

Raport z badania: znaczenie wartości w życiu zawodowym

Opracowany przez:



Przedruk i rozpowszechnianie tej publikacji w całości jest dozwolone wyłącznie za zgodą OKAERI,
wykorzystanie fragmentów oraz danych empirycznych wymaga podania źródła.

Wstęp

**Michał Nowak**

CEO, Dyrektor Zarządzający
Okaeri Consulting

Szanowni Państwo,

Mamy przyjemność złożyć na Państwa ręce raport z badania którego celem było określenie znaczenia wartości, w tym wartości religijnych w relacjach zawodowych. Punktem wyjścia dla naszego przedsięwzięcia były wyniki badania CBOS z 2013 roku, według nich blisko 12% badanych deklaruowało religię jako jedną z najważniejszych wartości w życiu przy czym osób wskazujących sukces i sławę było jedynie 1%. Nasze badanie dotyczące tych samych wartości jednak w życiu zawodowym wykazało, że dla 9% pracowników wiara jest znaczącą wartością w osiąganiu sukcesu zawodowego natomiast sukces i sława jako wartość ważna jest dla 5% badanych. Jednocześnie dla pracodawców te wartości układają się 6% wiara oraz 2% sukces i sława. Mimo iż w świecie zawodowym te różnice nie są aż tak znaczące jak w przypadku badania CBOS to wiara wydaje się być ważnym aspektem, zdaje się nie docenianym przy planowaniu ścieżki zawodowej.

To czego nie widać w naszym raporcie, a zrobiło na nas bardzo duże wrażenie, to 35 przerwanych wywiadów przez pracodawców. Rozmowy były przerywane w sposób gwałtowny, czasem nawet wulgarny i agresywny po tym jak padało pytanie: „Czy rozmawia Pan/i ze swoimi podwładnymi na tematy dotyczące wiary religijnej?”. Użycie słowa religia powodowało niemal natychmiastową reakcję zapalną. Zarzucano, że pytanie jest zbyt intymne, nacechowane politycznie i nie powinno być zadawane. Wybrani do naszego badania ankieterzy, mają doświadczenie w zadawaniu często bardzo trudnych pytań dotyczących intymnych sfer życia – jednak zgodnie stwierdzili, że z tak dużym odsetkiem podobnych gwałtownych reakcji się jeszcze nie spotkali. Sytuacja ta w zestawieniu z danymi, że ponad 90% Polaków deklaruje się jako osoby wierzące, jest zaskakująca.

Jednocześnie ankietowane osoby, które zgodziły się dokończyć badanie wskazywały na istotne miejsce wartości w tym wartości religijnych w życiu zawodowym. Do skomentowania naszego raportu zaprosiliśmy także wybitnych przedstawicieli świata biznesu: Krzysztofa Jędrzejewskiego, Mirosława Józefczuka, Daniela Lewczuka, Iwonę Cekal i Bożenę Chmielarczyk. Wypowiedzi osób, które odniosły znaczący sukces w tak różnych branżach, potrafią być naprawdę inspirujące. Zachęcam zarówno do zapoznania się z całym raportem jak i do przeczytania bardzo ciekawych wniosków naszych ekspertów.

Wiara wydaje się być ważnym aspektem, a jednak zdaje się niedocenianym przy planowaniu ścieżki zawodowej.

Metodologia

- Badanie zrealizowano na ogólnopolskiej próbie respondentów
- Dobór próby losowo-kwotowy
- Wywiady telefoniczne CATI
- Badane 2 grupy respondentów:
 - Pracownicy N=200
 - Pracodawcy N=100
- Badanie przeprowadzono w ostatnim tygodniu listopada 2015 roku
- Badani byli pracownicy i pracodawcy wyłącznie z sektora prywatnego

Podział próby

Branża	Pracownicy	Pracodawcy
a) Usługi	35%	41%
b) Handel	31%	27%
c) Produkcja	34%	32%
Wielkość firmy		
a) Mała firma – od 9 do 49 pracowników	69%	70%
b) Średnia firma – od 50 do 249 pracowników	20%	20%
c) Duża firma – powyżej 250 pracowników	11%	10%



Wartości w życiu zawodowym

Krzysztof Jędrzejewski

Przewodniczący rad nadzorczych oraz główny udziałowiec dwóch dużych grup kapitałowych, których dominujące spółki notowane są na warszawskiej giełdzie papierów wartościowych – Kopex SA i Mostostal Zabrze SA. Pieniądze – zarówno w działalności biznesowej jak i społecznej – są dla Krzysztofa Jędrzejewskiego narzędziem do osiągania celów. Angażuje się w działalność licznych fundacji i organizacji charytatywnych.

Jakie wartości powinny przyświecać osobom, które chcą osiągnąć sukces w biznesie?

Sukces w biznesie mogą odnosić osoby kierujące się różnymi wartościami, w tym również osoby działające w oparciu o cwaniactwo, złodziejstwo, łapówkarstwo, wymuszenia czy rozboje. Czy można tak osiągnąć sukces? Można. Szczególnie jeśli przyjmujemy, że interesuje nas możliwie największy zysk w możliwie najkrótszym czasie. Taki szybki i nietrwały sukces można osiągnąć będąc przestępcą i mamy na to liczne przykłady.

Wyznawanie światopoglądu biblijnego nie polega jedynie na posiadaniu świadectwa ślubu kościelnego i pojawianiu się co niedziela w kościele, tylko na życiu Słowem Bożym i stosowaniu się do Jego wskazówek zawsze i w każdym obszarze życia. W tym również w biznesie.

Jeżeli chcemy prowadzić działalność budując stabilne przedsiębiorstwa, stabilne miejsca pracy, to jedynym systemem jaki znam, w oparciu o który warto działać, jest system oparty na światopoglądzie biblijnym.

Musimy być spójni w tym co wyznajemy w domu i w pracy, prywatnie i publicznie, wobec bliskich i wobec obcych, wobec zwolenników i wobec konkurentów. Wtedy możemy wydać owoce w postaci takich cech jak wiarygodność, rzetelność w tym, co robimy, która jest blisko związana z jakością (również jakością naszych towarów i usług) oraz spójność tego, co mówimy i deklarujemy z tym, co praktykujemy codziennie. Ważny jest również szacunek

do ludzi i zauważanie ich, umiejętność wysłuchania i zrozumienia drugiej osoby, empatia. To wszystko pozwoli nam zdobyć zaufanie innych, mieć głębsze relacje i lepszą współpracę. Buduje to też przywiązanie i lojalność. Łatwiej jest wtedy uzyskać przychylność i wsparcie różnych osób. **W biznesie to właśnie ludzie są główną wartością i warto ich dostrzegać.**

To są ważne cechy, które pozwolą osiągnąć trwały sukces, pod warunkiem, że opieramy nasze myślenie na światopoglądzie biblijnym i nie idziemy na skróty.

Bożena Chmielarczyk

Prezes Eniro Polska. Wieloletni lider organizacji biznesowych i charytatywnych. Bogate doświadczenie zdobyła w pracy w globalnych firmach o silnych markach skoncentrowanych na konsumentach oraz użytkownikach. Ukończyła studia biznesowe w Stanach Zjednoczonych. Pracowała w Grupie Coca-Cola, w McDonald's Polska, była też Marketing & Country Managerem w firmie Storck oraz Dyrektorem Generalnym w wydawnictwie Reader's Digest.

Jakie wartości powinny przyświecać osobom, które chcą osiągnąć sukces w biznesie?

By osiągnąć sukces w biznesie konieczne jest nie tylko odpowiednie wykształcenie i zdobyte doświadczenie profesjonalne, ale także jasno określony i czytelnie komunikowany kodeks spójnych wartości osobistych i biznesowych. W kodeksie tym powinna zawierać się „programowa” jedność między głoszonymi prawdami a działaniem w praktyce. W ramach wartości mających wpływ na biznes widzę: uczciwość, solidność, szacunek dla osób, z którymi mamy kontakty biznesowe, respektowanie wartości innych, profesjonalne dążenie do celów z ambicją i zaangażowaniem.

Daniel Lewczuk

*Przedsiębiorca od 15 lat prowadzący biznes w branży rekrutacyjnej, współwłaściciel GoldenLine i inwestor. W Polsce reprezentuje interesy STS Capital Partners, międzynarodowej firmy fuzji i przejęć. Ponadto Daniel Lewczuk jest członkiem Jury oceniającego potencjał polskich start-upów takich organizacji jak: Lewiatan Business Angels, Intell Business Challenge Europe, GSEA. **Studiował** zarządzanie i teologię w **Kentucky Christian College** w Stanach Zjednoczonych. Później otrzymał dyplom **MBA w Hope International University** w Kalifornii w USA. Aktywny sportowo, chętnie angażuje się w działania charytatywne.*

Jakie wartości powinny przyświecać osobom, które chcą osiągnąć sukces w biznesie?

