w sytuacjach kryzysowych, takich jak ciężka choroba, wypadek czy utrata zdolności do pracy.
- Otrzymuje możliwość dopasowania zakresu ochrony do jego sytuacji życiowej, rodzinnej, jego indywidualnych potrzeb i obaw – to nie jest „jeden szablon dla wszystkich”.
- Odczuwa troskę i zaangażowanie pracodawcy – nie tylko poprzez słowa, ale konkretne działanie.
- Jeśli zachoruje, to szybciej wraca do zdrowia i do pracy – bo nie jest zdany sam na siebie, tylko dzięki pracodawcy ma zapewnione środki i dostęp do najlepszych metod leczenia na świecie.

Korzyści dla pracodawcy:

- Wprowadza benefit, który realnie wyróżnia firmę na rynku pracy – nie wysokością budżetu, ale jakością i podejściem.
- Zwiększa zaangażowanie i lojalność zespołu – pracownicy chętniej zostają tam, gdzie czują się bezpieczni.
- Redukuje rotację, co przekłada się na niższe koszty rekrutacji.

- Może dopasować sposób finansowania polisy – w całości lub częściowo, w zależności od możliwości firmy.
- Działa prewencyjnie – zabezpieczając swoich ludzi zanim życie ich zaskoczy.

W tym kontekście indywidualna polisa ochronna staje się czymś znacznie więcej niż formalnym dodatkiem do pakietu świadczeń. Takie rozwiązanie mówi: widzimy Cię. Nie jako numer w strukturze, ale jako osobę z realnym życiem, bliskimi, odpowiedzialnością i potrzebą bezpieczeństwa. Nowoczesne organizacje przestają zatem pytać: co jeszcze możemy dorzucić do kafeterii benefitowej? Tylko: co naprawdę daje pracownikowi spokój i bezpieczeństwo – nawet w sytuacjach granicznych? Dla mnie odpowiedź jest prosta: indywidualna polisa na życie jako benefit pracowniczy. To nie dodatkowy koszt dla firmy - to strategiczna decyzja i bardzo czytelny sygnał: „Tworzymy miejsce, w którym ludzie chcą zostać i się rozwijać bo czują się ważni i zaopiekowani.” ■

Benefity dla osób 50+

Polskie społeczeństwo starzeje się w szybkim tempie. Na początku 2025 roku aktywnych zawodowo było ok. 17,66 mln osób, z czego 17,06 mln pracowało, a ponad 600 tys. pozostawało bez pracy. To zaledwie 58,2% populacji w wieku 15–89 lat. Struktura rynku pracy pokazuje jasno: najczęściej pracuje osób między 25. a 44. rokiem życia, najmniej – młodych i tych po 60. roku życia. Mediana wieku pracujących wynosi już 42,8 lat, a według prognoz OECD do końca dekady połowa zatrudnionych będzie miała powyżej 45 lat.

Do tego co roku ubywa nawet 100 tys. osób w wieku produkcyjnym. To nie jest problem przyszłości – to wyzwanie, które organizacje muszą rozwiązywać już dziś.

Emilia Gawryluk

Konsultantka | Trenerka | CEO Odcienie biznesu.



W tej rzeczywistości szczególnie trudna staje się sytuacja pracowników 50+. To tzw. „pokolenie kanapkowe” – z jednej strony wspierają dorastające lub niesamodzielne finansowo dzieci, z drugiej opiekują się starzejącymi się rodzicami. Dźwigają więc obowiązki zawodowe, rodzinne i opiekuńcze. Do tego dochodzi naturalny kryzys wieku średniego – pytania o sens dalszej kariery, zdrowie, energię. To mieszanka, która sprzyja wypaleniu, obniża efektywność i zwiększa ryzyko odejść z organizacji.

I tu właśnie mamy ogromną lukę. Urlopy i benefity dla rodziców małych dzieci są już standardem. Ale wsparcie dla pracowników sprawujących nieformalną opiekę nad rodzicami czy dziadkami praktycznie nie istnieje. A przecież to realna codzienność coraz większej części pracowników. Brak takiego wsparcia oznacza przeciążenie, absencję i w konsekwencji – także większą rotację.

