



# RAPORT Z BADANIA SKANER SEKTORA MŚP 4Q2024



## Benefity w firmach MŚP



Badanie omnibusowe wśród mikro, małych  
i średnich firm, technika CATI, próba  
ogólnopolska N=500



Realizacja: Instytut Keralla Research na zamówienie  
VanityStyle Sp. z o.o. październik 2024

## WYZWANIA W OBSZARZE PRACOWNICZYM



### WYZWAŃ W OBSZARZE PRACOWNICZYM JEST WIELE, ALE NAJWAŻNIEJSZE TO ROSNĄCA INFLACJA, KTÓRA WPŁYWA NA OCZEKIWANIA PŁACOWE I CORAZ WYŻSZE KOSZTY OPERACYJNE

- Ponad 35 proc. firm potwierdza, że największym wyzwaniem jest obecnie rosnąca inflacja i związane z nią coraz wyższe oczekiwania płacowe.
- Co czwarty przedsiębiorca boryka się z także z większymi kosztami operacyjnymi. Do istotnych problemów firmy MŚP zaliczają również:

- ✓ Rotację pracowników (20,4 proc.)
- ✓ Wysoki poziom stresu wśród pracowników (19,4 proc.)
- ✓ Spadek motywacji i zaangażowania zespołu (18,2 proc.)

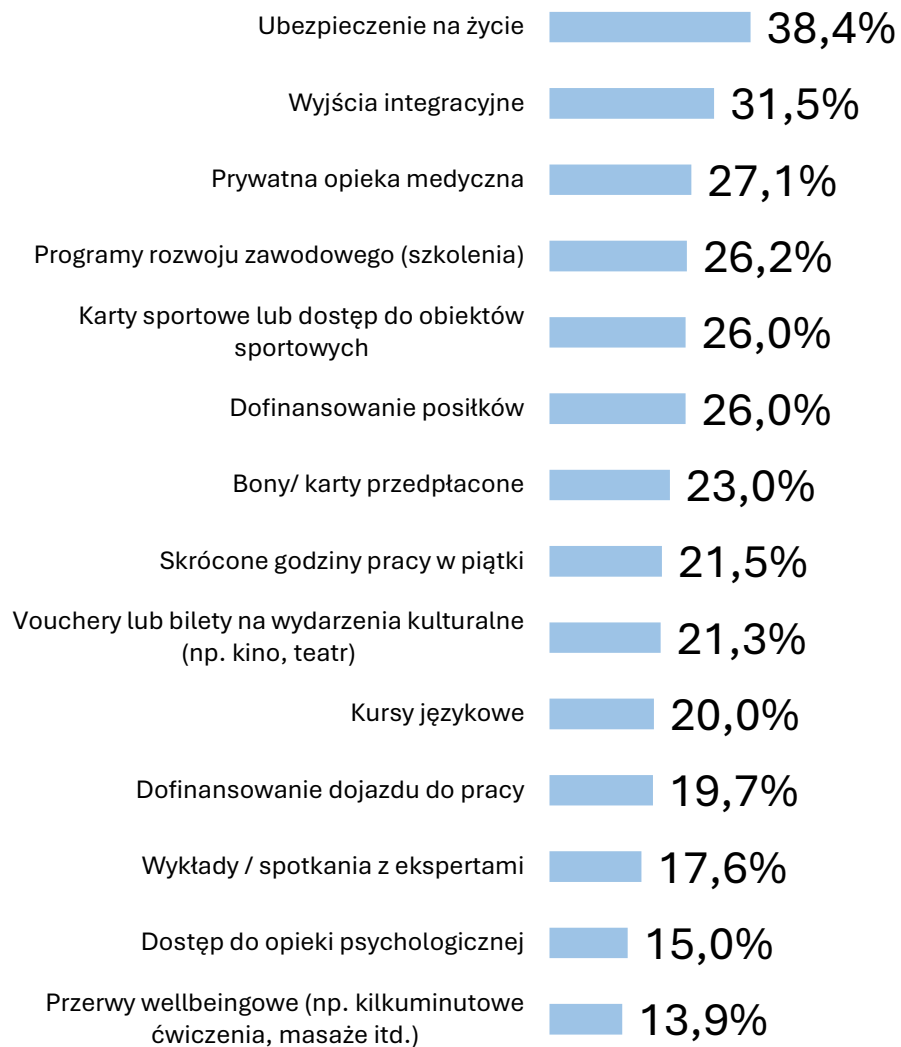
- Rosnąca inflacja to wyzwanie, na które wskazują istotnie częściej firmy mikro (5-9) i małe (10-49).
- Rosnące koszty operacyjne oraz wysoka rotacja pracowników to problemy, z którymi borykają się głównie największe podmioty (50-249). O wysokiej fluktuacji mówią także producenci, którzy dodatkowo wskazują na niedobór zasobów personalnych w dziale HR.
- Spadek motywacji i zaangażowania zespołu to wyzwanie głównie firm najmniejszych, zatrudniających 5-9 osób.