Determinacja, umiejętność pokonywania przeciwności, wytrwałość, pomysłowość, pracowitość, inicjatywa, etyka, prawdomówność, innowacyjność. Same pieniądze nie powinny być celem, lecz chęć zmieniania świata na lepszy, oferowaniu rynkowi produktów lub usług, które usprawnią funkcjonowanie w danej branży, najlepiej dla rynku masowego, który potwierdzi to popytem.

Mirosław Józefczuk

Od 2006 roku związany z Warbud S.A., obecnie zajmuje stanowisko Dyrektora Administracyjno-Finansowego oraz Członka Zarządu. W 1994 roku ukończył Instytut Technologii w Bourges we Francji – Zarządzanie małymi i średnimi przedsiębiorstwami. W 1997 ukończył Wydział Ekonomii w Szkole Głównej Handlowej. W roku 2006 obronił doktorat z dziedziny nauk ekonomicznych na Katolickim Uniwersytecie Lubelskim. Karierę zawodową rozpoczynał we francuskich firmach audytorskich (Mazars Polska, Salustro Reydel Polska). W późniejszym okresie zajmował kierownicze stanowiska w finansach Grupy Suez. Od 2003 roku pracuje w branży budowlano-deweloperskiej.

Jakie wartości powinny przyświecać osobom, które chcą osiągnąć sukces w biznesie?

Myszę, że wartości te nie zmieniły się istotnie na przestrzeni ostatnich kilkudziesięciu lat. Jest to według mnie pewien stały zbiór, bez względu na zmieniającą się w szybkim czasie otaczającą nas rzeczywistość. Z pewnością jest **to** **branie odpowiedzialności za własne działanie**, a także za konsekwencję podejmowanych decyzji. Odpowiedzialność za pracowników, za rozwój ich kariery, za otoczenie. I o czym bardzo często zapominamy - za ochronę środowiska.

Kolejnym ważnym punktem jest **odwaga w działaniu**, wyrażająca się poprzez taką aktywność, także intelektualną i umysłową, która będzie nas prowadziła do wdrażania takich rozwiązań, które będziemy uważali za obiektywnie dobre dla prowadzonego przez nas biznesu.

Głęboko wierzę, że droga na skróty nie istnieje, tak w życiu prywatnym jak i w życiu zawodowym

Bardzo ważnym elementem jest **uczciwe prowadzenie biznesu**, w tym najbardziej podstawowym znaczeniu tego słowa. Wierzę, że co najmniej w średnim okresie czasu takie prowadzenie biznesu po prostu się opłaca.

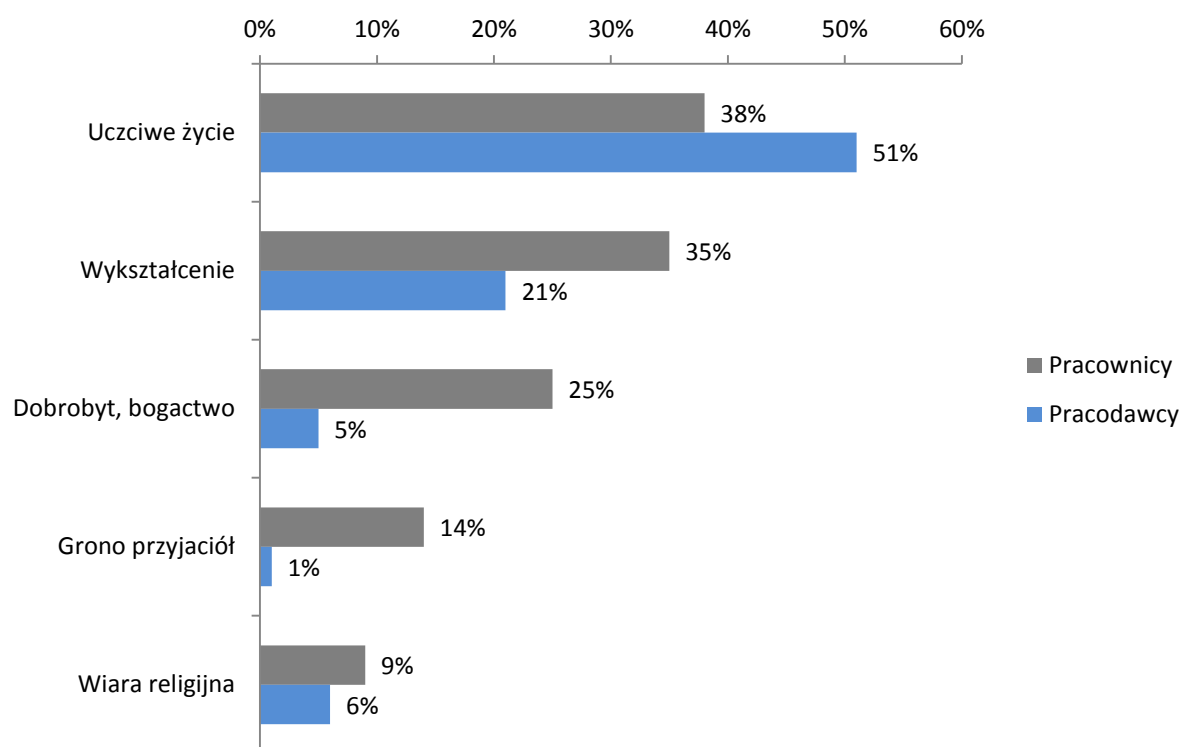
Nie można zapomnieć także o **rzetelnym podejściu do prowadzenia biznesu**. Rzetelne wykonywanie obowiązków jest podstawą działania.

Jakie wartości powinny przyświecać osobom, które chcą osiągnąć sukces w biznesie?

Wybór wielokrotny

Wartości	Pracownicy	Pracodawcy
Szczęście rodzinne	43%	45%
Zachowanie dobrego zdrowia	41%	44%
Uczciwe życie	38%	51%
Praca zawodowa	36%	33%
Wykształcenie	35%	21%
Szacunek innych ludzi	29%	32%
Dobrobyt, bogactwo	25%	5%
Spokój	14%	14%
Grono przyjaciół	14%	1%
Wiara religijna	9%	6%
Sukces, sława	5%	2%
Życie pełne przygód i wrażeń	4%	1%
Wolność głoszenia własnych poglądów	3%	10%
Możliwość udziału w demokratycznym życiu społeczno-politycznym	3%	11%
Kontakt z kulturą (sztuka, muzyka, literatura, film)	1%	4%
Pomyślność ojczyzny	0%	2%

Zaprezentowano wybrane odpowiedzi



Pracownicy w przeciwieństwie do pracodawców **bardziej wierzą w osiągnięcie sukcesu w biznesie dzięki wykształceniu i relacjom przyjacielskim**. Pracodawcy zdecydowanie większą wagę przywiązują do uczciwego życia. **Dobrobyt i bogactwo nie jest** też dla pracodawców najważniejszym celem w prowadzeniu biznesu. Pracownicy do dobrobytu i bogactwa przywiązują znacznie większą wagę.

Klaudia Fotyniuk*Konsultant w Okaeri Consulting. Psycholog biznesu. Od 2010 roku związana z mediami i komunikacją.*

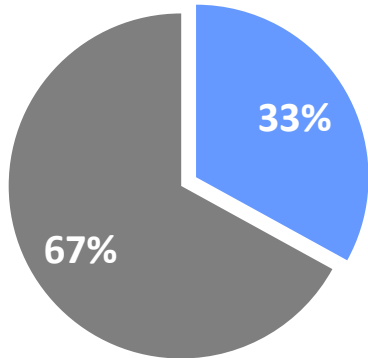
Czy relacje przyjacielskie mogą sprzyjać osiągnięciu sukcesu w biznesie?

