

Jaki jest koszt braku motywacji?

Kategoria: Styl życia

Opublikowano: wtorek, 24, luty 2026 13:36

Alicja Cisowska

Odsłony: 1044

Zaangażowanie pracowników w polskich firmach spadło o 3 pkt proc. w porównaniu z 2024 rokiem, do poziomu 63 proc. – wynika z najnowszego raportu przygotowanego przez platformę Enpulse na podstawie badania 100 tys. pracowników. Ma na to wpływ m.in. przeciążenie obowiązkami, przebudźcowanie, ale przede wszystkim brak odpowiedniej komunikacji w organizacjach i krytyczna ocena przywództwa. Zdaniem założycielki Enpulse nie jest to jednorazowy spadek, ale negatywny trend, który może wpłynąć na wyniki finansowe przedsiębiorstw.

– Nasze najnowsze badanie o zaangażowaniu pracowników pokazało wyraźny, pierwszy od kilku lat spadek wskaźnika o 3 pkt proc. Może się wydawać niewielki, ale w badaniu kumulatywnym oznacza to, że jest to stała, ustrukturyzowana zmienna. To nie jest incydent – podkreśla Magda Pietkiewicz, twórczyni platformy Enpulse, prezeska Zmotywowani.pl. – Zaangażowanie pracowników stale spada. Co ciekawe, doganiamy światowe trendy. W badaniach już rok temu widzieliśmy tę zmianę globalnie, a obecnie zauważamy ją bardzo wyraźnie na rynku polskim.

Według raportu „State of the Global Workplace 2025” firmy Gallup w 2024 roku odsetek zaangażowanych pracowników na całym świecie spadł z 23 proc. do 21 proc. Ekspertki zaznaczają, że tylko dwukrotnie w ciągu ostatnich 12 lat odnotowano spadek. Drugi taki przypadek miał miejsce w 2020 roku, kiedy mniejsze zaangażowanie było związane z lockdownami podczas pandemii COVID-19.

Cykliczne badania Enpulse pokazują podobną tendencję w Polsce. W 2021 roku wskaźnik zaangażowania obniżył się do 63 proc., przez następne trzy lata wzrósł do 66 proc., by w 2025 roku spaść ponownie do 63 proc. Spadek jest widoczny we wszystkich trzech wymiarach pomiaru. Nadal najwyżżej oceniany pozostaje wymiar emocjonalny (64 proc.), natomiast najslabiej wypada wymiar motywacyjny (62 proc.).

– Brak zaangażowania wpływa na pracowników wielowymiarowo. Na poziomie emocjonalnym oni się wycofują, przestają angażować, w końcu mogą być mocno sfrustrowani, co czasami prowadzi do wypalenia zawodowego. Z drugiej strony na poziomie racjonalnym niezaangażowani pracownicy bardzo często zastanawiają się nad sensem swojej pracy, nad tym, co oni właściwie robią w tej firmie i czy nie warto byłoby jej zmienić – podkreśla prezeska Zmotywowani.pl.

Na podstawie modelowanych wyników indywidualnych respondenci zostali przypisani do czterech kategorii: niezaangażowanych, rozczarowanych, włączonych i zaangażowanych. W dwóch pierwszych grupach znajduje się 33 proc. badanych. Odsetek niezaangażowanych wzrósł o 5 pkt proc., głównie kosztem włączonych i rozczarowanych, co oznacza przesunięcie „w dół” struktury zaangażowania.

– Spadek zaangażowania w miejscu pracy to jest bardzo poważna rzecz. Wiąże się z wycofaniem się pracownika z prostych czynności, na które czasami nie zwracamy uwagi. Na przykład słabiej angażuje się w rozmowy ze współpracownikami. Czasami wykonuje swoją pracę tylko od A do B, bardzo pilnuje, żeby nie zrobić niczego więcej, bo to być może nie należy do jego obowiązków – zauważa Magda Pietkiewicz.

Ekspertka tłumaczy, że przyczyną może być znudzenie tym, co się dzieje w organizacji. Przez to pracownik nie ma ochoty się angażować, wręcz nie widzi w tym sensu.

– To jest bardzo duży problem dla sprawczości, dla wiary w to, czy ja w ogóle mam jakąś moc, dla tego, żeby wierzyć w tę firmę i żeby działać korzystnie na jej rzecz – dodaje prezeska Zmotywowani.pl.

Raport wskazuje, że za spadkiem zaangażowania stoi wiele czynników. Jako kluczowy eksperci określili

Jaki jest koszt braku motywacji?

Kategoria: Styl życia

Opublikowano: wtorek, 24, luty 2026 13:36

Alicja Cisowska

Odsłony: 1044

komunikację w organizacji. 38 proc. pracowników nie dysponuje wszystkimi informacjami potrzebnymi do efektywnej pracy, a 40 proc. ocenia komunikację pionową jako niewystarczającą. Znajomość misji firmy spadła z 70 proc. do 65 proc.