N=500

Nie sumuje się do 100 proc., wielokrotna odpowiedź.

Q. Co obecnie jest dla Państwa głównym wyzwaniem w obszarze pracowniczym?

## BENEFITY POZAPŁACOWE W MŚP

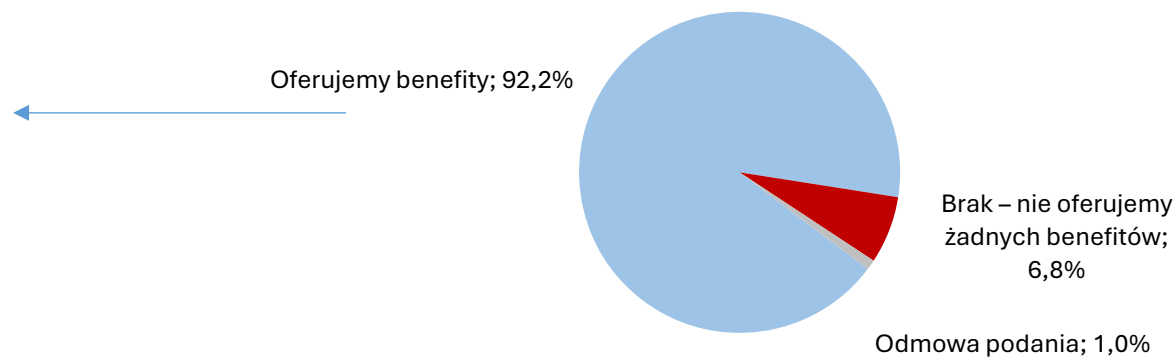


### Ubezpieczenie na życie i wyjścia integracyjne to najpopularniejsze wśród MŚP benefity pozapłacowe

■ **Poza ubezpieczeniem (38,4 proc.) i organizacją wspólnych aktywności zespołu poza pracą (31,5 proc.), firmy oferują swoim pracownikom między innymi:**

- ✓ **Prywatną opiekę medyczną (27,1 proc.)**
- ✓ **Programy rozwoju zawodowego (26,2 proc.)**
- ✓ **Karty sportowe (26 proc.)**
- ✓ **Dofinansowanie posiłków (26 proc.).**

- Ubezpieczenie na życie, szkolenia oraz vouchery na wydarzenia kulturalne to benefity oferowane częściej przez firmy średnie (50-249).
- Prywatną opiekę medyczną zapewniają pracownikom głównie małe (10-49) i średnie podmioty (50-249) a także firmy handlowe.
- Z kolei benefit w postaci dofinansowania dojazdu do pracy gwarantują przede wszystkim producenci oraz małe (10-49) i średnie firmy (50-249).
- Żadnych benefitów swoim pracownikom nie oferują istotnie częściej zatrudniający do 9 pracowników.