Mówi się, że jeśli chce się skończyć przyjaźń z przyjacielem to należy pożyczyć mu pieniądze, albo założyć z nim biznes. Czy faktycznie tak jest? Zapewne ilu ludzi tyle opinii w tym zakresie. Przeprowadzone przez nas badanie wykazało, że pracownicy w przeciwieństwie do pracodawców bardziej wierzą w osiągnięcie sukcesu w biznesie dzięki relacjom przyjacielskim (14% pracowników, 1% pracodawców). Zarówno zaprezentowane wyniki jak i historie opowiedziane przez życie pokazują, że menagerowie i prezesi wybierają samotność na szczycie. Wyżej cenią uczciwość niż relacje przyjacielskie. Czy może to sugerować, że w biznesie jedno wyklucza drugie? Być może w tym przypadku chodzi również o uczciwość wobec samego siebie. Niepisane zasady przyjaźni i te istotne w biznesie niekiedy wykluczają się. W przyjaźni jesteśmy skłonni więcej rzeczy odpuszczać, wybaczać, działać na korzyść drugiej osoby, zapominając czasem o sobie – tu relacja ma nadrzędną rolę. W biznesie, aby być skutecznym należy być nakierowanym na cel, dbać o swoje interesy, nie poddawać się emocjom. To powoduje, że współpraca z przyjacielem może być nieskuteczna i może odwozić od założonego celu, lub dodawać trudności. Ktoś kto jest dobrym przyjacielem, niekoniecznie musi być najlepszym partnerem biznesowym. Jak więc wytłumaczyć fakt, że jednak wiele osób z powodzeniem współpracuje z przyjaciółmi? Rozwiązaniem może być umiejętność oddzielenia sfery zawodowej od prywatnej. Współpraca ze sobą na konkretnych zasadach, podpisywanie między sobą umów, szczere rozmowy o oczekiwaniach i finansach i jednocześnie wspieranie się. Jak wynika też z naszego badania, **kluczem do sukcesu może okazać się wyznawanie tych samych czy podobnych wartości.**

Czy uczciwe życie powinno przyświecać osobom, które chcą, aby ich firmy osiągnęły sukces?

Pracownicy

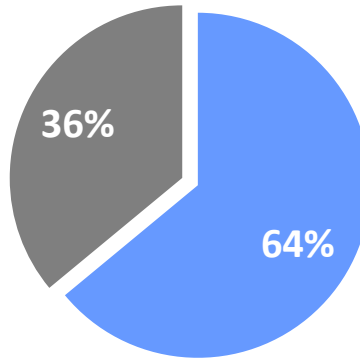
Wskazali wiarę religijną



■ Nie wskazano uczciwego życia
■ Wskazano uczciwe życie

Pracownicy

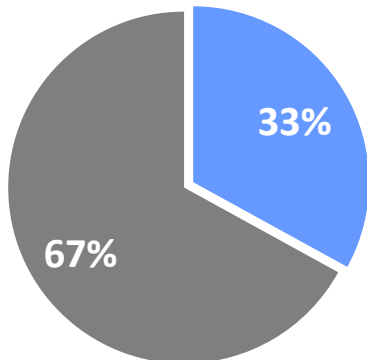
Nie wskazali wiary religijnej



■ Nie wskazano uczciwego życia
■ Wskazano uczciwe życie

Pracodawcy

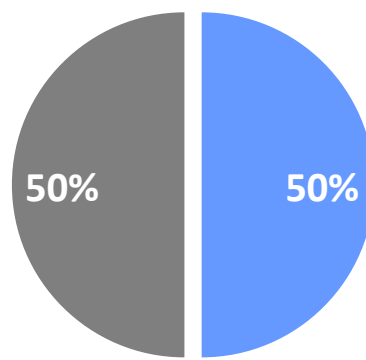
Wskazali wiarę religijną



■ Nie wskazano uczciwego życia
■ Wskazano uczciwe życie

Pracodawcy

Nie wskazali wiary religijnej



■ Nie wskazano uczciwego życia
■ Wskazano uczciwe życie

Zarówno wśród pracowników jak i pracodawców, którzy wskazali wiarę religijną jako wartość istotną w odniesieniu sukcesu w biznesie, większość wskazała również uczciwe życie. **Uczciwe życie nie jest tak istotną wartością dla respondentów, którzy nie wskazali wiary religijnej.**

Bożena Chmielarczyk

Prezes Eniro Polska. Wieloletni lider organizacji biznesowych i charytatywnych. Bogate doświadczenie zdobyła w pracy w globalnych firmach o silnych markach skoncentrowanych na konsumentach oraz użytkownikach. Ukończyła studia biznesowe w Stanach Zjednoczonych. Pracowała w Grupie Coca-Cola, w McDonald's Polska, była też Marketing & Country Managerem w firmie Storck oraz Dyrektorem Generalnym w wydawnictwie Reader's Digest.

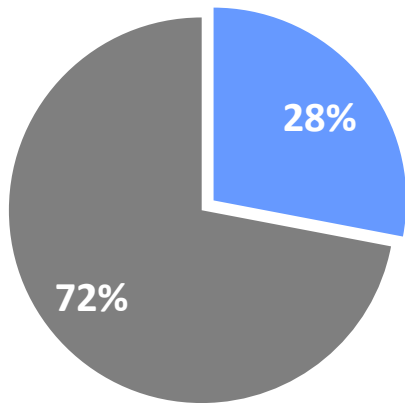
Czy rozmawia Pani w pracy ze swoimi podwładnymi na tematy dotyczące wartości?

Zdecydowanie rozmowy na temat wartości na gruncie zawodowym pozwalają w sposób jednoznaczny, czytelny i transparentny ustalić zasady współpracy w zespołach pracowników, jak i oczekiwania oraz formę realizacji celów. Są one nieodłącznym elementem procesu ustalania celów dla organizacji czy celów indywidualnych pracowników oraz oceny osiągniętych wyników. Otwarta komunikacja w obszarze wartości podnosi efektywność komunikacji w firmie i jakość współpracy, przekładając się w konsekwencji na osiągnięte zyski.

Czy rozmawia Pan/i w pracy ze swoimi przełożonymi na tematy dotyczące wartości?

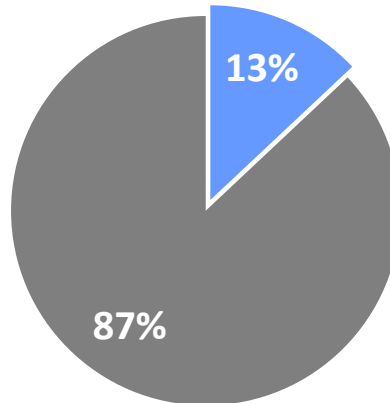
Czy rozmawia Pan/i w pracy ze swoimi podwładnymi na tematy dotyczące wartości w trakcie pracy?

Pracownicy



■ Nie, nigdy ■ Tak

Pracodawcy



■ Nie, nigdy ■ Tak

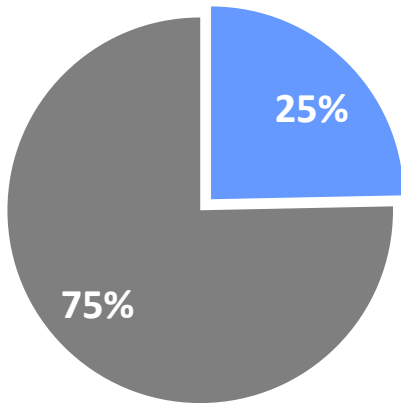
Praca jest miejscem otwartym na rozmowy dotyczące wyznawanych wartości i mają one miejsce pomiędzy przełożonymi i podwładnymi, przy czym **pracodawcy częściej** poruszają takie tematy w rozmowach ze swoimi pracownikami.

Czy rozmawia Pan/i w pracy ze swoimi przełożonymi na tematy dotyczące wartości?

Czy rozmawia Pan/i w pracy ze swoimi podwładnymi na tematy dotyczące wartości w trakcie pracy?

