

Czy prezenty muszą mieć procenty?

Kategoria: Styl życia

Opublikowano: wtorek, 04, listopad 2025 08:10

Alicja Cisowska

Odśłony: 522

Alkohol od lat odgrywa dominującą rolę w kulturze biznesowej - toasty, firmowe prezenty, integracje świąteczne czy biznesowe negocjacje rzadko odbywają się bez procentowego komponentu. Tymczasem rośnie świadomość, że relacje można budować inaczej. Odmowa picia alkoholu w środowisku zawodowym często spotyka się ze zdziwieniem i naciskami: „To tylko jeden kieliszek”, „Czemu nie pijesz?” - słowa, które mogą rodzić presję, wstyd i poczucie konieczności wymówek. To nie tylko indywidualny wybór – to problem społeczny, który dotyka wielu pracowników. Czy toast za współpracę jest faktycznie warunkiem dobrej relacji biznesowej, czy tylko iluzją bliskości?

Alkohol, decyzje biznesowe i realne koszty

Picie alkoholu w pracy to nie tylko kwestia zdrowotna, ale realny problem finansowy i organizacyjny. Według szacunków firmy Worksober.com, około 0,8 proc. polskich pracowników codziennie przychodzi do pracy pod wpływem alkoholu, co przekłada się na nawet 100 tys. osób dziennie. Rosnące koszty związane z nadużywaniem alkoholu stają się coraz bardziej widoczne w biznesie — w 2024 r. liczba dni absencji chorobowej z powodu problemów alkoholowych wyniosła blisko 100 tys., co oznacza wzrost aż o 50% w stosunku do roku poprzedniego. Co więcej, skutki sięgają nie tylko godzin pracy, ale również przekładają się na wydajność. Spożycie alkoholu podczas wieczornych spotkań biznesowych generuje kolejny ukryty koszt: spadek efektywność pracowników następnego dnia, który przekłada się na realne straty dla firm.

- Wpływ społeczny i zawodowy decyzji podejmowanych po alkoholu jest bardzo poważny. W korporacyjnym środowisku odmowa picia wzbudza zdziwienie – słyszymy często: „To tylko jeden kieliszek”. Osoby, które decydują się nie pić, odczuwają presję, wstyd, a czasem muszą się tłumaczyć – mówi Piotr Kościelny, założyciel fundacji SoberNET. – Wielu pracowników nie potrafi asertywnie powiedzieć „nie”, co utrwala poczucie obowiązku uczestnictwa w toastach i integracjach. To nie tylko indywidualny wybór – to zjawisko, które codziennie dotyka pracowników i kształtuje kulturę organizacyjną – dodaje.

Należy zwrócić uwagę, że na pracodawcach ciąży odpowiedzialność za dobrostan pracownika, bezrefleksyjne umożliwianie spożywania alkoholu podczas imprez firmowych, konferencji czy spotkań biznesowych ma ogromną szkodliwość społeczną i negatywny wpływ na pracowników. Często to nie sama ilość alkoholu, lecz oczekiwanie, że wypada się napić, buduje dyskomfort i atmosferę wykluczenia osób, które wybierają trzeźwość – z powodów zdrowotnych, osobistych, duchowych lub po prostu... z wyboru.

Jak asertywnie odmówić – strategie na spotkania i toasty

Fundacja SoberNET wspiera osoby, które nie chcą używać alkoholu, oferując im wsparcie i praktyczne strategie, jak radzić sobie w sytuacjach społecznych i biznesowych, w których alkohol odgrywa dominującą rolę. To szczególnie ważne podczas spotkań świątecznych, firmowych wigilii czy toastów biznesowych – momentów, które często wywołują presję i konieczność „wytłumaczenia się”, jeśli ktoś odmawia alkoholu.

- Przyjmij strategię „uderz i odejdz”: weź kieliszek, wznies toast, a następnie odstaw go – to pozwala uniknąć dodatkowego pytania bez robienia sceny.
- Użyj prostego komunikatu: „Dziękuję, dziś odpuszczę alkohol” – bez konieczności rozbudowanych tłumaczeń.