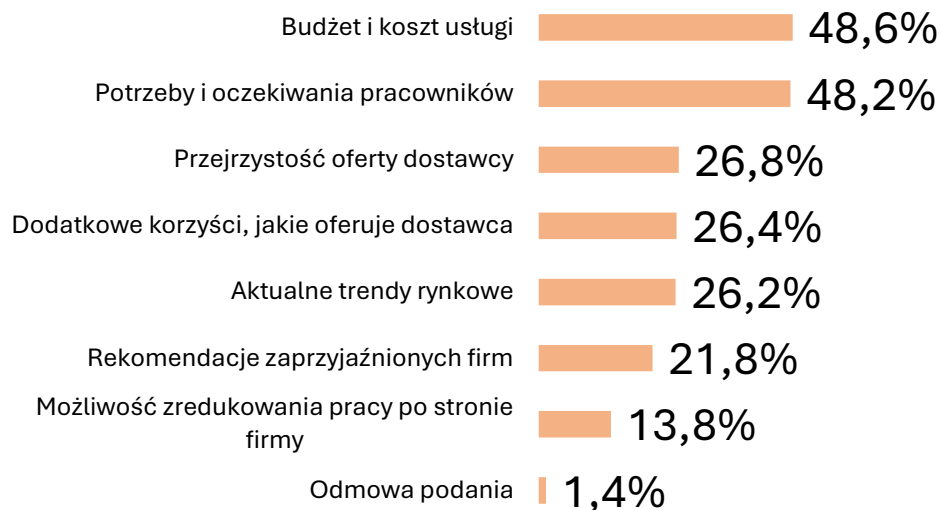
N=461, firmy, które stosują benefity pozapłacowe.  
Nie sumuje się do 100 proc., wielokrotna odpowiedź.

Q. Jakie formy wsparcia i benefity pozapłacowe oferujecie Państwo w firmie swoim pracownikom?

## ASPEKTY WAŻNE PRZY WPROWADZANIU BENEFITÓW, KORZYŚCI Z OFEROWANIA BENEFITÓW POZAPŁACOWYCH

**Koszt usługi, ale też potrzeby pracowników – to dwa najważniejsze aspekty brane pod uwagę przy wprowadzaniu benefitów w firmach MŚP. Jakie korzyści ma firma, która oferuje takie świadczenia pracownikom? Przede wszystkim – jak mówią respondenci – mają dzięki benefitom: lepszą efektywność pracy (46,8 proc.) i większe zaangażowanie załogi (40,6 proc.). Benefity odgrywają również ważną rolę w budowaniu pozytywnego wizerunku pracodawcy (39,4 proc.) i redukują stres pracowników (38,4 proc.).**

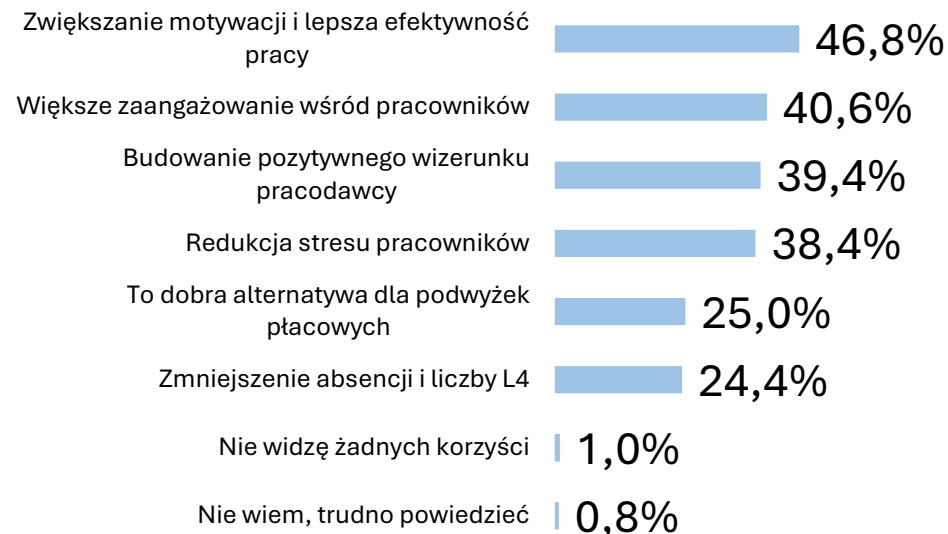
Q. Jakie aspekty bierze Państwo pod uwagę przy wprowadzaniu benefitów pozapłacowych w firmie?



