Jak motywować za pomocą PPK

1 stycznia rozpoczął się II etap wdrażania PPK. Na bazie doświadczenia z wdrożeń Pracowniczych Programów w kilkudziesięciu firmach, jakich dokonaliśmy w ostatnich miesiącach, podstawowym czynnikiem wpływającym na pozytywne podejście do programu, zarówno ze strony pracowników jak i pracodawców, jest dokładne zrozumienie zasad. Innymi słowy dostosowana komunikacja i edukacja.

Grzegorz Waszkiewicz

Uważam, że właśnie brak edukacji spowodował 30-40 proc. poziom uczestnictwa w programie, jak i niski poziom wpłat dodatkowych, zarówno ze strony pracodawcy jak i pracowników. To, że zatrudnieni nie wykorzystują opcji dodatkowych, wydaje się zrozumiałe, ponieważ dopiero czas zweryfikuje efektywność funduszy i zwiększenie do nich zaufania.
U pracodawców z kolei to obawa o budżet. W niniejszym artykule postawię jednak tezę – „to się opłaca". PPK mogą być wykorzystane przez pracodawców do budowania przewagi konkurencyjnej na rynku pracy. Ustawa ustala bowiem minimalną wpłatę, jaką pracodawca jest zobowiązany odprowadzać na rzecz pracownika na poziomie 1,5 proc. wynagrodzenia brutto danej osoby. Zezwala jednakże na zwiększenie udziału pracodawcy do 4 proc.

Marka dobrego pracodawcy

Tworzenie marki dobrego pracodawcy #employerbranding (EB), bardzo często budowane jest na bazie benefitów pracowniczych. Firmy prześcigają się pakietami medycznymi, ubezpieczeniami na życie, kartami na siłownię lub do klubów fitness. Jednak oprócz kosztów samego benefitu wymaga to bardzo często dodatkowych analiz potrzeb pracowników.
W przypadku PPK system mamy automatycznie, bo chcąc czy nie, firma będzie miała umowę o zarządzenie z instytucją finansową i platformę do naliczeń. Pytanie, czy wykorzysta jej możliwości. Tworząc program lojalnościowy lub motywacyjny, PPK jest idealnym narzędziem. Moje propozycje:

1. Dla pracowników po przekroczeniu określonego stażu np. 3 lata, firma może zaproponować wpłatę dodatkową na poziomie 1 proc. wynagrodzenia pracownika a po 6 latach kolejne 1,5 proc.
2. Dla sprzedawców o określonym stażu lub wynikach: 2 proc. dodatkowej wpłaty.
3. Dla osób na umowach zlecenie, które są naszymi wartościowymi długoterminowymi zleceniobiorcami, możemy dodać 2 proc.

Ważne informacje:

1. Zasady muszą znaleźć się w regulaminie wynagradzania.
2. Wpłaty pracodawcy na jednego pracownika nie mogą przekroczyć łącznie 4 proc. jego wynagrodzenia brutto.
3. Zasady nie mogą w żaden sposób dyskryminować (pod względem płci, wyznania itp.)

Koszty

Przeprowadzając analizę kosztową, weźmy pod uwagę, że wpłaty na PPK (do wysokości 4 proc.) nie podlegają składkom na ZUS.
Zatem tworząc dzięki PPK system motywacyjny, firma może stać się pożądanym pracodawcą dla nowych pracowników, jak również bardziej konkurencyjna wewnątrz firmy, oferując dodatki wybranym działom lub grupom w przedsiębiorstwie. Przy działaniach „employerbrandingowych" bardzo często działamy punktowo i na krótki dystans a przecież „markę" dobrego pracodawcy mamy tworzyć na lata. Wykorzystując projekt PPK z definicji, dajemy jasny przekaz budowy pozytywnych relacji na lata. Nic tak jak wspieranie pracownika przy zbieraniu na przyszłą emeryturę nie przemawia na korzyść tej idei.
Zwiększanie atrakcyjności zatrudnienia staje się powoli standardem. Firmy 50-250 nie mają często wyspecjalizowanych departamentów HR, dbających o efektywną rekrutację, jak i ograniczenie rotacji zatrudnionych. Tym bardziej zatem posiadając i tak system PPK powinny skupić się na jego wykorzystaniu. Ustawa o PPK gwarantuje, że w przypadku zmiany pracodawcy środki zgromadzone nie przepadają, a co więcej są dalej zarządzane. Jednocześnie pracownik zawsze ma do nich dostęp i może mieć kilka PPK u kilku pracodawców lub dokonać ich zjednoczenia u jednego najbardziej efektywnego zarządzającego.
Podsumowując, podwyższone wpłaty w ramach PPK mogą być dodatkowym elementem na liście comiesięcznych benefitów oraz sygnałem dla obecnych i potencjalnych pracowników, że pracodawca nie tylko realizuje swój ustawowy obowiązek, ale też nagradza za dobrą i lojalną pracę. ■

Broker Ubezpieczeniowy – Członek Zarządu, portalu: www.bezpieczenstwowbiznesie.pl
Ekspert ds. odszkodowań i PPK. W branży ubezpieczeniowej od 1999 r. Absolwent UMK w Toruniu z tytułem MBA Dominican University w Chicago (USA)