

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO

**UGODNOSTI V PODJETJU: STALIŠČA ZAPOSLENIH Z
RAZLIČNIMI OSEBNOSTNIMI LASTNOSTMI**

Ljubljana, november 2021

KATARINA NABERGOJ

IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisana Katarina Nabergoj, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtorica predloženega dela z naslovom Ugodnosti v podjetju: stališča zaposlenih z različnimi osebnostnimi lastnostmi, pripravljenega v sodelovanju s svetovalko izr. prof. dr. Katarino Katjo Mihelič

IZJAVLJAM,

1. da sem predloženo delo pripravila samostojno;
2. da je tiskana oblika predloženega dela istovetna njegovi elektronski obliki;
3. da je besedilo predloženega dela jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam oziroma navajam v besedilu, citirana oziroma povzeta v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani;
4. da se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku Republike Slovenije;
5. da se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega dela dokazano plagiatorstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom;
6. da sem pridobila vsa potrebna dovoljenja za uporabo podatkov in avtorskih del v predloženem delu in jih v njem jasno označila;
7. da sem pri pripravi predloženega dela ravnala v skladu z etičnimi načeli in, kjer je to potrebno, za raziskavo pridobila soglasje etične komisije;
8. da soglašam, da se elektronska oblika predloženega dela uporabi za preverjanje podobnosti vsebine z drugimi deli s programsko opremo za preverjanje podobnosti vsebine, ki je povezana s študijskim informacijskim sistemom članice;
9. da na Univerzo v Ljubljani neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve predloženega dela v elektronski obliki, pravico reproduciranja ter pravico dajanja predloženega dela na voljo javnosti na svetovnem spletu preko Repozitorija Univerze v Ljubljani;
10. da hkrati z objavo predloženega dela dovoljujem objavo svojih osebnih podatkov, ki so navedeni v njem in v tej izjavi.

V Ljubljani, dne _____

Podpis študentke: _____

KAZALO

UVOD	1
1 UGODNOSTI V PODJETJU	3
1.1 Opredelitev ugodnosti v okviru sistema nagrajevanja	3
1.2 Pomen ugodnosti za zaposlene	5
1.3 Vrste ugodnosti	7
1.3.1 Ugodnosti na delovnem mestu	8
1.3.2 Sodobna oprema in tehnologija	8
1.3.3 Zdravstvene in pokojninske ugodnosti	9
1.3.4 Športne aktivnosti in prireditve	10
1.3.5 Fleksibilen delovni čas in delo od doma	11
1.3.6 Dodatna izobraževanja in usposabljanja	12
1.3.7 Druge ugodnosti	13
1.4 Primeri dobrih praks s širokim naborom ugodnosti	13
1.4.1 Facebook	13
1.4.2 Netflix	14
1.4.3 Gen-I, trgovanje in prodaja električne energije, d. o. o.	16
2 OSEBNOSTNE LASTNOSTI ZAPOSLENIH	18
2.1 Opredelitev pojma osebnost	18
2.2 Tipologija velikih pet osebnostnih lastnosti	19
2.2.1 Sprejemljivost ali prijetnost	20
2.2.2 Odprtost za izkušnje	20
2.2.3 Vestnost.....	21
2.2.4 Ekstravertnost.....	21
2.2.5 Nevroticizem	22
3 RAZISKAVA O VLOGI UGODNOSTI MED ZAPOSLENIMI	22
3.1 Cilj raziskave in opredelitev raziskovalnih vprašanj	22
3.2 Metodologija	23
3.2.1 Oblikovanje vprašalnika	23
3.2.2 Zbiranje podatkov.....	24
4 ANALIZA PODATKOV	25

4.1	Demografske značilnosti anketirancev	25
4.2	Opisne statistike.....	28
4.2.1	Stališča zaposlenih do ugodnosti v podjetju	29
4.2.2	Osebnostne značilnosti skozi dimenzije modela velikih pet	34
4.3	Analiza raziskovalnih vprašanj	41
5	DISKUSIJA	49
5.1	Povzetek rezultatov	49
5.2	Priporočila za prakso	51
5.3	Omejitve raziskave in prihodnje raziskovanje	51
SKLEP	52
LITERATURA IN VIRI	53

KAZALO TABEL

Tabela 1:	Stališča zaposlenih do ugodnosti v podjetju (n = 93)	31
Tabela 2:	Povprečne ocene glede vrednotenja ugodnosti v podjetju	34
Tabela 3:	Povprečne ocene dimenzij osebnostnih lastnosti po modelu velikih pet	40
Tabela 4:	Levenov test homogenosti varianc.....	41
Tabela 5:	Brown-Forsythov test.....	41
Tabela 6:	Mnogotere primerjave	42
Tabela 7:	Skupinske statistike glede na spol.....	43
Tabela 8:	T-test enakosti povprečnih ocen	44
Tabela 9:	Opisna statistika – starost	46
Tabela 10:	Levenov test homogenosti varianc	47
Tabela 11:	Anova –starost	48
Tabela 12:	Pomembnost določenih ugodnosti v podjetju v primerjavi z nižjo plačo (n = 113)	49
Tabela 13:	Ključne ugotovitve na raziskovalna vprašanja	50

KAZALO SLIK

Slika 1:	Način nagrajevanja	5
Slika 2:	Rezultati in koristi promocije zdravja pri delu	10
Slika 3:	Model velikih pet osebnostnih lastnosti.....	20
Slika 4:	Grafični prikaz anketiranih po starosti (n =113)	25
Slika 5:	Zakonski stan anketirancev (n = 113).....	26
Slika 6:	Grafični prikaz anketiranih po regiji, v kateri so zaposleni (n = 113).....	26

Slika 7: Grafični prikaz formalne izobrazbe anketiranih (n =113).....	27
Slika 8: Grafični prikaz delovne dobe anketirancev v trenutnem podjetju (n = 113).....	27
Slika 9: Grafični prikaz delovnega mesta anketirancev (n = 113)	28
Slika 10: Grafični prikaz velikosti podjetja, v katerem so anketiranci zaposleni (n = 113)	28
Slika 11: Dimenzija ekstravertnosti z aritmetičnimi sredinami	35
Slika 12: Dimenzija introvertiranosti z aritmetičnimi sredinami	36
Slika 13: Dimenzija vestnost z aritmetičnimi sredinami	37
Slika 14: Dimenzija sprejemljivosti z aritmetičnimi sredinami	38
Slika 15: Dimenzija odprtosti z aritmetičnimi sredinami	39

KAZALO PRILOG

Priloga 1: Anketni vprašalnik	1
-------------------------------------	---

UVOD

Tista podjetja, ki gredo v korak s časom, se zavedajo, da morajo zaposlenim omogočiti ugodnosti, saj je zadovoljstvo zaposlenih eden od najpomembnejših elementov v podjetjih. Skrb za zadovoljstvo med zaposlenimi je ena izmed ključnih nalog vodilnih v podjetju. Ne smemo pa pozabiti, da velika podjetja lažje ustvarijo prednosti na način, kako pridobiti ali zadržati zaposlene, saj imajo boljša pogajalska izhodišča glede cen blaga in storitev. Ponudnikom ugodnosti tako lahko zagotavljajo bistveno več prihodkov kot majhna podjetja (Fractl, 2020).