- Na przejrzystość oferty i aktualne trendy rynkowe zwracają uwagę przede wszystkim firmy średnie (50-249).
- Z kolei rekomendacje zaprzyjaźnionych firm są istotne głównie dla producentów.

N=500; nie sumuje się do 100 proc., wielokrotna odpowiedź.

Q. Jakie są Pana(i) zdaniem korzyści wynikające z oferowania benefitów pozapłacowych pracownikom?



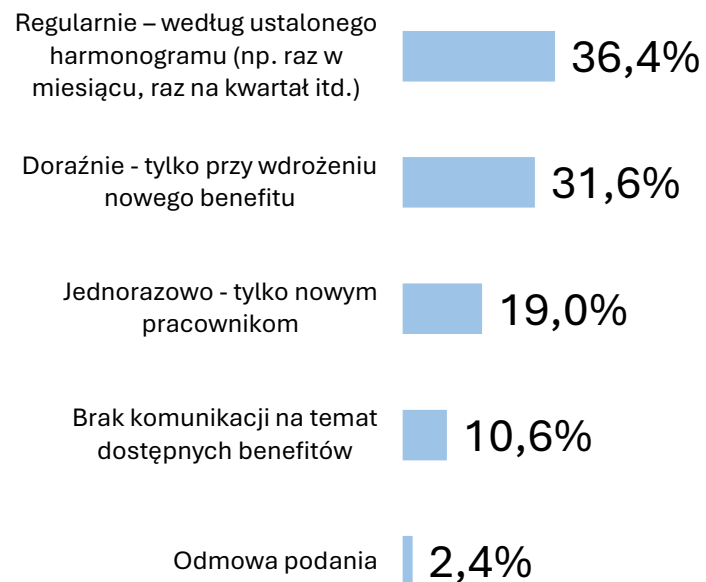
- Większa motywacja i lepsza efektywność pracy to pozytywne aspekty, na które wskazują głównie mikro (5-9) i średnie podmioty (50-249) i usługodawcy. Dodatkowo dla najmniejszych firm korzyścią z oferowania benefitów jest większe zaangażowanie pracowników, a dla średnich – budowanie pozytywnego wizerunku pracodawcy i alternatywa dla podwyżek płacowych. Na redukcję stresu pracowników w kontekście korzyści wskazują istotnie częściej firmy produkcyjne.

N=500; nie sumuje się do 100 proc., wielokrotna odpowiedź.

## ŹRÓDŁA INFORMACJI NA TEMAT BENEFITÓW, PROGNOZA BUDŻETU NA NAJBLIŻSZE 12 MIESIĘCY

**Ponad 36 proc. badanych deklaruje, że informacje na temat benefitów są przekazywane w firmie regularnie, według ustalonego harmonogramu (np. co miesiąc lub co kwartał). Natomiast co trzecia firma komunikuje benefity przy okazji wdrożenia nowych świadczeń.**

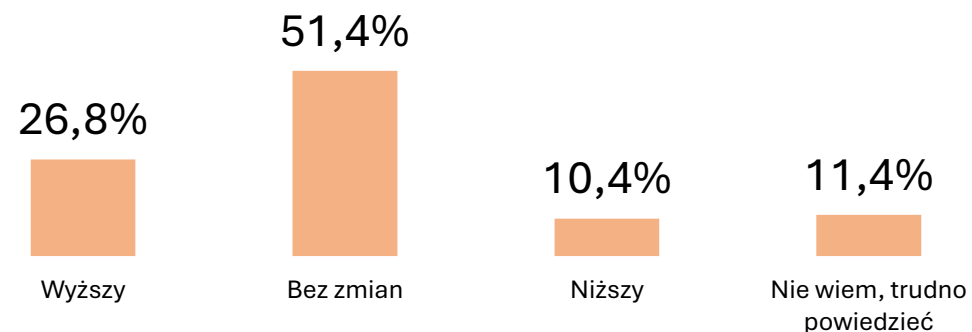
Q. Jak często komunikujecie Państwo pracownikom dostępne w firmie benefity pozapłacowe?