Pracownicy

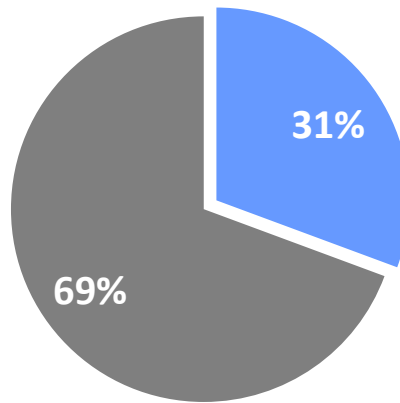
Wskazali uczciwe życie



■ Nie, nigdy ■ Tak

Pracownicy

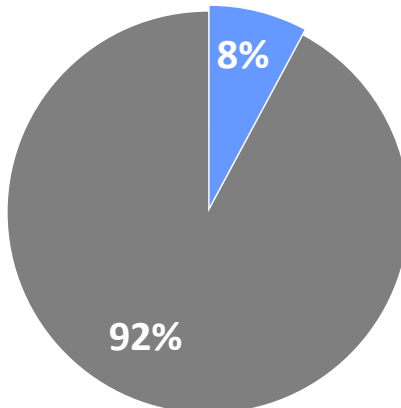
Nie wskazali uczciwego życia



■ Nie, nigdy ■ Tak

Pracodawcy

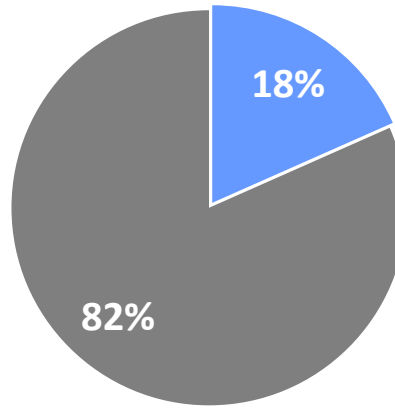
Wskazali uczciwe życie



■ Nie, nigdy ■ Tak

Pracodawcy

Nie wskazali uczciwego życia



■ Nie, nigdy ■ Tak

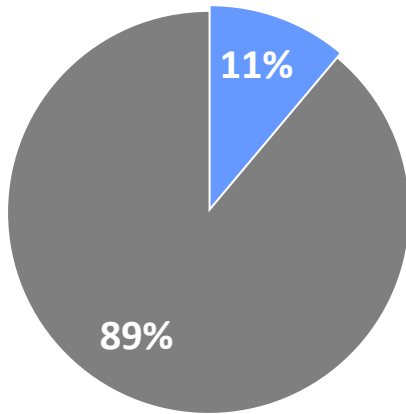
Zarówno pracownicy jak i pracodawcy, **którzy wskazali uczciwe życie jako istotną wartość częściej rozmawiają na tematy dotyczące wartości**. Aczkolwiek w przypadku pracowników, różnica jest nieduża.

Czy rozmawia Pan/i w pracy ze swoimi przełożonymi na tematy dotyczące wartości?

Czy rozmawia Pan/i w pracy ze swoimi podwładnymi na tematy dotyczące wartości w trakcie pracy?

Pracownicy

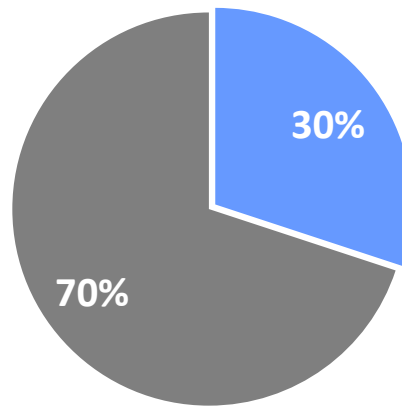
Wskazali wiarę religijną



■ Nie, nigdy ■ Tak

Pracownicy

Nie wskazali wiary religijnej

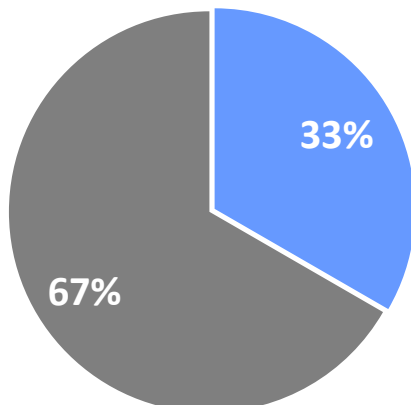


■ Nie, nigdy ■ Tak

Wśród pracowników, którzy wskazali wiarę religijną jako istotną wartość odsetek wskazań na występowanie rozmów z przełożonymi na tematy dotyczące wartości jest **wiekszy niż wśród pracowników, którzy nie wskazali wiary religijnej.**

Pracodawcy

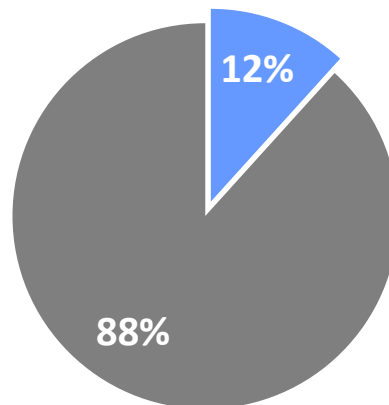
Wskazali wiarę religijną



■ Nie, nigdy ■ Tak

Pracodawcy

Nie wskazali wiary religijnej



■ Nie, nigdy ■ Tak

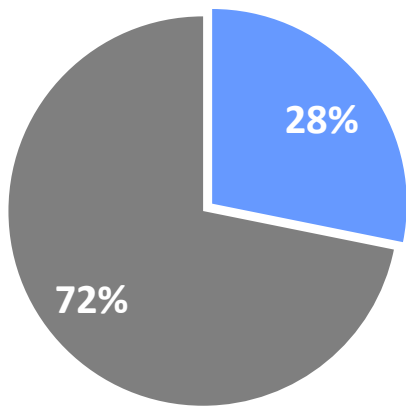
Pracodawcy, którzy wskazali wiarę religijną jako istotną wartość **rzadziej** rozmawiają z podwładnymi na tematy dotyczące wartości niż ci, którzy dokonali takiego wyboru.

Czy rozmawia Pan/i w pracy ze swoimi przełożonymi na tematy dotyczące wartości?

Czy rozmawia Pan/i w pracy ze swoimi podwładnymi na tematy dotyczące wartości w trakcie pracy?

Pracownicy

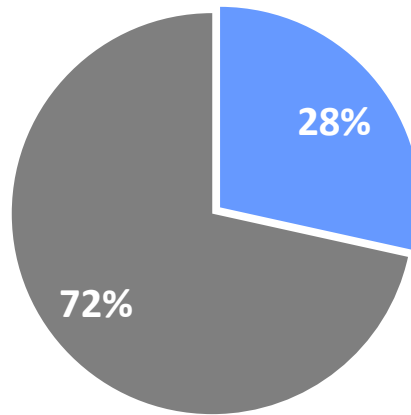
Wskazali wykształcenie



■ Nie, nigdy ■ Tak

Pracownicy

Nie wskazali wykształcenia

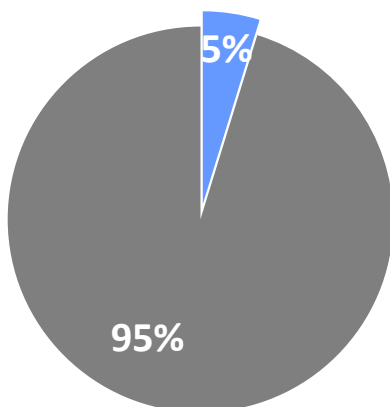


■ Nie, nigdy ■ Tak

W kwestii rozmów na temat wartości z przełożonymi, **nie ma różnic** pomiędzy pracownikami, którzy wskazali wykształcenie jako istotną wartość a tymi, którzy tego nie zrobili.

Pracodawcy

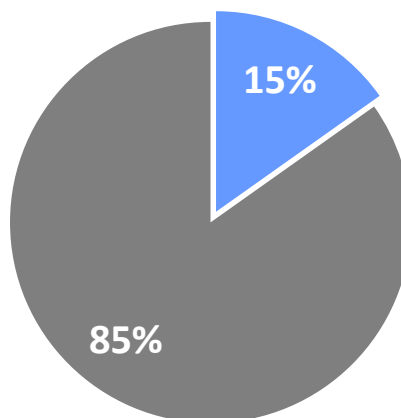
Wskazali wykształcenie



■ Nie, nigdy ■ Tak

Pracodawcy

Nie wskazali wykształcenia



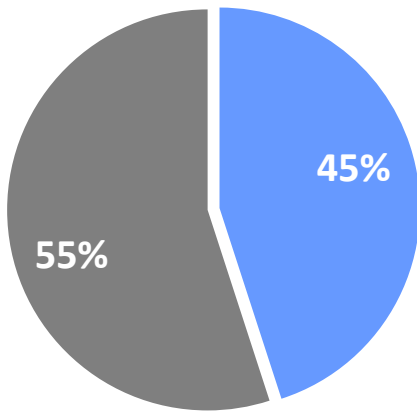
■ Nie, nigdy ■ Tak

Pracodawcy, którzy jako istotną wartość **wskazali wykształcenie** częściej rozmawiają ze swoimi pracownikami na tematy dotyczące wartości.

Czy rozmawia Pan/i w pracy ze swoimi przełożonymi na tematy dotyczące wiary religijnej?

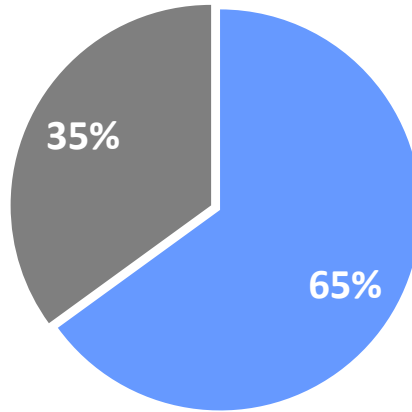
Czy rozmawia Pan/i ze swoimi podwładnymi na tematy dotyczące wiary religijnej?