Trenutno živimo v času, ko se svet spopada z epidemijo virusa, ki je močno prizadel nekatera podjetja in prav tako njihove zaposlene. Kako bo to vplivalo na vsakega posameznika, bo veliko odvisno tudi od njegove osebnosti.

Ugodnosti za zaposlene pa ne prinašajo koristi samo zaposlenim, ampak tudi podjetju. Največje koristi se kažejo v večji produktivnosti in večji zvestobi. V letošnjem letu se je izkazalo, da podjetja, ki so bolj fleksibilna, niso imela težav s preusmeritvijo svojih zaposlenih na delo od doma. Poskrbela so tudi za usklajevanje poklicnega in zasebnega življenja, kot so petki brez sestankov, vikendi brez pogovora in delo, razporejeno čez cel teden, glede na zmožnost zaposlenega. Podjetja se bodo zato morala znati prilagoditi in gledati ne samo na svoj dobiček, ampak tudi na zadovoljstvo svojih zaposlenih.

Osebnost je množica osebnostnih lastnosti, ki se pojavijo pri množici posameznih oseb. Je celostni sistem relativno trajnih duševnih, vedenjskih in telesnih značilnosti. Enote osebnosti so osebnostne lastnosti, ki so lahko specifične, lahko pa tudi kompleksne. Bolj kot je osebnost kompleksna, več informacij nam daje o naši osebnosti. Osebnostne lastnosti med drugim sodijo tudi med najpomembnejše vzročne dejavnike našega obnašanja in doživljanja (Musek, 2014).

Individualne razlike med posameznimi zaposlenimi so različna stališča, mnenja, potrebe in želje, prav tako pa so si posamezniki lahko različni v svojih sposobnostih, inteligenci in osebnosti nasploh. V ta sklop spadajo tudi starost, spol, delovna doba in položaj na delovnem mestu. Zaposleni v podjetju so posamezniki z osebnostjo (Marzel, 2000).

Osebnost je celota človekovih relativno trajnih telesnih, vedenjskih in duševnih značilnosti in je kot takšna trajna in stabilna: vsakemu človeku daje njemu lastno istovetnost (osebnostno identiteto), po kateri ga prepoznamo in po kateri se razlikuje od vseh drugih. Hkrati velja dodati, da osebne značilnosti ali lastnosti vplivajo na vedenje zaposlenih pozitivno ali negativno in da je zato izrednega pomena zagotavljati osebnostni razvoj zaposlenih (Šarotar Žižek & Veingerl Čič, 2018).

Namen magistrskega dela je prispevati k razumevanju pomembnosti vpliva ugodnosti v podjetju na zaposlene. Z izvedeno raziskavo želim prikazati, kako pomembne so ugodnosti

podjetij tako za podjetje samo kot za zaposlene glede na njihove osebnostne lastnosti. Z ugodnostmi se namreč dosežejo spremembe pri zavzetosti zaposlenih.

Glavni cilj magistrskega dela je proučiti stališča zaposlenih do ugodnosti v podjetju. Proučevala bom, ali obstajajo demografske razlike, zlasti v spolu in starosti, glede na to, koliko zaposlenemu te ugodnosti pomenijo – ali zaposleni zna ovrednotiti ugodnosti v primerjavi s plačo, ali bolj ceni višjo plačo in s tem nič ugodnosti ali nižjo plačo in širok nabor ugodnosti, ki jih lahko koristi. Poleg tega so cilji še: proučiti vpliv osebnostnih lastnosti na koriščenje ugodnosti, analizirati skupen pomen izbranih ugodnosti na uspešnost zaposlenega in primerjati ugodnosti podjetij s primeri dobrih praks v tujini.

Magistrsko delo je sestavljeno iz dveh delov. V prvem, teoretičnem delu magistrskega dela se bom navezala na vso literaturo, povezano z ugodnostmi in osebnostjo zaposlenega. Uporabila bom deskriptivno metodo raziskovanja, saj bom povzemala znanstveno literaturo in različna stališča avtorjev, ki so to že raziskovali.

V drugem, empiričnem delu bom na podlagi literature uporabila primarne podatke, ki jih bom proučila. Izbrala sem si kvantitativno metodo raziskovanja – vprašalnik. Z raziskavo, ki jo bom izvedla na podlagi 50–100 respondentov, zaposlenih v Sloveniji, bom raziskala, kakšna stališča do ugodnosti v podjetju imajo zaposleni. Anketirala bom zaposlene različnih podjetij iz različnih panog. Znano je, da stališča posameznika oblikujejo različni družbeni dejavniki, ki vplivajo na posameznikovo vedenje, zato bom preverila, ali mogoče osebnostne lastnosti vplivajo na oblikovanje stališč.

V anketnem vprašalniku bom pri večini vprašanj uporabila Likertovo lestvico z ocenami od 1 do 5, po potrebi pa tudi druge oblike. Anketni vprašalnik (povezavo do e-ankete) bom poslala po e-pošti zaposlenim, ki jih poznam, in ga objavila na določenih spletnih portalih, da bo dostopen širši populaciji. Ciljna skupina so zaposleni posamezniki. Vse rezultate bom zbirala elektronsko v Excelu in jih nato obdelala s statističnimi metodami.

S pomočjo raziskave bom odgovarjala na tri raziskovalna vprašanja:

RV1: Kako zaposleni vrednotijo ugodnosti glede na različne osebnostne lastnosti?

RV2: Kako zaposleni vrednotijo ugodnosti glede na različne demografske značilnosti?

RV3: Kako zaposleni vrednotijo ugodnosti v primerjavi s plačo?

Cilj raziskovalne ankete bo odgovoriti na raziskovalna vprašanja, ki sem jih oblikovala na podlagi svojega subjektivnega pogleda in zanimanja. Raziskovalna vprašanja bom preverjala s pomočjo anketnega vprašalnika. Pomagala si bom tudi že z znanimi raziskovalnimi članki, ki se navezujejo na ugodnosti v podjetju. Tako bom za delo uporabila deduktivni raziskovalni pristop.

1 UGODNOSTI V PODJETJU

V tem poglavju obravnavam opredelitev in pomen ugodnosti zaposlenih v okviru sistema nagrajevanja. Vsako podjetje ima svoj sistem nagrajevanja, s katerim motivira svoje zaposlene. V nadaljevanju naštejemo vrste ugodnosti, ki jih lahko podjetja ponujajo, ter povzamem dva primera dobre prakse v tujini in primer dobre prakse v Sloveniji.

1.1 Opredelitev ugodnosti v okviru sistema nagrajevanja

Podjetja igrajo ključno vlogo pri razvoju uspešnega gospodarstva. Družbeno odgovorna podjetja niso odgovorna samo za gospodarstvo, ampak so zelo pomembna tudi za zdravo in uspešno družbo. Zato mora biti podjetje odgovorno za izboljšanje delovnih pogojev svojih zaposlenih. Strategije zaposlovanja zaposlenih so bistvo vsakega oddelka za kadrovske zadeve. Zavzetost zaposlenih je opredeljena kot zaposleni z visoko moralo, visoko stopnjo zavzetosti in navdušenja, ki so zvesti podjetju in bolj usmerjen k delu (Waqas & Saleem, 2014).