N=500

- Jednorazowo i tylko nowym pracownikom dostępne w firmie benefity komunikują zwykle reprezentanci podmiotów handlowych i produkcyjnych.
- Żadnej komunikacji na temat benefitów nie prowadzą głównie firmy małe (10-49).

Q. Czy w następnych 12 miesiącach budżet w Państwa firmie przeznaczony na benefity pozapłacowe będzie wyższy, niższy czy pozostanie bez zmian?



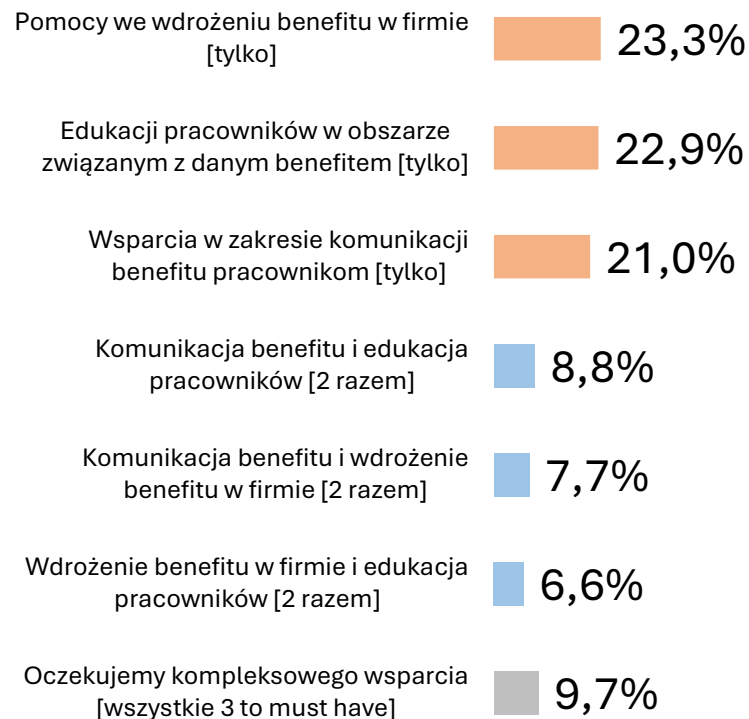
N=500

- **Niemal 27 proc. firm MŚP zamierza zwiększyć dotychczasowy budżet przeznaczony na benefity pozapłacowe w kolejnych 12 miesiącach.**
- **O niższych wydatkach na ten cel informuje dziś co dziesiąty badany.**

- Zwiększyć budżet na benefity pozapłacowe planują głównie małe (10-49) i średnie firmy (50-249) a także producenci.

**W zakresie potrzeb i oczekiwanego wsparcia od dostawców benefitów pozapłacowych, firmy MŚP możemy podzielić na trzy grupy. W pierwszej, liczącej ponad 67 proc. ulokowane są firmy, które potrzebują wsparcia, ale tylko w ramach jednej z trzech badanych form pomocy. Druga grupa (23,1 proc.) to przedsiębiorstwa wskazujące na „kombinację” badanych form pomocy (np. komunikacja benefitu i edukacja pracowników). Trzeci segment stanowią natomiast firmy, według których dostawca benefitów pozapłacowych powinien oferować jednocześnie wszystkie trzy rodzaje wsparcia (pomoc we wdrożeniu benefitu, edukacja pracowników i wsparcie w komunikacji).**