Pracownicy



■ Nie, nigdy ■ Tak

Pracodawcy



■ Nie, nigdy ■ Tak

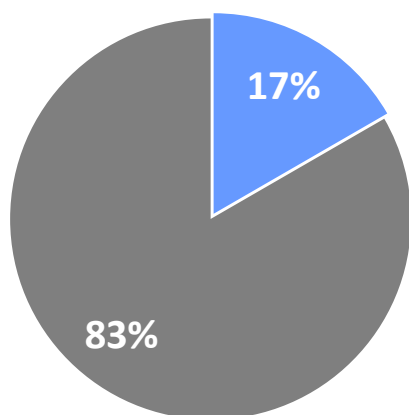
Z deklaracji pracowników wynika, że **nieco ponad połowa rozmawia ze swoimi przełożonymi na tematy dotyczące wiary religijnej**. Z drugiej strony, pracodawcy, którzy prowadzą takie rozmowy ze swoimi podwładnymi są w mniejszości.

Czy rozmawia Pan/i w pracy ze swoimi przełożonymi na tematy dotyczące wiary religijnej?

Czy rozmawia Pan/i ze swoimi podwładnymi na tematy dotyczące wiary religijnej?

Pracownicy

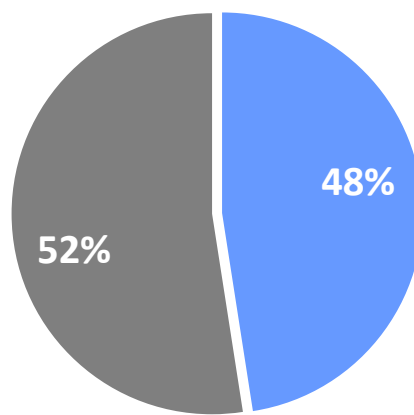
Wskazali wiarę religijną



■ Nie, nigdy ■ Tak

Pracownicy

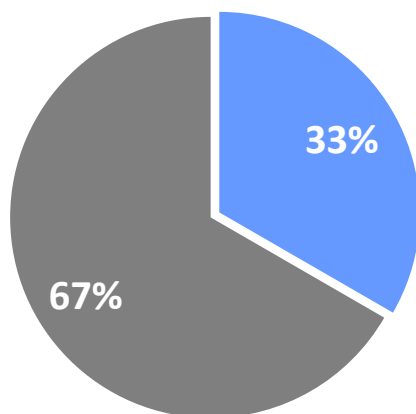
Nie wskazali wiary religijnej



■ Nie, nigdy ■ Tak

Pracodawcy

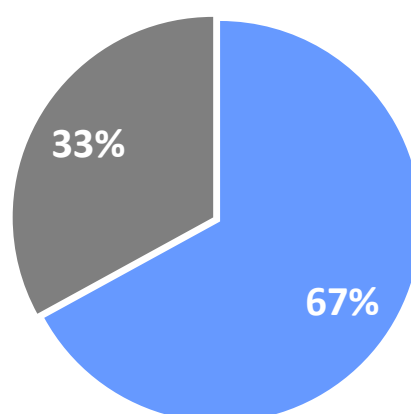
Wskazali wiarę religijną



■ Nie, nigdy ■ Tak

Pracodawcy

Nie wskazali wiary religijnej



■ Nie, nigdy ■ Tak

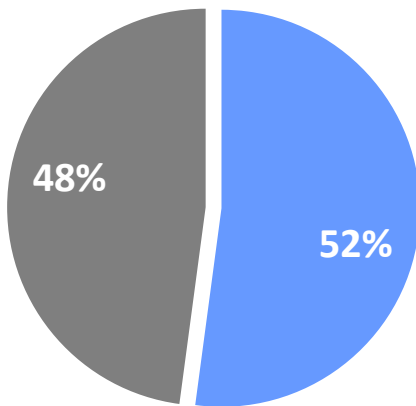
Zarówno wśród pracowników jak i pracodawców, osoby które wskazały **wiarę religijną jako wartość istotną w biznesie** częściej rozmawiają na jej temat.

Czy rozmawia Pan/i w pracy ze swoimi przełożonymi na tematy dotyczące wiary religijnej?

Czy rozmawia Pan/i ze swoimi podwładnymi na tematy dotyczące wiary religijnej?