Poslovni svet se sooča z izjemno situacijo, ki jo morajo podjetja imeti pod kontrolo, če želijo preživeti. Prvič imamo štiri generacije, ki delajo skupaj – tradicionalisti, »baby boom« generacija, generacija X in milenijci – vsi s pričakovanji glede delovnega mesta, ki ga oblikuje njegova lastna zgodovina. S prehodom na storitveno industrijo, ki temelji na znanju, se je stopnjevala tako imenovana »vojna za talente«. Zahteve trga po inovacijah in hitrih spremembah zahtevajo od zaposlenih, da se na različne načine ukvarjajo s svojim delom. Tehnologija je odprla svetovni trg in s tem prinesla večjo konkurenco (Plaskoff, 2017).

Vsako podjetje ima svoj sistem nagrajevanja, s katerim motivira svoje zaposlene. Nagrade tako najprej delimo na denarne in nedenarne nagrade. Tradicionalno so razširjene predvsem denarne nagrade, vendar vedno bolj v ospredje prihajajo nedenarne nagrade, ki so nekako ravnovesje med poklicnim in zasebnim življenjem zaposlenega. Zupan (2001) navaja, da so nedenarne nagrade tiste nagrade, ki ne sodijo v plačni sistem, so pa vseeno zelo pomembne pri doseganju učinkovitosti in zadovoljstva zaposlenih. Nedenarne nagrade nato delimo še na materialne nagrade, kot so darila, večerje, potovanja, malice, računalniki ter druga oprema in nematerialne nagrade. Zaposlenih pa ne spodbujajo samo materialne nagrade, ampak tudi nematerialne nagrade, kot so pohvale, vstopnice za ogled tekem in predstav, brezplačne športne aktivnosti, souporaba vozil in druge ugodnosti, ki imajo po raziskavah statistično boljše učinke na zaznavanje privlačnosti zaposlitve kot ostale nagrade (Schlechter, Thompson & Bussin, 2015).

Vedno bolj se uveljavlja tudi skrb za prihodnost zaposlenih s financiranjem različnih ugodnosti. Med najpogostejšimi so možnost različnih izobraževanj, letovanje v počitniških objektih podjetja, športne aktivnosti, gledališke predstave, brezplačni napitki in sadje, ugodnosti pri nakupu izdelkov in storitev podjetja, skrb za varnost in zdravje pri delu ter razumevanje za družinsko življenje zaposlenih. Vse te ugodnosti v zaposlenih spodbudijo

zadovoljstvo prepoznavanja njihovih lastnih potreb in življenja zunaj podjetja in delovnega časa ter s tem gradijo pripadnost podjetju. Skupek vseh nagrad in ugodnosti, ki jih podjetje ponuja, njihov obseg in način, kako jih podeljuje, tvori celoto sistema nagrajevanja, ki pomembno vpliva na stopnjo motiviranosti zaposlenih v določenem podjetju. Ugodnosti zaposlenih spadajo po sistemu nagrajevanja pod nedenarne nagrade in v nadaljevanju se bom osredotočila na te ugodnosti. Ugodnosti v podjetju igrajo pomembno vlogo pri krepitevi morale zaposlenih in so način, kako prepoznati njihovo trdo delo. Ugodnosti so koristne tudi za povečanje produktivnosti in privabljanje novih talentov. Prihodnost podjetij je nagrajevanje zaposlenih z dodatnimi ugodnostmi, ki se navezujejo na vsakodnevne potrebe v gospodinjstvu, vključno z vračanjem knjižničnih knjig, prevzemom suho očiščenih oblačil in še veliko več. Koristi, ki jih ima zaposleni, so nedvomno odličen način, da se iz njih pridobi najboljše; od zaposlenih pa je odvisno, ali bodo znali to izkoristiti v svojo korist (Microsoft, 2003).

Večina raziskovalnih študij dosledno dokazuje, da je sistem spodbud ali nagrajevanja zaposlenih povzročil višje stopnje zadrževanja zaposlenih, produktivnosti in zadovoljstva pri delu. Vez med delodajalcem in zaposlenim je zelo pomembna in ključna. To razmerje temelji na spoštovanju delodajalca do zaposlenega, da ga v večji meri motivira. Delodajalec dokazuje spoštovanje zaposlenega z različnimi sredstvi, med njimi so tudi nagrade. Z nagradami se zaposleni motivirajo in povežejo s svojim delom v udobnem okolju, ki so ga ustvarili skupaj z delodajalcem. Nagrade vključujejo denarne in nedenarne nagrade (Waqas & Saleem, 2014).

Denarne nagrade so pomembne, ampak so v primerjavi z nedenarnimi nagradami hitro pozabljive. V nekaterih primerih z denarnimi nagradami ne dosežemo želenih rezultatov, ampak nenamerno spodbujamo neetično vedenje med zaposlenimi. Paziti je treba, da podjetje ne ponudi visoke denarne nagrade, saj bi lahko v tem primeru zaposleni bil pod velikim pritiskom in bi zaradi tega prišlo do upada učinkovitosti zaradi strahu pred neuspehi. Slabost denarnih nagrad je, da niso obstojne, so vsakdanje in jih težko nadgradimo. Imajo pa tudi svoje prednosti, saj so preproste in jih vsi razumejo. Z denarnimi nagradami tudi ne moremo izboljšati znanja, spretnosti in sposobnosti, ki so pomembne za delo (Zakrajšek, 2014).

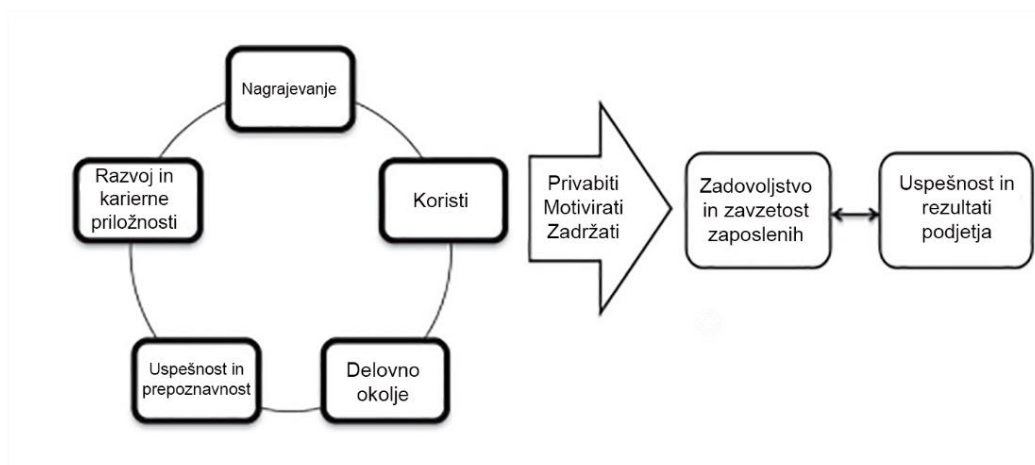
Nedenarne nagrade danes motivirajo zaposlene na način, na katerega jih denarne nagrade ne. Nedenarne nagrade ne pomagajo le motivirati zaposlene, ampak tudi povečujejo znanje, povezano z delom in spretnostmi. Zagotavljajo močan občutek varnosti in stabilnosti zaposlitve. Ko zaposleni spoznajo, da je njihov položaj v podjetju stabilen, delajo več in bolj trdo, da bi dobili še več spoštovanja in priznanj. Nedenarne nagrade ne vključujejo samo pohvale in priznanja, ampak tudi različno blago in storitve. Drugi primeri nedenarnih nagrad so tudi usposabljanje in razvoj, povračilo šolnine, parkirno mesto v službi, članstvo v telovadnici, družabni dogodki, počitnice s sodelavci ali celo priložnost, da se rešiš svojega najmanj priljubljenega projekta. Zaposlene motivirajo učinkovite nedenarne nagrade, ki izpolnjujejo njihove želje. Na primer, če si določena skupina zaposlenih želi tečaja golfa, se

