**Firmy kuszą pracowników zdrowiem**

**Informacja prasowa**

16 lipca 2019 r.

# Skłonność pracodawców do dbania o zdrowie pracowników wzrosła w Polsce dwukrotnie od 2015 roku – wynika z raportu Grant Thornton i Medicover.

Kwestie zdrowotne stały się ważnym elementem, na który pracownicy zwracają uwagę podczas podejmowania decyzji o zatrudnieniu w danej firmie. W ostatnich latach stopa bezrobocia w Polsce mocno zmniejszyła się – od maja 2015 roku do maja 2019 zanotowano silny spadek (z 10,7 do 5,4 proc.) – co powoduje, że pracodawcom coraz trudniej zdobyć dobrego pracownika. Firmy zaczęły konkurować między sobą i chcąc przyciągnąć pracowników coraz częściej starają się oferować im różnego rodzaju benefity zdrowotne, takie jak abonamenty prywatnej opieki medycznej czy pakiety sportowe.

Według badania przeprowadzonego przez Grant Thornton i Medicover, w okresie styczeń-czerwiec 2019 roku już 58 proc. pracodawców w Polsce w swoich ofertach obiecywało nowo zatrudnianym pracownikom benefity zdrowotne. Dla porównania, w analogicznym okresie 2015 roku było to tylko 24 proc. pracodawców, co oznacza, że popularność tego rodzaju zachęt w ciągu czterech lat wzrosła dwukrotnie.

Pracodawcy najczęściej proponują abonament prywatnej służby zdrowia – w 2019 roku 47 proc. przebadanych ofert pracy zawierała informację o takim beneficie. Jest to znaczny wzrost w porównaniu do 2015 roku, w którym odsetek ten wynosił tylko 22 proc. Drugim najczęstszym benefitem proponowanym nowym pracownikom przez firmy jest pakiet sportowy np. karta zniżkowa do różnych obiektów sportowych, wejściówki na siłownię oraz na basen. Sportowy benefit proponuje już 40 proc. przebadanych pracodawców. Przez cztery lata odsetek ten wzrósł dwukrotnie – z 19 proc. Coraz popularniejszym benefitem zdrowotnym są również darmowe owoce – obecnie oferuje go już co dziesiąty pracodawca, choć jeszcze w 2015 r. pozycja ta znajdowała się tylko w co pięćdziesiątej ofercie pracy.

**Wykres: Odsetek pracodawców oferujących nowym pracownikom benefity wpływające na ich kondycję zdrowotną**

Źródło: Grant Thornton, Medicover

 *Benefity pozapłacowe to aktualnie bardzo atrakcyjna na rynku pracy „karta przetargowa” coraz częściej wykorzystywana przez pracodawców, zarówno w celu pozyskania wykwalifikowanych specjalistów, jak i zatrzymania pracowników w firmie. Benefity zdrowotne są już wręcz traktowane przez pracowników jako standard. Jeżeli pracodawcy chcą wyróżniać się na rynku, muszą podążać za trendami i proponować mniej powszechne, ale jednak ciekawe bonusy dla poszczególnych grup pracowniczych* – mówi **Anna Piśmienna**, Specjalista ds. Potencjału Ludzkiego w Grant Thornton.

Z badania wynika, że pracodawcy dużo częściej oferują bonusy zdrowotne pracownikom umysłowym niż fizycznym. Obecnie 40 proc. firm oferuje pracownikom umysłowym jakikolwiek benefit związany ze zdrowiem. Odsetek pracodawców proponujących taki benefit pracownikom fizycznym jest znacznie mniejszy i wynosi 28 proc. Różnica ta sugeruje, że obecnie niedobór pracowników na rynku pracy jest silniejszy w zawodach umysłowych niż fizycznych.

## *Choroba pracownika zawsze wiąże się z wydatkami ponoszonymi zarówno przez system opieki zdrowotnej, społeczeństwo, jak i pracodawcę. Jej całościowy koszt nie jest jednak zawsze taki sam. Zależy on przede wszystkim od rodzaju choroby i częstości jej występowania, ale także możliwości szybkiej diagnostyki i skutecznego leczenia. Oznacza to, że dzięki wysokiej jakości opiece medycznej, koszty te można znacząco obniżyć* – komentuje **dr n.med. Katarzyna Gorzelak-Kostrzewska**, Kierownik ds. Profilaktyki i Medycyny Pracy, Medicover.

Zarówno benefity związane z dostępem prywatnej opieki medycznej jak i pakiety sportowe są częściej proponowane w firmach zajmujących się usługami lub budownictwem niż w przedsiębiorstwach produkcyjnych – odpowiednio 58 proc. do 39 proc. w przypadku pakietów medycznych i 41 proc. do 37 proc. w przypadku pakietów sportowych. Wielkość firmy również ma znaczenie przy oferowaniu nowym pracownikom pakietów zdrowotnych. Według badania, w tym obszarze firmy duże stanowią nawet dwukrotnie wyższy odsetek od firm małych i mikro. Podobne znaczenie ma lokalizacja danej firmy – aż 53 proc. w przypadku abonamentów medycznych i 55 proc. w przypadku pakietów sportowych przedsiębiorstw w dużych miastach oferuje nowym pracownikom benefity zdrowotne. W samej Warszawie odsetek pracodawców proponujących takie pakiety wynosi ponad 60 proc. Z kolei w mniejszych miejscowościach tylko 21 proc. przedsiębiorstw oferuje benefity prywatnej opieki medycznej i tylko 15 proc. karnety sportowe.

Pełen raport dostępny jest na [www.GrantThornton.pl](http://www.GrantThornton.pl).

## Kontakt:

**Jacek Kowalczyk**

Grant Thornton

Dyrektor Marketingu i PR

**E** jacek.kowalczyk@pl.gt.com

**T** +48 22 205 48 41, +48 505 024 168

[www.grantthornton.pl](http://www.grantthornton.pl)

**Grant Thornton** to jedna z wiodących organizacji audytorsko-doradczych na świecie. Wiedza, doświadczenie i zaangażowanie ponad 3 000 partnerów oraz 50 000 pracowników Grant Thornton dostępne są dla klientów w ponad 136 krajach. W Polsce działamy od 25 lat, a 550-osobowy zespół oraz obecność w kluczowych aglomeracjach (Warszawa, Poznań, Katowice, Wrocław, Kraków i Toruń) zapewniają nam bliski kontakt z klientami oraz umożliwiają realizację wymagających projektów w obszarze usług audytorskich, doradztwa podatkowego, doradztwa gospodarczego, prawnego oraz outsourcingu rachunkowości, kadr i płac bez względu na wielkość, rodzaj i lokalizację biznesu klienta. Klienci firmy to ponad 1500 podmiotów, w tym kilkadziesiąt spółek notowanych na GPW oraz firmy z top 500 największych przedsiębiorstw działających w naszym kraju. Grant Thornton jest wyłącznym partnerem Grant Thornton International w Polsce. Więcej informacji na [www.grantthornton.pl](http://www.grantthornton.pl)