Pracownicy

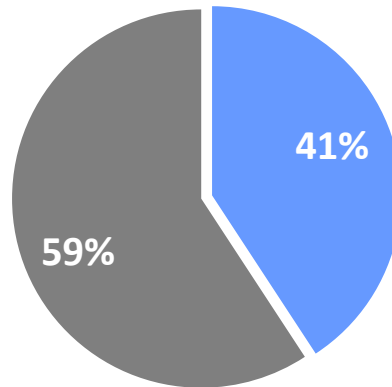
Wskazali wykształcenie



■ Nie, nigdy ■ Tak

Pracownicy

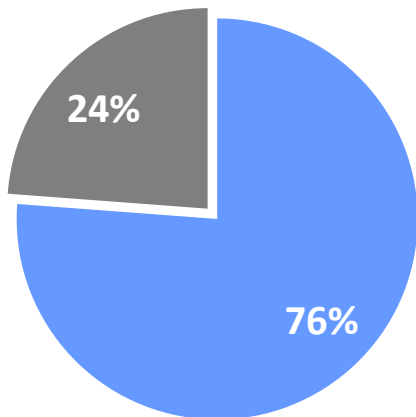
Nie wskazali wykształcenia



■ Nie, nigdy ■ Tak

Pracodawcy

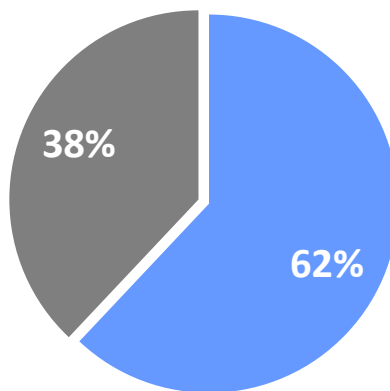
Wskazali wykształcenie



■ Nie, nigdy ■ Tak

Pracodawcy

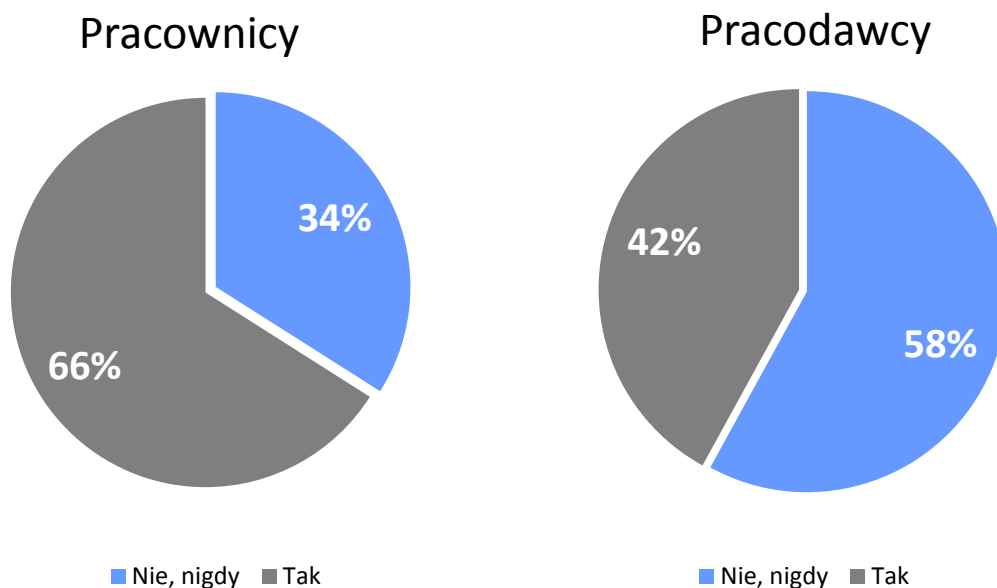
Nie wskazali wykształcenia



■ Nie, nigdy ■ Tak

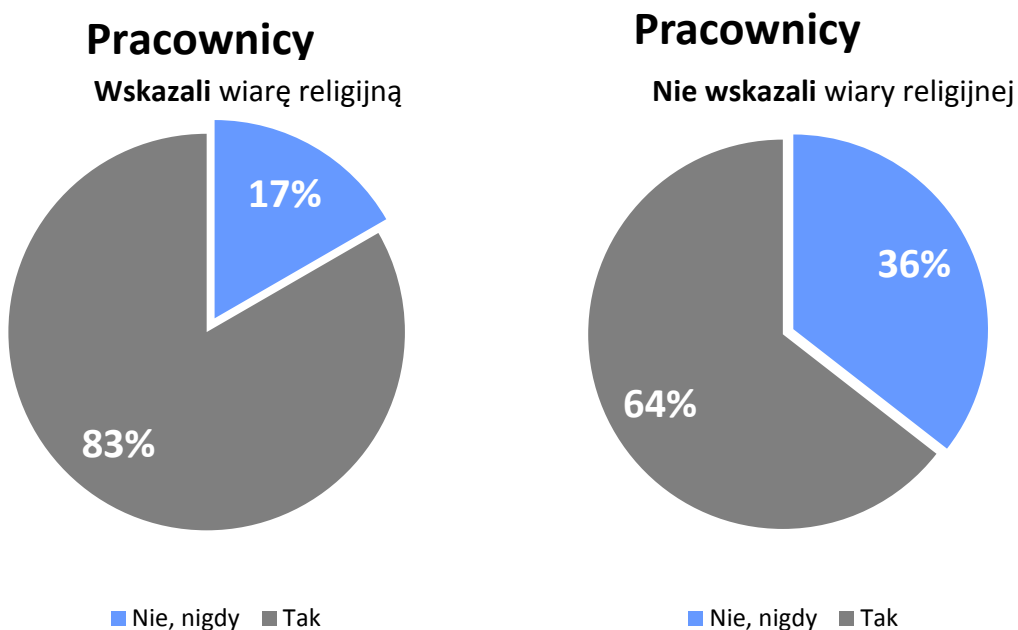
Zarówno wśród pracowników jak i pracodawców, osoby które **wskazały wykształcenie** jako istotną wartość **rzadziej rozmawiają z przełożonymi/podwładnymi na temat wiary religijnej**.

Czy ogólnie w całej firmie pojawia się temat wiary religijnej?



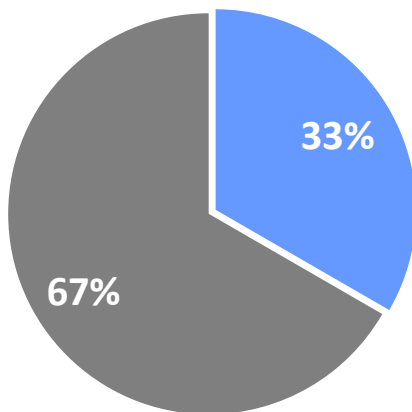
Z deklaracji pracowników wynika, że **większość podejmuje w pracy rozmowy na temat wiary religijnej**, w przeciwieństwie do pracodawców.

Czy ogólnie w całej firmie pojawia się temat wiary religijnej?



Pracodawcy

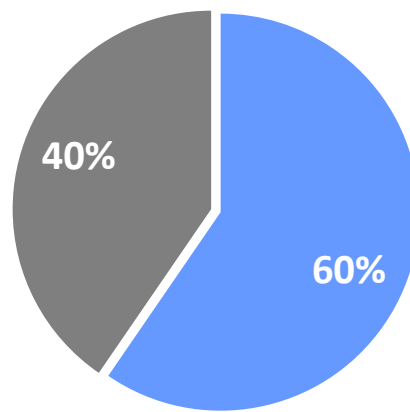
Wskazali wiarę religijną



■ Nie, nigdy ■ Tak

Pracodawcy

Nie wskazali wiary religijnej



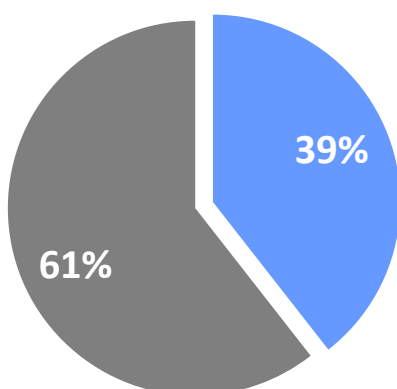
■ Nie, nigdy ■ Tak

Zarówno wśród pracowników jak i pracodawców, **osoby które wskazały wiarę religijną jako wartość istotną**

Czy ogólnie w całej firmie pojawia się temat wiary religijnej?

Pracownicy

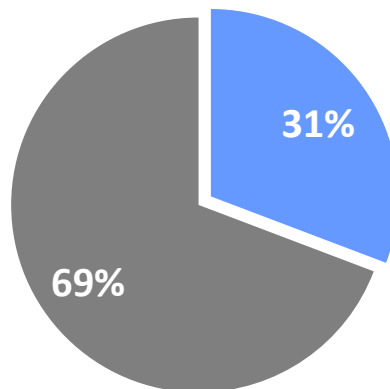
Wskazali wykształcenie



■ Nie, nigdy ■ Tak

Pracownicy

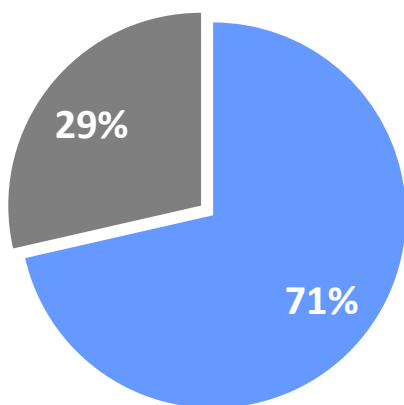
Nie wskazali wykształcenia



■ Nie, nigdy ■ Tak

Pracodawcy

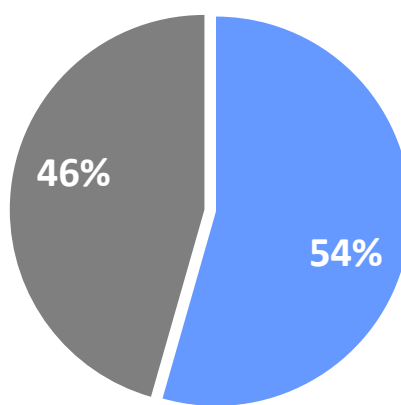
Wskazali wykształcenie



■ Nie, nigdy ■ Tak

Pracodawcy

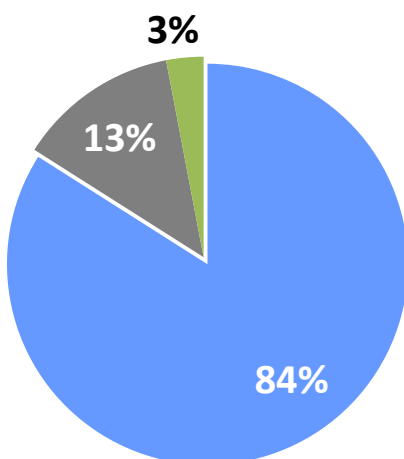
Nie wskazali wykształcenia



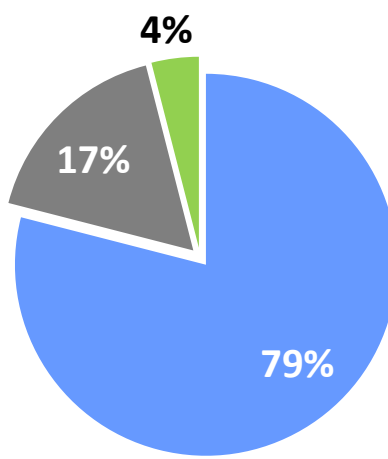
■ Nie, nigdy ■ Tak

Zarówno pracownicy jak i pracodawcy, którzy **wskazali wykształcenie** jako istotną wartość w biznesie, **rzadziej rozmawiają w pracy na temat wiary religijnej** niż osoby, które nie wskazały wykształcenia. Jednakże w przypadku pracowników różnica jest nieduża.

Jak bardzo ważna jest wiara religijna w prowadzeniu firmy w Pana/Pani branży?

Pracownicy

■ Nieważna ■ Ważna ■ Trudno powiedzieć

Pracodawcy

■ Nieważna ■ Ważna ■ Trudno powiedzieć

Zdaniem **13% badanych** pracowników **wiara ma znaczenie w prowadzeniu firmy** w ich branży, wśród pracodawców taką odpowiedź wskazało, nieco więcej, **17% badanych**.



Wartości w procesie rekrutacji

Iwona Cekał

Iwona Cekał ukończyła wydziały Zarządzanie i Marketing oraz Finanse i Bankowość w Głównej Szkole Handlowej w Warszawie. Związana z sektorem profesjonalnych usług HR od dwóch dekad; mieszkając w Pradze, później ponownie w Warszawie, spędziła ostatnie 18 lat budując relacje z klientami w regionie CEE oraz zarządzając projektami rekrutacyjnymi. W swoich rekrutacjach często wykorzystywała AC, testy psychometryczne. Realizowała również projekty outplacementowe. Iwona od 15 lat zajmuje stanowiska kierownicze. Wcześniej pracowała w firmach takich jak Hill International, Accord Group, Hudson, Neumann International, czy Kienbaum. Obecnie prowadzi polski oddział brytyjskiej organizacji executive search.