jim to poskuša omogočiti, saj bo podjetje s tem zadovoljilo potrebo, ki jo zaposleni ima, kar bo privedlo do zadovoljstva in posledično do večje motiviranosti (Zupan, 2001).

V predhodni študiji so že proučevali nedenarne nagrade in njihovo sposobnost nadzora različnih psiholoških potreb. Študija je pokazala, da imajo nedenarne nagrade globlji in dolgoročnejši učinek kot denarne nagrade na motivacijo. Pojasnili so tudi, da so nedenarne nagrade bolj vidne in imajo večjo vrednost ter prinašajo višjo uporabnost. Rezultati so pokazali, da so bili zaposleni navdušeni nad ugodnostmi. Z veseljem so pripovedovali družini in prijateljem o njihovih darilih in spoštovanju s strani podjetja. Rezultati so tako pokazali bistveno višjo vrednost nedenarne nagrade. Medtem, ko imajo ugodnosti denarnih nagrad kratkoročne koristi, imajo nedenarne nagrade dolgoročne koristi. Denarne nagrade predstavljajo denar, nedenarne nagrade pa predstavljajo spoštovanje in priznanje (Jeffery, 2002).

Poznamo petih ključnih elementov nagrajevanja, ki pritegne, motivira in zadrži zaposlene, da podjetje lahko doseže želene poslovne rezultate ter uresničuje zadovoljstvo in angažiranost zaposlenih. Slika 1 je prikaz nagrad in s tem povezanih rezultatov. Na stopnjo uspeha privlačnosti, motivacije in zadrževanja vplivata kakovost upravljanja sistema nagrad in ustreznost sistema nagrajevanja za zaposlene. Dober sistem nagrajevanja pozitivno vpliva na zadovoljstvo in angažiranost zaposlenih, kar posledično ustvarja interakcijo in pozitivno korelacijo z uspešnostjo poslovanja in rezultati (Schlechter, Thompson & Bussin, 2015).

Slika 1: Način nagrajevanja



Prirejeno po Schlechter, Thompson & Bussin (2015).

1.2 Pomen ugodnosti za zaposlene

Podjetja se zavedajo, da na zadovoljstvo zaposlenih vpliva več dejavnikov, kot na primer plača, delovne vrednote, nagrade, socialna skrb, delovni pogoji, delovni čas in ne nazadnje tudi sreča, ki jo vsak posameznik želi poiskati v svojem delovnem okolju. Zaposleni vseeno

preživijo veliko časa na delovnem mestu in je zato zadovoljstvo zaposlenega izjemnega pomena za uspešnost podjetja (Haider, Aamir, Abdul, Abu-Bakr & Hashim, 2015).

Oblikovanje učinkovitih denarnih ali nedenarnih nagrad za zaposlene je zahtevna naloga vsakega podjetja. Nekatera podjetja še vedno prisegajo na denarno nagrajevanje, vendar so vedno bolj pomembne nedenarne nagrade. Vpliv nedenarnih nagrad povečuje moralo zaposlenih in njihovo raven zadovoljstva. Torej je za podjetje bistveno, da razumejo potrebe in želje svojih zaposlenih. Ugodnosti niso vključene v plačo, ampak so kot dodatna nadomestila, ki jih dobijo zaposleni v svojem podjetju. So nedenarna nagrada. Konkurenca med podjetji je vedno večja in plača ni več dovolj, da bi ljudi prepričali, da se pridružijo podjetju.

Nekatere študije navajajo, da denarne nagrade, kot so dvig plače ali denarni bonus, prinašajo kratkoročne učinke zadovoljstva v primerjavi z nedenarnimi nagradami, kot so zgoščeni delovni čas, subvencionirani obroki, športne aktivnosti, skupinski dogodki, dodatna izobraževanja ali zdravstvene in pokojninske ugodnosti. Te spodbujajo pozitivno kulturo ter zvestobo in zavezanost podjetju. Podjetja na račun stroškov za ugodnosti tako zmanjšujejo življenjske stroške zaposlenih (Haider, Aamir, Abdul, Abu-Bakr & Hashim, 2015).

Pozitivni vplivi ugodnosti, ki jih podjetje ponuja, se ne odražajo v podjetju samo navznoter, vse to se kaže tudi navzven. S tem želijo podjetja pridobiti dodaten kader izkušenih

delavcev, ki jim veliko pomeni razvoj zaposlenih in so tudi sami del njihove vizije prihodnosti (Haider, Aamir, Abdul, Abu-Bakr & Hashim, 2015).

Izziv za podjetja je med drugim tudi zadržati kompetentne zaposlene, še posebej, če je prihodek teh zaposlenih velik, ker imajo izjemne tržne veščine in jih pogosto iščejo tudi druga podjetja. Ključne zaposlene je mogoče spodbuditi, da ostanejo dlje v podjetju, in preprečiti njihov odhod z različnimi metodami, kot so nagrade in bonusi. V nekaterih okoliščinah jih je mogoče uporabiti tudi pri zaposlovanju, da bi pritegnili kompetentne iskalce zaposlitve, da sprejmejo ponudbo za delo (Law, 2016).

Neposredni ekonomski stroški, povezani z izgubo nadarjenih zaposlenih, vključujejo: stroške zamenjave zaposlenega, iskanje potencialnih kandidatov, intervjuvanje, usposabljanje in razvoj novega kadra. Poleg ekonomskih stroškov ob izgubi zaposlenega nastanejo tudi posredni finančni stroški, kot so motnje pri delu, izguba znaUGnja in izguba produktivnosti. Splošno sprejeto je, da tako neposredni kot posredni ekonomski stroški zaposlenega pomembno vplivajo na organizacijsko uspešnost in uspeh. Upravljanje talentov, zlasti privabljanje, angažiranje in ohranjanje talentov, lahko postane ključni strateški cilj podjetja. Podjetje običajno zaposluje ljudi z lastnostmi, ki ustrezajo organizacijski kulturi podjetja, saj tisti zaposleni, ki ne ustrezajo organizacijski kulturi, sčasoma zapustijo podjetje (Schlechter, Thompson & Bussin, 2015).