Czy prezenty muszą mieć procenty?

Kategoria: Styl życia

Opublikowano: wtorek, 04, listopad 2025 08:10

Alicja Cisowska

Odsłony: 522

- Przygotuj alternatywę: zaproponuj „wodę z cytryną” lub „napój bezalkoholowy” – to sygnał, że uczestniczysz, ale na swoich warunkach.
- Jeśli to świąteczna wigilia firmowa lub toast: możesz wznieść toast szampanem bezalkoholowym lub wodą – ważne, by udział był symboliczny, a nie wymuszony.
- Bądź gotowy na pytania: jeśli ktoś dopytuje, możesz spokojnie odpowiedzieć, że to Twój świadomy wybór wynikający z wartości lub stylu życia – nie musisz przeproszać.

Kreatywność zamiast procentów, czyli nie zawsze prezenty muszą mieć %

W świecie biznesu coraz częściej podkreśla się znaczenie relacji opartych na autentycznych doświadczeniach, a nie na tradycyjnych alkoholowych zwyczajach. Firmy szukają sposobów, by obdarowywać klientów i angażować pracowników w sposób kreatywny, przemyślany i dopasowany do indywidualnych potrzeb – liczy się jakość, lokalność i personalizacja prezentów. Alkohol często bywa sztampowym rozwiązaniem, wybieranym wtedy, gdy brak pomysłu na coś bardziej oryginalnego.

– Zmiana w podejściu firm do zakupu prezentów świątecznych jest bardzo powolna. Większość nadal decyduje się na tradycyjne rozwiązania alkoholowe, mimo że dostępnych jest wiele atrakcyjnych alternatyw, a coraz częściej pojawiają się sygnały, że obdarowani oczekują bardziej kreatywnych i spersonalizowanych upominków – mówi Katarzyna Kowalewska, Managing Director w SalesUP Polska. – Zamiast klasycznych alkoholi, klienci mogą otrzymać prezenty, które tworzą wspomnienia – eleganckie walizki podróżne, wysokiej jakości oliwę z oliwek, kosze z unikatowymi przedmiotami czy produkty premium. To pokazuje, że prezenty mogą procentować, nawet jeśli nie zawierają procentów – dodaje.

Podobnie wygląda organizacja firmowych spotkań świątecznych i eventów integracyjnych – zamiast tradycyjnego picia alkoholu w programie pojawiają się aktywności sportowe, escape roomy, quizy i gry zespołowe, które angażują uczestników i budują emocje w inny sposób. Coraz więcej firm zwraca również uwagę na inkluzywność i różnorodność uczestników – uwzględniając preferencje osób niepijących i oferując alternatywy bezalkoholowe, tak aby każdy mógł czuć się komfortowo i uczestniczyć w wydarzeniu na równych zasadach.

Wysyłanie alkoholu jako prezent świąteczny staje się coraz bardziej ryzykowne – i coraz bardziej niezgodne z trendami globalnymi. Dlaczego? Bo nie uwzględnia różnorodności pracowników i klientów. W firmach pracują osoby trzeźwiejące, unikające alkoholu ze względów zdrowotnych, abstynenci kulturowi lub religijni, kobiety w ciąży, kierowcy zawodowi czy też osoby wybierające styl życia „no/low alcohol”.

Wigilie firmowe bez alkoholu – trend, który rośnie

Coraz więcej organizacji rezygnuje z alkoholu podczas świątecznych spotkań. Takie wydarzenia budują bezpieczną atmosferę, wzmacniają realną integrację, nie tę „rozgrzaną procentami”, zmniejszają ryzyko nieodpowiednich zachowań, są bardziej inkluzywne, a nade wszystko ułatwiają włączanie osób z różnych kultur i stylów życia.

Badania Harvard Business Review pokazują, że pracownicy czują się bardziej komfortowo i bezpiecznie na imprezach firmowych bez alkoholu. To nie trend moralny – to trend odpowiedzialności.

Źródło: IP