Q. Jakiego wsparcia oczekujecie Państwo od dostawców benefitów pozapłacowych?



**GRUPA I - 67,2%**  
oczekuje wsparcia tylko w jednym obszarze

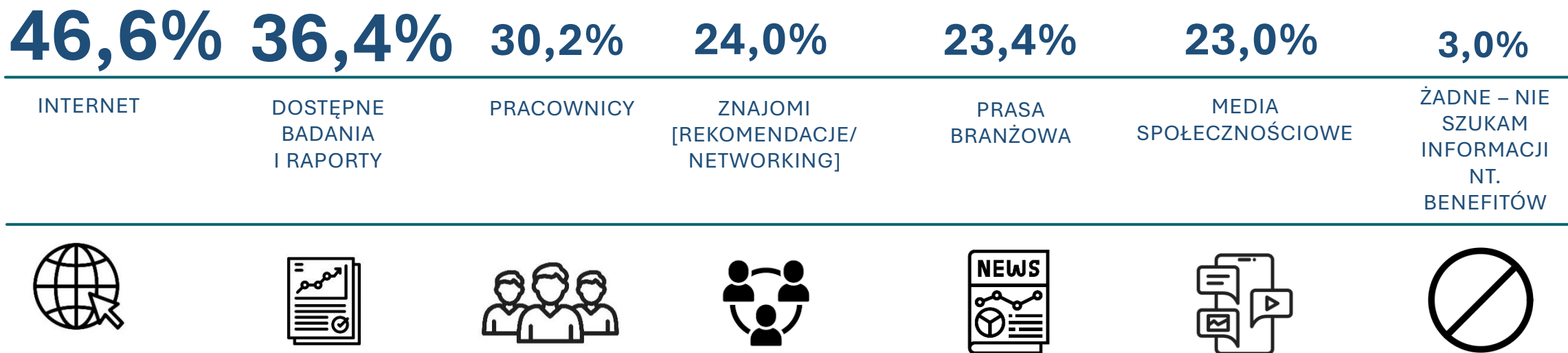
**GRUPA II – 23,1%**  
oczekuje wsparcia w dwóch obszarach

**GRUPA III – 9,7%**  
oczekuje wsparcia we wszystkich trzech obszarach

- Pomocy we wdrożeniu benefitu w firmie oczekują przede wszystkim firmy małe (10-49).
- Z kolei podmioty mikro (5-9) i średnie (50-249) częściej wskazują, że dostawcy powinni zapewniać pomoc zarówno przy wdrożeniu benefitu, jak i edukacji pracowników.
- Głównie producenci podają, że potrzebują wsparcia wyłącznie w zakresie edukacji pracowników w obszarze związanym z danym benefitem.
- Dodatkowo, producenci i usługodawcy częściej deklarują, że przydatne byłoby dla nich wsparcie w obszarze komunikacji i edukacji pracowników.
- Przedstawiciele handlu i usług wskazują natomiast, że cenna jest dla nich pomoc w zakresie komunikacji benefitu pracownikom.

Dominującym źródłem informacji o benefitach pozapłacowych jest Internet, z którego dziś wiedzę pozyskuje niemal 47 proc. przedsiębiorstw. Liczna grupa firm korzysta w tym celu z dostępnych badań i raportów (36,4 proc.), a ponad 30 proc. opiera się na informacjach przekazywanych od pracowników.

Ważnymi źródłami informacji o benefitach pozapłacowych, z których dziś korzysta co czwarta firma, są także: rekomendacje znajomych, branżowa prasa oraz media społecznościowe.



- Z prasy branżowej wiedzę na temat benefitów pozapłacowych uzupełniają istotnie częściej firmy małe (10-49) i średnie (50-249) a także producenci.
- Na rekomendacjach znajomych polegają głównie usługodawcy.

N=500; nie sumuje się do 100 proc., wielokrotna odpowiedź.

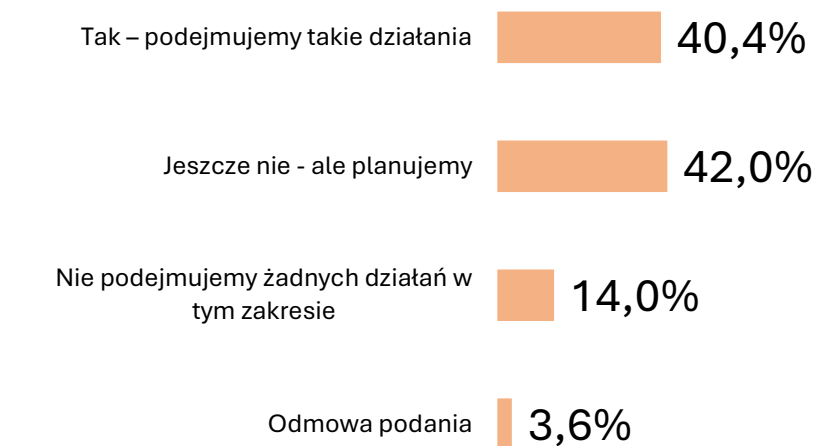
Q. Skąd głównie pozyskuje Pan(i) wiedzę na temat benefitów pozapłacowych?