Pomembno je, da podjetje s svojim sistemom nagrajevanja presega ekonomsko vrednost in razmišlja o celovitem sistemu ugodnosti, ki ga je mogoče ponuditi zaposlenim. Držati se mora naslednjih načel pri vpeljavi ugodnosti v podjetje, da so razumljive zaposlenim (Narsee, 2012):

- poznavanje sistema nagrajevanja,
- učinkovito zasnovan sistem nagrajevanja,
- enostavnost razumevanja sistema nagrajevanja,
- popolne informacije o posameznih ugodnostih,
- enostavna uporaba in skladnost ugodnosti,
- nizki stroški,
- poenostavljena izbira,
- skladnost in ohranjanje pozitivne blagovne znamke podjetja.

Zaposleni se danes spoprijemajo z različnimi nalogami, ki od njih zahtevajo, da vzpostavijo ravnovesje med delom in življenjem. Zato je že pri iskanju zaposlitve pomembno, da izberemo pravo zaposlitev, kjer se bo odvijal naš karierni razvoj.

1.3 Vrste ugodnosti

Ugodnosti v podjetju so ponavadi del programa podjetja ali pa ima podjetje ustanovljeno športno društvo, prek katerega na podlagi plačane članarine financira vse ugodnosti, ki jih nudi svojim zaposlenim. V primeru, da podjetje povrne celotni strošek aktivnosti in ne samo enega dela, dosežemo večjo udeležbo v aktivnostih. Vendar pa povračilo stroškov ne spodbuja le udeležbe in s tem koristi programa, ampak tudi predstavlja dejavnik stroškov, ki neposredno vpliva na donosnost naložbe programov. Ponavadi imajo večja podjetja več sredstev za te programe ugodnosti, spet druge raziskave kažejo, da pri večjih podjetjih odstotkovno manj zaposlenih sodeluje v teh programih. Zato je pomembno, da velika podjetja zagotovijo svojim zaposlenim dovolj informacij za vključitev v program ugodnosti (Lier, Breuer & Dallmeyer, 2019).

Znano je, da uspešna ameriška podjetja svojim zaposlenim na delovnem mestu ponujajo številne ugodnosti, od sadja in brezplačnih prigrizkov do sobe za počitek in zbistritev misli, sob z mizami namiznega nogometa in telovadnice na delovnem mestu. Vendar se sreče ne da kupiti le s sadjem ali z boni za fitnes. Potrebna sta tudi osebni pristop in pristen človeški čut za pogovor, razumevanje in podporo vsak dan. Tako se je v zadnjih letih v tujini razvilo tudi novo delovno mesto, poimenovano »skrbnik sreče zaposlenih«.

Za velik del svetovnega prebivalstva je pandemija COVIDA-19 pomembno vplivala na naše vsakodnevno življenje. Šele začnemo razumeti gospodarske, družbene in zdravstvene vplive koronavirusne krize, ustvarjene leta 2020. Čeprav so se številna podjetja začela vračati na delo, se bodo spremembe ne le spremenile v načinu dela, ampak tudi v koristih,

ki jih zaposleni prejemajo od svojih delodajalcev. Raziskave že potrjujejo dejstvo, da bi večina zaposlenih želela vsaj občasno še naprej delati od doma, nekateri pa celo, da bi bilo delo od doma njihov glavni način dela (Hampton, 2020).

Podjetja bodo za finančno načrtovanje še naprej morala zaposlenim ponujati inovativne rešitve, ki bodo omogočile popolne priložnosti za delo na daljavo in fleksibilen delovni čas. Kulturni premik večjega ravnovesja med poklicnim in zasebnim življenjem ter pomembnost dobrega počutja v povezavi z delom od doma med karanteno bosta spremenila delovna mesta, kot smo jih poznali do sedaj (Hampton, 2020).

1.3.1 Ugodnosti na delovnem mestu

Ustvarjanje pozitivnega delovnega mesta vključuje veliko spremenljivk, zato je to zelo zahtevna naloga vsakega podjetja. Kot prvo je težko izolirati vpliv posebnih sprememb na delovno okolje, ker spremembe so in bodo vedno prisotne. Poleg tega tisto, kar deluje za eno podjetje, pogosto ne bo delovalo za drugo. Delovno mesto in njegovo delovanje se morata ujemati s filozofijo in kulturo podjetja (Earle, 2003).

Podjetja si prizadevajo, da vrste ugodnosti na delovnem mestu, ki jih ustvarijo, prispevajo k boljši kakovosti življenja zaposlenih in želijo ustvariti zabavno vzdušje v podjetju. Kakovost delovnega okolja, intimnost, gostoljubnost in skupnost na delovnem mestu dajejo zaposlenim občutek varnosti in pripadnosti podjetju. Podjetja z najsrečnejšimi zaposlenimi so tista, ki se zanimajo ne samo za poklicno življenje, ampak tudi za osebno življenje svojih ljudi. Kakovost našega delovnega okolja pomembno vpliva na to, kako zaznavamo druge, s tem pa vplivamo tudi na lastno držo, čustva in vedenja v tem delovnem prostoru. Dejansko za veliko zaposlenih razlikovanje med službenim in osebnim življenjem postaja vse manj izrazito. Vedno večji pomen dajejo zaposleni prilagodljivosti (Earle, 2003).

Podjetja tako ponujajo različne ugodnosti, kot so masaže in telovadba na delovnem mestu, varstvo otrok, biljardna miza in ročni nogomet ter knjižni kotichek. Z zagotavljanjem ugodnosti vodilni v podjetju dajo vedeti zaposlenim, da je njihovo počutje zanje pomembno in da zadovoljstvo zaposlenih postavlja pred čisti dobiček podjetja. S tem si podjetje pridobi tudi eno od prednosti, saj tisti zaposleni, ki jim te ugodnosti veliko pomenijo, ne bodo kar tako zapustili podjetja (Belyh, 2019).

Brezplačni prigrizki, sadje in napitki so se v nekaterih slovenskih podjetjih že izkazali za dobro ugodnost zaposlenih. Podjetje na ta način pokaže zaposlenim, da sta jim pomembna njihovo zdravje in zadovoljstvo pri delu. Signalizira velikodušnost in spodbuja odmore.

1.3.2 Sodobna oprema in tehnologija

Vsako podjetje želi privabiti in obdržati najboljše posameznike, zato mora ustvariti vznemirljivo in produktivno okolje, v katerem so zaposleni nenehno motivirani, da dajo vse

od sebe. To pomeni razvijanje inovacij in ustvarjalnosti, kar je prav tako pozitivna korist za podjetje. Podjetje mora biti zato prožno, prilagodljivo in pripravljeno tvegati, da bi uporabniki sprejeli inovativne ideje in imeli resnično korist od njih (Earle, 2003).

Širjenje pametnih telefonov in tabličnih računalnikov je spodbujalo prilagodljivo in mobilno delovno okolje. Delavci po vsem svetu se počutijo srečnejši, če delajo v mobilnem in prilagodljivem okviru. Prepričani so, da so zaradi tega bolj učinkoviti in produktivni.