Czy dla rekrutowanych osób wartości jakie wyznaje firma mają znaczenie przy jej wyborze?

Wartości firmy – oczywiście mają, czy raczej powinny mieć znaczenie dla osób rekrutowanych. Dopasowanie i spójność własnych wartości z wartościami, w które wierzy organizacja powoduje, że lepiej czujemy się w danym zespole, lepiej rozumiemy podejmowane decyzje. Oczywiście wszystko zależy od tego, czy osoby zarządzające rzeczywiście, podejmując decyzje na temat organizacji, kierują się wartościami firmy. Niestety wciąż często zdarza się, że wartości firmy są tylko „na papierze”.

Daniel Lewczuk

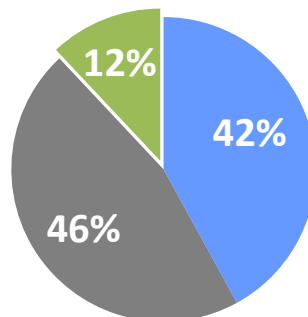
*Daniel Lewczuk jest przedsiębiorcą od 15 lat prowadzącym biznes w branży rekrutacyjnej, współwłaścicielem GoldenLine i inwestorem. W Polsce reprezentuje interesy STS Capital Partners, międzynarodowej firmy fuzji i przejęć. Ponadto Daniel Lewczuk jest członkiem Jury oceniającego potencjał polskich start-upów takich organizacji jak: Lewiatan Business Angels, Intell Business Challenge Europe, GSEA. **Studiował** zarządzanie i teologię w **Kentucky Christian College** w Stanach Zjednoczonych. Później otrzymał dyplom **MBA w Hope International University** w Kalifornii w USA. Aktywny sportowo, chętnie angażuje się w działania charytatywne.*

Czy wartości wyznawane przez kandydatów na pracowników mają wpływ na wybór w trakcie rekrutacji?

Najważniejsze są umiejętności, doświadczenie i kompetencje, a nie przekonania. Moim zdaniem nie zawsze mają one wpływ na to czy ktoś będzie rzetelnie wywiązywał się z powierzonych zadań i obowiązków na danym stanowisku. Pracowałem kiedyś z księdzem, który był wybitnym partnerem biznesowym, a także z osobą wierzącą, która była absolutnie niekompetentna, niepracowita i nierzetelna. Należy być ostrożnym z generalizowaniem.

Jeśli miałby Pan/i do wyboru, dwie oferty pracy na takich samych warunkach, z tym że jedna byłaby od firmy opartej na wartościach religijnych, a druga od firmy, która nie deklaruje takich wartości, to którą firmę by Pan/i wybrał ?

Pracownicy

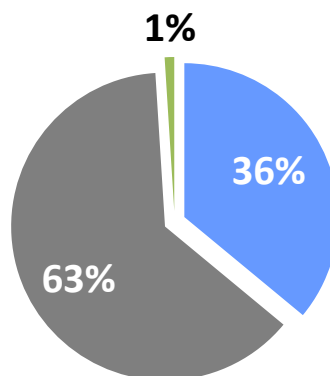


■ Firmę opartą na wartościach ■ Firmę nie deklarującą wartości
■ Trudno powiedzieć

Niemal połowa pracowników zadeklarowała, że **chętniej wybrałaby** ofertę pracy od firmy deklarującej wartości religijne.

Czy wartości podzielane przez kandydatów na pracowników mają wpływ na Pana/Pani wybór w trakcie rekrutacji?

Pracodawcy



■ Nie ■ Tak ■ Trudno powiedzieć

Większość pracodawców przyznała, że **na wybór w trakcie rekrutacji mają wpływ wartości** podzielane przez kandydatów na pracowników.



Wartości a zarządzanie zespołem i firmą

Krzysztof Jędrzejewski

Przewodniczący rad nadzorczych oraz główny udziałowiec dwóch dużych grup kapitałowych, których dominujące spółki notowane są na warszawskiej giełdzie papierów wartościowych – Kopex SA i Mostostal Zabrze SA. Pieniądze – zarówno w działalności biznesowej jak i społecznej – są dla Krzysztofa Jędrzejewskiego narzędziem do osiągnięcia celów. Angażuje się w działalność licznych fundacji i organizacji charytatywnych.

Czy wiedząc, że firma z którą Pan współpracuje wyznaje wartości religijne – ułatwia to Panu relacje biznesowe?

Krótka odpowiedź na to pytanie brzmi: nie.. Mało tego, gdy przedstawiciel danej firmy na pierwszym naszym spotkaniu opowiada mi jak bardzo jest zaangażowany w życie swojej wspólnoty religijnej i jak głęboko jest wierzący, to włącza mi się w głowie system alarmowy. Nie tylko dlatego, że podejrzewam, iż taka osoba - znając moją postawę - może mnie oszukiwać i naciągać na współpracę podając mi teoretycznie miłe, oczekiwane przeze mnie informacje. To szybko wychodzi na jaw. O wiele bardziej złożoną kwestią jest postawa, w której osoba autentycznie wierząca, uważa, że skoro wierzy, to biznes sam będzie się kręcił.

A to nie jest prawda. Wiara to jedno, a biznes to drugie. Nie znaczy to, że w pracy przestaję być wierzącym, tego nie wolno robić, ale oznacza to, że Bóg powołuje nas do pewnych zadań. Również do biznesu. Jeżeli jestem powołany to tak, jakbym otrzymał talenty, którymi mam zarządzać. Ora et labora. Módl się i pracuj. Powierzam mój biznes boskiej opiece, ale jednocześnie działam. Otoczenie powinno widzieć Boga w naszym działaniu. W działaniu, które charakteryzować się będzie tym, co wymieniłem w odpowiedzi na poprzednie pytanie. Wtedy pojawią się owoce w postaci sukcesu ekonomicznego. Albo nie pojawią się, jeśli taka będzie wola Boga.

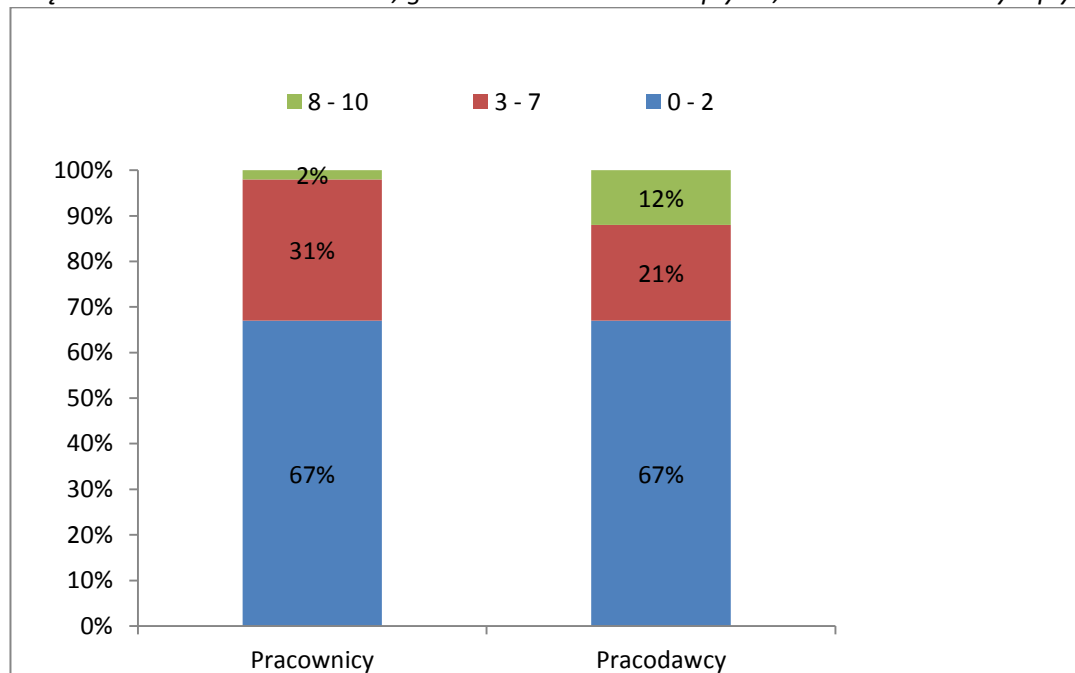
Zazwyczaj, gdy rozmawiam z wierzącym przedsiębiorcą to rzeczywiście, łatwiej nawiązać relację. Szybciej się rozumiemy, właśnie ze względu na wyznawane zbieżne wartości.