Ich odejście to utrata kapitału wiedzy, wyższe koszty rekrutacji i dłuższe wdrożenia nowych osób – a to bezpośrednio uderza w wynik finansowy firmy.

Dlatego benefity wspierające opiekunów osób starszych – dodatkowe dni wolne, elastyczne godziny pracy, programy medyczne obejmujące rodziców czy dostęp do doradztwa i organizacji opieki – nie powinny być traktowane jako „miły dodatek”.

To strategiczna inwestycja w przyszłość rynku pracy, która zdecyduje, kto utrzyma przewagę konkurencyjną w nadchodzącej dekadzie. ■

”

Z biznesowej perspektywy utrzymanie dojrzałych pracowników to dziś klucz. To oni wnoszą unikatowe doświadczenie, know-how i stabilność, których nie da się zbudować w krótkim czasie.



ROZDZIAŁ BONUSOWY

KONTAKT DO EKSPERTEK I EKSPERTÓW



Magdalena Król

www.queensolutions.pl

Mentorka, Trenerka, Coach, Prelegentka, Właścicielka firmy Queen Solutions, gdzie wspiera organizacje i ludzi w rozwoju – tym prawdziwym, głębokim opartym na wartościach.



Paulina Werczyńska

www.longlife.pl

Wellbeing creator i Członek Zarządu w LongLife. Zarządza strategią marketingową z naciskiem na budowanie wizerunku firmy w obszarze medycyny stylu życia.



Anika Osmólska

Head of People and Culture w Traffit.



Aleksandra Borkowska

Pasjonatka i ekspertka employer branding, praktyczka HR. Doradza firmom, jak tworzyć miejsca pracy, w których ludzie chcą - a nie muszą - być.



Marcin Banaszekiewicz

www.strategiamarkipersonalnej.pl

Trener LinkedIn, twórca S połączności H2H ♥, CEO my logo.



Zofia Jakubczyńska

www.jakubczynska.pl

Trenerka kompetencji przywódczych, Facilitatorka, Autorka książek o przywództwie, wspiera Liderów i Zespoły w budowaniu skuteczności, współpracy i odporności psychicznej.



Kasia Matyjewicz

Działaczka antymobbingowa, trenerka, ekspertka HR.



Nicole Tomanek

www.hrsmatic.pl

Autorka książki „HR bez TABU”, top twórczyni HR na LinkedIn, prelegentka, recenzentka.



Paweł Jaczewski

www.mtbiznes.pl

Doradca książkowy. Menedżer w Wydawnictwie MT Biznes.



Anna Cieciorńska

www.anielskieciastka.pl

Prezes spółki Anielskie Ciastka.



Ewa Brok

www.ewabrok.pl

Ekspertka Savoir-vivre
w biznesie, trenerka, autorka
książki „Kulturalnie w Social
Media”.



Filip Sobel

www.staffly.pl

CEO & Founder Staffly.



Paulina Patro

www.naturecoachinginstitute.eu

Ekspertka w dziedzinie wellbeing,
pedagożka, akredytowana
Coach & Mentor EMCC,
certyfikowana konsultantka kryzysowa
i pasjonatka natury.



Mirosława Zachaś – Lewandowska

www.walutawiedzy.pl

Ekspertka, trenerka, wykładowca z zakresu
przeciwdziałania praniu pieniędzy
oraz finansowaniu terroryzmu, Compliance
i Whistleblowing, a także audytorka
w instytucjach obowiązanych.



Dorota Rembiszewska

www.polisanamiare.pl

Ekspertka ds. finansowego bezpieczeństwa
i ochrony życia. Właścicielka „Polisa na miarę”,
mentorka i autorka MasterClass
dla doradców ubezpieczeniowych.



Emilia Gawryluk

www.odcieniebiznesu.pl

Konsultantka, Trenerka, CEO Odcienie biznesu.



Dawid Lewandowski

Projekt i skład
graficzny booka



Nieoczywiste Trendy HR 2026

Subiektywny przegląd benefitów

www.longlife.pl