Zaposleni, ki jim pripadajo službeni telefon, prenosnik in vsa oprema za kakovostno delo na daljavo, so bolj motivirani za delo in bolj prilagodljivi. Delo lahko opravijo tudi izven delovnega časa.

1.3.3 Zdravstvene in pokojninske ugodnosti

Zaposleni želijo ostati zdravi in cenijo, ko jim je delodajalec pripravljen pomagati. Vse več podjetij, ki jih pritegnejo pričakovane koristi, kot sta zmanjšana odsotnost z dela in večja produktivnost, se odloča za izvajanje programov za promocijo zdravja na delovnem mestu. Večja podjetja pri izvajanju takšnega programa morajo upoštevati svojo velikost in ustrezno zapletenost.

Višina kritja zdravstvenega zavarovanja je odvisna od podjetja, v nekaterih slovenskih podjetjih dodatno zavarovanje zaposlenim plačajo v celoti, spet drugi te ugodnosti niso deležni.

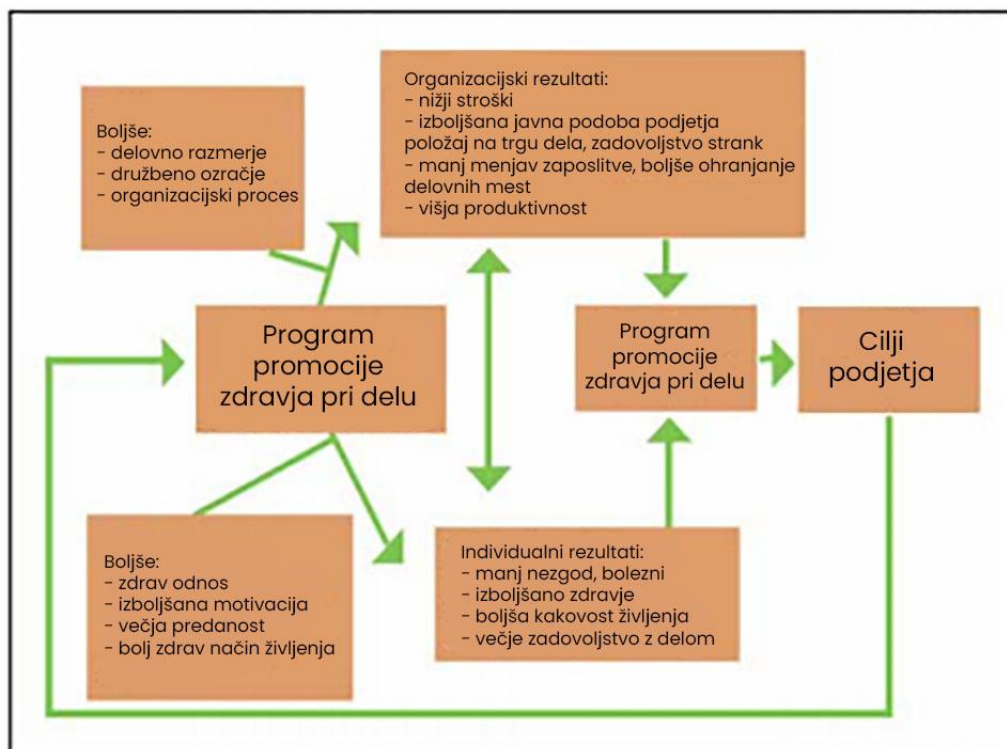
Počutje in zdravstveno stanje se odražata tako v službi kot v našem zasebnem življenju. Večino zdravstvenih težav in slabo počutje povezujemo z delovnim okoljem. Podjetja z izvajanjem promocije zdravja na delovnem mestu tako lahko dosežejo pozitivne učinke, kot so (Podjed & Željeznov Seničar, 2016):

- znižanje stroškov, povezanih z boleznimi in slabim počutjem zaposlenih ter poškodbami pri delu,
- zmanjšanje poklicnih bolezni in invalidnosti,
- rast zadovoljstva zaposlenih in večji ugled podjetja,
- večjo motivacijo zaposlenih in boljše delovno vzdušje (izboljššan odnos do dela, vodstva, bolj odprta komunikacija, večja pripravljenost sodelovati in prispevati),
- zmanjšanje prezentizma zaposlenih in boljše rezultate dela, večjo ustvarjalnost in fleksibilnost zaposlenih.

Pomembno je, da vodstvo razume pomen promocije zdravja na delovnem mestu in podpira delo skupine za zdravje. Brez sodelovanja predstavnikov delavcev ne moremo pričakovati dobrih učinkov. Na sliki 2 so prikazani rezultati in koristi, ki jih prinaša promocija zdravja na delovnem mestu (Podjed & Željeznov Seničar, 2016):

- ohranjanje oziroma izboljšanje zdravstvenega stanja,
- večje zavedanje in motiviranost za zdrav način življenja,
- boljše znanje in veščine o načinih, kako si lahko pomagajo sami za boljše počutje,
- boljše počutju na delovnem mestu in doma,
- nižji stroški morebitnih zdravljenj oziroma odsotnosti z dela,
- boljša klima in boljši odnosi s sodelavci.

Slika 2: Rezultati in koristi promocije zdravja pri delu



Vir: Podjed & Željeznov Seničar (2016).

Zaposlenih pa ne zanimajo le ugodnosti, ki prinašajo dobro počutje. Pametni zaposleni iščejo tudi prihodnost – zagotavljanje upokojitve je pomemben del finančnega načrtovanja. Tako so pokojninski stebri in pokojninski načrti na vrhu priljubljenih prednosti zaposlenih. Ugodnost je zagotavljanje zaposlitve z ustrezno upokojitvijo ali pokojninskim načrtom ali nekakšno drugo finančno spodbudo za prihodnost. Pokojninski program lahko financirajo tako podjetje kot zaposleni (Belyh, 2019).

1.3.4 Športne aktivnosti in prireditve

Podjetja so neodvisno od kakršne koli zunanje spodbude sama po sebi zainteresirana za povečanje fizične aktivnosti med svojimi zaposlenimi, saj se lahko pojavijo posredni stroški fizične neaktivnosti, ki izhajajo iz izgube produktivnosti, povezane s povečanim izostajanjem z dela in pomanjkanjem produktivnosti pri delu. Študije so pokazale, da telesna

aktivnost zmanjšuje odsotnost zaposlenih z dela in stroške zdravstvene oskrbe ter izboljšuje uspešnost zaposlenih pri delu. Glede na dokaze o koristih za podjetje ni čudno, da vse več podjetij uvaja programe dobrega počutja ali pa to nameravajo storiti v prihodnosti. Vendar je lahko kateri koli program učinkovit le, če zaposleni dejansko sodelujejo. Stopnja udeležbe je v veliki meri odvisna tudi od vodje, saj ta lahko spodbudi svoje podrejene k udeležbi (Lier, Breuer & Dallmeyer, 2019).