– Na rynek pracy weszło młode pokolenie, które ma zupełnie inne spojrzenie na pracę i jej sens. Oczekuje wartości, które może współdzielić ze swoim miejscem pracy, pracodawcą. Oczekuje też innej komunikacji. Pozostali pracownicy stwierdzili więc, że w sumie to nie jest takie złe, żeby komunikacja w firmie była transparentna, żeby informowano ich o zmianach, dlaczego i na jakiej podstawie podejmowane są decyzje – tłumaczy Magda Pietkiewicz. – Z drugiej strony jesteśmy przemęczeni, przebodźcowani, nie potrafimy sobie poradzić z tym, w jaki sposób uporządkować liczbę swoich zadań, jak rozmawiać o tym, że jesteśmy zmęczeni, albo o tym, że chcemy się rozwijać. Najtrudniejszym punktem, i to też widzimy w badaniach, jest komunikacja, która się bardzo zmieniła i nie nadąża w organizacjach za tym, czego potrzebują pracownicy.

Obserwowany jest wyraźny rozdźwięk między formalnym poczuciem zespołowości a jakością relacji oraz coraz niższa ocena liderów i sposobu zarządzania zmianą. Chęć wpływu na decyzje organizacyjne spadła o 9 pkt proc. do poziomu 61 proc.

– To jest ogromny problem dla organizacji. Niezaangażowany pracownik oznacza stratę nawet 35 proc. kosztów jego wynagrodzenia. Taką stratę przynosi on firmie, pomimo że jest obecny, pracuje, ale nie wnosi nic ponad to, co jest absolutnie wymagane systemowo, a nie wymagane przez przełożonego – wyjaśnia twórczyni platformy Enpulse.

W świetle raportu firmy Gallup spadek globalnego zaangażowania pracowników w 2024 roku kosztował światową gospodarkę 438 mld dol., za czym stoi utrata produktywności. Głównym powodem był spadek zaangażowania menedżerów, którzy od czasu pandemii musieli godzić nowe wymagania kadry kierowniczej z oczekiwaniami pracowników.

– Mówimy o braku innowacyjności i rozwoju firmy, a w końcu o tym, że ona przestaje zarabiać pieniądze. Jesteśmy w stanie bardzo dokładnie zmierzyć skutki braku zaangażowania, więc może warto, żeby firmy się pochyliły nad tym, żeby analizować na podstawie danych, na ile ich pracownicy są zaangażowani, a na ile są niezaangażowani. Z naszych badań wynika, że 33 proc. to pracownicy, którzy są albo niezaangażowani, albo właśnie wchodzą w ten segment – alarmuje Magda Pietkiewicz.

Wskaźnik eNPS za 2025 rok według Enpulse wyniósł –1. Wynik ten wskazuje przewagę pracowników niepolecających pracodawcy nad tymi, którzy byliby skłonni to zrobić. Ubiegłoroczny wskaźnik był o 11 pkt niższy niż w 2024 roku i 15 pkt niższy niż w 2023 roku. Może to świadczyć o słabnącej więzi emocjonalnej z organizacją oraz narastającej frustracji, co negatywnie wpływa na wizerunek pracodawcy.

Jak zauważają eksperci, niski poziom zaangażowania nie jest tożsamy z brakiem kompetencji czy niską jakością pracy. Co więcej, różnorodność w podejściu pracowników może wprowadzać pozytywną dynamikę w zespole. Bardziej zaangażowani pracownicy wnoszą energię i inicjatywę, podczas gdy ci mniej zaangażowani oferują krytyczne spojrzenie i dystans emocjonalny. Zadaniem organizacji jest zrozumienie potrzeb każdej z grup i umiejętne wykorzystanie ich potencjału.

– Firmy mają, wbrew pozorom, bardzo dużo narzędzi, żeby odwrócić trend, ale wymaga to zmiany myślenia o zarządzaniu zaangażowaniem pracowników w firmie. Do tej pory było jedno badanie raz na

Jaki jest koszt braku motywacji?

Kategoria: Styl życia

Opublikowano: wtorek, 24, luty 2026 13:36

Alicja Cisowska

Odsłony: 1044

rok, raz na dwa lata i tyle. Teraz te decyzje powinny być podejmowane na podstawie ciągłych pomiarów oraz informacji, które otrzymuje się od pracowników. To nie są jakieś magiczne liczby. To jest wysłuchanie pracowników i odpowiedź na ich potrzeby – uważa ekspertka.

Jak wynika z innego raportu platformy Enpulse „Work War Z” z marca 2025 roku, spośród narzędzi lub działań ze strony pracodawcy, które pozytywnie wpływają na zaangażowanie Zetek, najczęściej wskazywali oni na jasno określone ścieżki kariery i możliwości awansu (18 proc.) oraz dobre warunki pracy (18 proc.). Na drugim miejscu znalazła się możliwość uczestniczenia w szkoleniach i warsztatach (17 proc.), a na trzecim elastyczne godziny pracy lub możliwość pracy zdalnej (16 proc.).

– Zawsze pojawia się wątpliwość u pracodawców, czy mówimy tylko o pieniądzach. Nie, pracownicy mają rozliczne potrzeby, chcą mieć wpływ na to, co się dzieje w firmie, albo chcą być wcześniej informowani o zmianach czy o powodach decyzji, które są podejmowane przez zarządy. Czasami to nie są takie trudne rzeczy, ale trzeba słuchać pracowników. To najlepsze narzędzie do tego, żeby faktycznie odwrócić trend i popracować nad zwiększeniem zaangażowania pracowników – mówi Magda Pietkiewicz.

Źródło: Newseria