**Ponad 40 proc. firm sektora MŚP deklaruje, że podejmują już działania w zakresie zrównoważonego rozwoju. W swoich planach ESG ulokowało 42 proc. badanych. Na ten moment żadnych działań w tym kontekście nie podjęło 14 proc. przedsiębiorstw.**

**W grupie firm, które już są w trakcie wdrażania standardów ESG, ponad 62 proc. skupia się na działaniach w obszarze społecznym.**

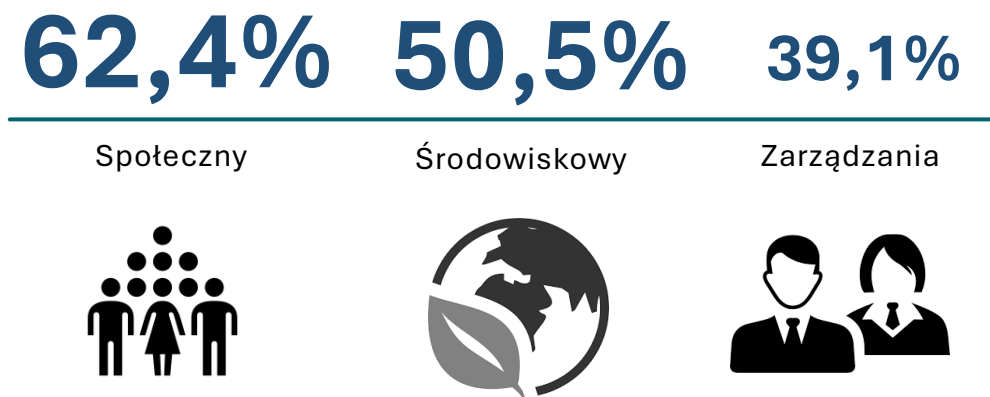
Q. Czy podejmujecie Państwo działania w zakresie zrównoważonego rozwoju (ESG), by zwiększyć swoją konkurencyjność na rynku?

Q. W jakim obszarze podejmujecie Państwo działania w obszarze zrównoważonego rozwoju (ESG)?



N=500

- Działania w zakresie zrównoważonego rozwoju podejmują istotnie częściej firmy małe (10-49) i średnie (50-249) a także producenci.
- Z kolei o planach w tym kontekście mówią głównie mikro podmioty (5-9).



N=202, firmy, które podejmują działania w zakresie ESG; nie sumuje się do 100 proc, wielokrotna odpowiedź

- W obszarze społecznym działania ESG podejmują głównie firmy małe, zatrudniające 10-49 pracowników.



Niniejszy Raport został przygotowany przez Instytut Keralla Research i żadne Strony trzecie nie miały możliwości ingerencji w treść oraz charakter niniejszego Raportu. Dokument powstał w oparciu o informacje uzyskane z badania telefonicznego, zgodnie z opisem o metodyce badania. Raport nie uwzględnia efektów zdarzeń i okoliczności, które miały miejsce oraz informacji, które pojawiły się po dacie publikacji raportu. Niezależnie od podstawy działania (kontraktowej czy deliktowej) w ramach obowiązującego prawa Instytut Keralla Research nie ponosi odpowiedzialności za czyny i konsekwencje ponoszone przez osoby trzecie ani żadne decyzje podjęte lub nie podjęte na podstawie niniejszego Raportu.

Licencja wyłączna dla spółki: **VanityStyle Sp. z o.o.**



---

■ **Keralla Research Instytut Badań i Rozwiązań B2B**

■ Aleja Kasztanowa 5, 53-125 Wrocław

■ Biuro: (+48) 71 519 08 81 84

■ E-mail: [raporty@keralla.pl](mailto:raporty@keralla.pl)

■ [www.keralla.pl](http://www.keralla.pl)

**Wiele sektorów - jedna specjalizacja. Profesjonalne badania marketingowe w firmach.**