Aktivnosti izven delovnega časa pozitivno vplivajo na zdravje, dobro počutje, vitalnost in ustvarjalnost posameznika. Posameznik, ki se v prostem času ukvarja z aktivnostjo, ki mu je všeč, postane bolj odporen proti stresu, okužbam in drugim obolenjem, redkeje ga prizadenejo hujše poškodbe in nesreče, počasneje se stara. Ljudje, ki so aktivni, so tudi psihično bolj stabilni, zadovoljni in podjetni. Veljajo tudi za bolj iznajdljive, domiselne in profesionalne. Posamezniki, ki so aktivni zunaj službenih okvirjev, dosegajo tudi višjo stopnjo socialne empatije. V službi in doma so bolj zaželeni, cenjeni in priljubljeni, saj so bolj odprti in zanimivi sogovorniki, saj imajo veliko tem, s katerimi se lahko povežejo z ostalimi. Fizična pripravljenost zaposlenih tako dokazano zmanjšuje stres in povečuje energijo posameznika. Srečnejši, bolj zdravi zaposleni imajo pogosto tudi boljši odnos tako do sodelavcev kot do strank (Dovžan, 2014).

Podjetje lahko svojim zaposlenim ponudi vrsto aktivnosti, kot so odbojka, košarka, nogomet, joga, fitnes in vodene vadbe, plezanje, pohodništvo, kolesarjenje, tek itd. Veliko zanimanje pri zaposlenih se kaže tudi pri sodelovanju na različnih tekmovanjih, ki se odvijajo v njihovi državi. Tam zastopajo svoje podjetje v zameno za plačilo startnine. Zaposleni so zato ponosni in zadovoljni, da lahko zastopajo svoje podjetje.

1.3.5 Fleksibilen delovni čas in delo od doma

Družini prijazne politike, kot so starševski dopust, prilagodljiv urnik in varstvo otrok, imajo pogosto pozitivne učinke na zadovoljstvo in fluktuacijo zaposlenih. Varstvo otrok prinaša koristi na področjih, kot so odsotnost z dela, zamujanje, stres, moralnost, načrtovanje, javna podoba, produktivnost in zgodnejša vrnitev na delo po porodniškem dopustu. Te politike pa naredijo veliko več kot preprosto spodbujanje zaposlovanja in zadrževanja (Earle, 2003).

Da bi dosegli ravnovesje med poklicnim in zasebnim življenjem, nekateri zaposleni dajejo velik pomen temu, da lahko sami določijo svoj urnik dela, kar vključuje prilagodljivost, ki jo spreminjajo skozi teden, mesec ali leto, odvisno od tega, kaj jim v določenem obdobju ustreza. Fleksibilen delovni čas, krajši delovni teden in neplačan dopust postajajo vedno bolj pogosti. Nekateri zaposleni želijo delati izven delovnega mesta, da si lahko skrajšajo čas potovanja, vseeno pa želijo imeti dostop do vseh orodij in virov na spletnem mestu zunaj doma. Drugi imajo raje možnost dela od doma, spet tretji pa kombinacijo obojega (Earle, 2003).

Bolj kot zadovoljstvo pri delu je pomembna zavezanost podjetju. Oboje skupaj podjetju prinaša rezultate in preprečuje izgorelost na delovnem mestu. Izgorelost na delovnem mestu je pogost pojav v današnji družbi, zato je treba pravočasno odpraviti stres na delovnem mestu in morebitne poškodbe pri delu.

Namen fleksibilnega delovnega časa je, da se zaposleni lahko pravočasno prilagodijo na življenjske dogodke, kot je prihod otroka, bolezen ali bližajoča se upokožitev. Zaposleni s tem pridobijo več nadzora nad zasebnim življenjem, kot bi ga imeli pri tradicionalnem delu na sadežu podjetja. Fleksibilen delovni čas je pomemben tudi za tiste zaposlene, ki morajo delati ponoči zaradi zahtev trga – tako jim je olajšano tudi to delo. Vsako podjetje pa mora samo ugotoviti, v kolikšni meri bo to delo potekalo fleksibilno, da bosta produktivnost in ustvarjalnost zaposlenih na najvišji ravni (Wattree, 2020).

Fleksibilen delovni čas se nanaša na delovno ureditev, v kateri zaposleni lahko izbira čas dela. Delovni čas razdelimo na (Wattree, 2020):

- izmensko delo (en zaposleni nadomesti ali prevzame isto delo od drugega v roku 24 ur),
- krajši delovni čas (zaposleni dela manj od polnega delovnega časa),
- delo od doma (zaposleni delo opravlja od doma),
- delo na daljavo (zaposleni opravlja delo s katere koli lokacije z uporabo tehnologije, kot so prenosniki, brezžična internetna povezava in mobilni telefon).

1.3.6 Dodatna izobraževanja in usposabljanja

Z izobraževanjem se razvijajo sposobnosti, pridobivanje spretnosti in navad. Izobraževanja in usposabljanja dvigujejo splošno razgledanost in kulturo človeka ter ga usmerjajo v celovit razvoj osebnosti. Mnogo vodij in tistih, ki so odgovorni za izobraževanje zaposlenih, ponavadi izobraževanje enači z usposabljanjem za opravljanje nalog na določenem delovnem mestu, česar pa ne moremo šteti pod izobraževanje.

Podjetja tako omogočijo brezplačne seminarje, ki razvijajo spretnosti, ki jih zaposleni uporabljajo kot del svojega dela, ali pa omogočijo, da opravijo izobraževanje o veččinah, kot je vodenje ali nekaj, kar jih zanima. Izobraževanja in usposabljanja so priljubljena, ker zaposlenim zagotavljajo več možnosti za več zaslužka v prihodnosti (Belyh, 2019).

Med ugodnosti izobraževanja in usposabljanja bi lahko šteli tudi plačilo šolnine. Ugodnost je v tem, da podjetje pokrije nekatere ali vse stroške izobraževanja, ki jih je zaposleni imel ali pa jih bo še imel. To je lahko odličen način, da podjetje privabi visoko izobražene ljudi in jim zagotovi, da so zaposlene pripravljeni dodatno izučiti. Pri tistih zaposlenih, ki jim je izobraževanje zelo pomembno, podjetje hitro prepozna njihov trud in jih ceni, zato se počutijo zadovoljne in so pripravljeni vložiti še več truda (Belyh, 2019).

1.3.7 Druge ugodnosti

Med druge ugodnosti štejemo popuste za nakupovanje pri določenih prodajalcih blaga in storitev, pri nakupu kino vstopnic, kamor lahko odpelješ vso družino, ali pa delovno subvencioniranje varstva otrok.

Soba za počitek je tudi ena izmed dobrodošlih koristi zaposlenih, saj si s počitkom po kosilu ali težkem sestanku lahko naberejo novih moči, se umirijo in s tem ponovno motivirajo za nadaljnje delo.

1.4 Primeri dobrih praks s širokim naborom ugodnosti

Veliko večjih slovenskih in tujih podjetij na slovenskem trgu že ponuja ugodnosti in koristi svojim zaposlenim. Kar nekaj zanimivih ugodnosti, ki jih imajo zaposleni v slovenskih podjetjih, v tujini srečujemo že dolgo časa. Kot država pa imamo v primerjavi s tujino boljše poskrbljeno za zdravstveno zavarovanje, varstvo otrok in porodniški dopust, saj nam vse te ugodnosti, ki so potrebne za življenje, subvencionira država.