Współpraca z firmą, której kierownictwo postępuje zgodnie z biblijnym światopoglądem może być miłe, budujące, emocjonalnie wartościowe. Zazwyczaj gdy rozmawiam z wierzącym przedsiębiorcą to rzeczywiście, łatwiej nawiązać relację. Szybciej się rozumiemy, właśnie ze względu na wyznawane zbieżne wartości. Nie ma jednak gwarancji, że nasza współpraca będzie zakończona sukcesem. Gdybyśmy tego oczekiwali, stawialibyśmy Bogu wymagania. Tymczasem Bóg daje nam narzędzia, ale gospodarowaniem

nimi zajmujemy się już sami, zgodnie z talentami jakimi jesteśmy obdarzeni.

Jak duży wpływ ma wiara religijna przełożonego na zarządzanie zespołem w Pana/Pani branży?

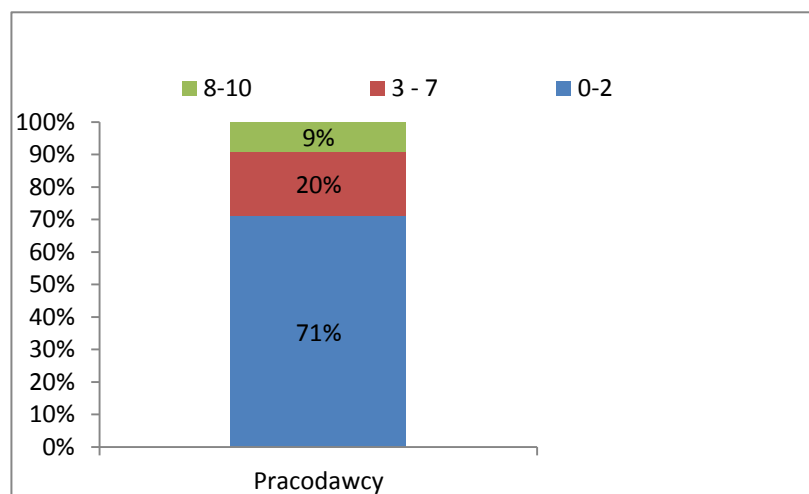
Odpowiedź proszę wskazać na skali od 0 do 10, gdzie 0 – oznacza brak wpływu, a 10 – bardzo duży wpływ.



Pracownicy nie widzą wpływu wiary religijnej przełożonego na sposób w jaki zarządzany jest zespół. Jednak już co 10 pracodawca uważa inaczej.

Czy wiedząc, że firma z którą Pan/i współpracuje wyznaje wartości religijne – ułatwia to Panu/Pani relacje biznesowe?

Odpowiedź proszę wskazać na skali od 0 do 10, gdzie 0 – w ogóle nie ułatwia relacji biznesowych, a 10 – bardzo ułatwia relacje biznesowe.



Co 10 pracodawca widzi wpływ deklarowania wartości religijnych przez kontrahentów jako ułatwienie relacji biznesowych.

PODSUMOWANIE



Waldemar Kupiec

Prezes Zarządu
Human Graph

Często można spotkać się z opinią, że w biznesie nie ma miejsca na wartości, a jedynym co się liczy jest zysk. Trzeba być twardym i bezwzględnym, uczciwość nie ma znaczenia, a wręcz przeszkadza. W trwającym „wyścigu szczurów” trzeba zapewnić sobie jak najlepsze miejsce. Nie bez przyczyny w świadomości społecznej funkcjonują takie powiedzenia jak „w biznesie nie ma miejsca na sentymenty” czy „pierwszy milion trzeba ukraść”. W korzystniejszym świetle można ewentualnie mówić o rozwoju zawodowym, spełnianiu się w pracy czy profesjonalizmie.

Czy zatem w miejscu pracy mogą się znaleźć wartości płynące na przykład z wiary religijnej? Wyniki badań jak i komentarze osób prężnie działających w biznesie pokazują, że jak najbardziej.

Badani zostali poproszeni o wskazanie trzech wartości, które powinny przyświecać osobom pragnącym osiągnąć sukces w biznesie. Jedną z najważniejszych wartości wskazanych przez respondentów było „uczciwe życie”. Warto zauważyć, że połowa ankietowanych pracodawców (51%) wskazała tą odpowiedź, natomiast wśród pracowników odsetek ten był już mniejszy (38%). Z kolei **wśród pracowników powszechniejsza jest wiara w wykształcenie** – takiej odpowiedzi udzieliło 35% badanych (21% wśród pracodawców). **25% pracowników jako istotną w biznesie wartość wskazało dobrobyt, bogacenie się, jednak wśród pracodawców taki wybór był dużo rzadszy (5%)**. Zdaniem części pracowników istotne jest również grono przyjaciół (14%; 1% wśród pracodawców). 9% badanych pracowników i 6% pracodawców jest zdania, że osobom, które chcą osiągnąć sukces w biznesie powinna przyświecać wiara religijna. Warto zwrócić uwagę na związek istniejący pomiędzy taką deklaracją, a wskazaniem uczciwości w biznesie.

*W pracy i w prowadzeniu firmy
warto kierować się czymś więcej
niż ambicjami i zyskiem.*

Zarówno wśród pracowników jak i pracodawców, większość osób (67%), które wskazały wiarę religijną, wskazywało także uczciwe życie. Spośród tych pracowników, którzy nie wskazali wiary religijnej, nie jest to tak istotna wartość. Uczciwość wybrało 36% pracowników i połowa pracodawców.

W miejscu pracy rozmawia się na temat wyznawanych wartości. Bez względu na wskazane wcześniej wartości większość badanych potwierdza, że takie rozmowy mają miejsce pomiędzy podwładnymi (72%) i przełożonymi (87%). Rzadziej jednak, rozmawia się na temat religii. 55% pracowników zadeklarowało, że rozmawia na ten temat ze swoimi przełożonymi, deklaracje takich rozmów z podwładnymi złożyło 35% pracodawców. Natomiast wśród badanych, którzy wskazali wiarę religijną jako jedną z wartości takie rozmowy odbywają się częściej – wśród 83% pracowników i 67% pracodawców. Dla porównania, wśród respondentów, którzy nie wskazali wiary religijnej odsetki wynoszą kolejno 52% i 33%. Podobnie wyglądają wyniki w kwestii rozmów na tematy dotyczące wiary religijnej w całej firmie (nie tylko na linii podwładny – przełożony). Na fakt istnienia takich rozmów wskazało 66% pracowników i 42% pracodawców. Takie wskazania częściej otrzymywaliśmy od respondentów, którzy wskazali jako wartość wiarę religijną (pracownicy – 83%; pracodawcy – 67%), a mniejsze od tych, którzy nie dokonali takiego wyboru (pracownicy – 64%; pracodawcy – 40%).

Warto zwrócić uwagę na fakt, iż badani, którzy w ramach wartości wskazywali wykształcenie, zdecydowanie rzadziej rozmawiają na takie tematy, zarówno w kontaktach pomiędzy przełożonymi a podwładnymi (pracownicy –

48%, pracodawcy – 24%) jak i w całej firmie (pracownicy – 61%, pracodawcy – 29%). Różnice dotyczą przede wszystkim badanych pracodawców.

Jak wynika z odpowiedzi badanych, wyznawane wartości, w tym wiara religijna mogą mieć znaczenie w prowadzeniu firmy. Zdaniem 13% pracowników wiara ma znaczenie w prowadzeniu firmy w ich branży, wśród pracodawców taką odpowiedź uzyskaliśmy od 17% badanych. Według deklaracji pracowników wiara religijna przełożonego nie ma wpływu na zarządzanie zespołem (2% wskazań) jednak według pracodawców jest inaczej (12% wskazań).

Deklarowane wartości religijne mogą mieć znaczący wpływ na wybory dokonywane zarówno przez pracowników jak i pracodawców. 42% pracowników stwierdziło, że wolałoby przyjąć ofertę pracy od firmy deklarującej takie wartości. Zdaniem 9% pracodawców deklarowanie wartości religijnych ułatwia współpracę biznesową z innymi firmami. Ponadto, w oczach pracodawców, duże znaczenie mają wartości (nie tylko religijne) wyznawane przez kandydatów na pracowników. **63% pracodawców zadeklarowało, że ma to wpływ na wybór dokonywany w trakcie rekrutacji.**

Wyniki naszego badania wskazują, że **wbrew dość powszechnej opinii, w pracy i w prowadzeniu firmy warto kierować się czymś więcej niż ambicjami i zyskiem.**