Akraya, rastoče IT-podjetje, svojim zaposlenim plačuje čiščenje domov vsakih 14 dni in jim s tem pomaga doseči ravnovesje med delovnim in zasebnim življenjem. Googleove pisarne so morda med najboljšimi primeri pisarniških prednosti za zaposlene. Sedež ima brezplačne kavarnе, spalne kapsule in celo orjaški tobogan za igranje. Podjetje Airbnb svoje zaposlene spodbuja k potovanju in jim vsako leto nameni 2.000 USD letne štipendije za bivanje na kateri koli lokaciji Airbnb na svetu. Nekatera podjetja skrbijo, da bi imeli zaposleni lepo delovno okolje. Med njimi je tudi podjetje Neon Play, ki vsakemu zaposlenemu nameni 100 USD, da si izbere predmete za pisarno in si ustvari okolje, v katerem se bo dobro počutil. Zaposlenim pa občasno ponudijo tudi hladilnik z mrzlim pivom. Podjetje Spotify pa je eno prvih podjetij, ki je ponudilo pomoč pri načrtovanju otroka, vključno s plačilom zamrznitve jajčec. Spet drugo podjetje ima recepcijo na sedežu podjetja, kjer jim receptorji opravijo različne nakupe vsakodnevnih potreb v gospodinjstvu, vključno z vrnitvijo knjig v knjižnico. Prav zanimivo je podjetje, ki ima svoje nakupovalno središče za vsakodnevne nakupe in zabavo s pošto, banko in hotelom (Wilson, 2020).

Zelo znana ugodnost, ki se je poslužuje že kar nekaj slovenskih podjetij, pa je ta, da lahko na delovno mesto pripelješ hišnega ljubljence in z njim preživiš dan. Pri nas so dobrodošli kužki, druge živali za zdaj še ne. V magistrskem delu so bila podrobneje proučena tri podjetja. Med njimi je tudi eno slovensko podjetje, ki svojim zaposlenim nudi res širok nabor ugodnosti.

1.4.1 Facebook

Facebook se zavzema za celosten pristop ugodnosti in se osredotoča na več različnih področij, vključno z zdravjem, družino, skupnostjo, financami in uobjem. Nekateri

ugodnosti vključujejo brezplačne obroke, dovolj časa za počitnice in veliko podpore za nove starše. Nekaj ugodnosti, ki so jih izpostavili pri Facebooku (Gillett, 2017):

- štiri mesece plačanega dopusta za nove matere in očete – v prvem letu po rojstvu ali posvojitvi otroka,
- popravilo koles za zaposlene,
- dodatek za dobro počutje, ki zajema financiranje članstva v telovadnici ali drugih športnih dejavnostih,
- 21 dni plačanega dopusta za zaposlene s polnim delovnim časom,
- soba za sproščanje, polna videoiger za zaposlene,
- 4.000 USD v gotovini za novopečene starše ali finančna pomoč za zamrzovanje jajčec in pristojbine za posvojitev,
- brezplačni obroki in prigrizki čez dan,
- dostop do brivnice na delovnem mestu,
- oskrba zob na delovnem mestu,
- parkirišče in brezplačna polnilna postaja za električne avtomobile,
- storitve kemičnega čiščenja.

Zaposleni so mnenja, da je zaradi teh ugodnosti in koristi, ki jih imajo kot zaposleni, veliko avtonomije in zaupanja. Zaposleni so izrazili same pozitivne občutke, kot so: »Vsako jutro, ko vstopim, se počutim kot najsrečnejši človek na svetu, ki je kdaj dobil službo tukaj,« pravi analitik. Facebook je s svojo odprtostjo do raznolikosti resnično presešel vsa tehnološka podjetja po kulturi, ugodnostih in življenjskem slogu zaposlenih. Zaposleni pravijo, da se počutijo cenjene in jim zaupajo. Vizija Facebooka je ta, da zaposlene spodbudijo, da se pri delu posvetijo sebi. Vsi verjamejo v to, kar počnejo, in cenijo odnose z drugimi. Zanimiv komentar zaposlenega pa je bil naslednji: »Obožujem ljudi, s katerimi delam, in vpliv, ki ga imam s svojim delom. Vsak dan se naučim nekaj novega in vsak dan rastem. Veselim se, da bom vsak dan odšel v službo. Ne predstavljam si boljšega podjetja, za katerega bi delal.« Facebook si na ta način močno prizadeva ohraniti povezanost svojih zaposlenih (Cain, 2017).

1.4.2 Netflix

Bistvena filozofija Netflixa je preprosta: »ljudje pred procesi«. Njihova osredotočenost na to načelo presega druga vrhunska podjetja, kot so Google, Apple ali LinkedIn. Izvršni direktor Reed Hastings je gradil kulturo svojega podjetja na podlagi svobode in odgovornosti ter tako zagotovil prostor za inovacije. V skladu s temi načeli svojim zaposlenim zaupa, da bodo naredili najboljše na individualni ravni. Programi ugodnosti Netflixa se osredotočajo na ustvarjanje prilagodljivosti za zaposlene, zato so podprti tako znotraj kot zunaj delovnega mesta.

»Prilagodljive in brezplačne« ponudbe so njihova miselnost. Njihove ponudbe naj bi zaposlenim omogočile koriščenje na način, ki ustreza njihovi družini in življenjskemu slogu. Ugodnosti, ki jih nudijo, so naslednje (Spears, 2020):

- zdravstveni načrt;
- nadomestilo v višini do 15.000 USD za kritje zdravstvenega varstva, vključno z zdravstvenimi, okulističnimi in zobozdravstvenimi pregledi. Če zaposleni ne izkoristijo celotnega dodatka, lahko dobijo nazaj do 5000 USD;
- dodatne zdravstvene ugodnosti za okulistične in zobozdravstvene preglede. Krijejo jim tudi leče na recept;
- zdravstvene varčevalne račune ali prilagodljive račune porabe;
- načrtovanje upokojitve in bogate delniške opcije. Ta druga možnost je pomembna, ker nekateri zaposleni na ta način ustvarijo prihranke za prihodnost, hkrati pa zaposlenim omogoča, da se odločajo o tem, kako bodo razporedili preostanek plače;
- 4 % prispeva v načrt pokojninskega varčevanja;
- zaposleni imajo »neomejen« starševski dopust. Novopečene starše spodbujajo, da si vzamejo od štiri do osem mesecev dopusta, čeprav si lahko vzamejo do enega leta dopusta;
- brezplačen zajtrk in brezplačno kosilo sta na voljo od ponedeljka do petka, prigrizki pa so na voljo vedno.

»Verjamemo, da ljudje uspevajo, če jim zaupajo, imajo svobodo in so sposobni narediti spremembo. Tako spodbujamo svobodo in moč, kjer koli lahko.« To prepričanje v svobodo je del tega, zakaj Netflix nima predpisanega delovnega časa. Tak pravilnik pa lahko povzroči manj prostega časa ali pa težave, ko je treba slediti prostim dnevom.

S politiko »neomejevanja« si lahko nove matere in očetje vzamejo toliko časa, kot ga potrebujejo, in se vrnejo, ko so pripravljeni. Zaposleni se dogovorijo z vodjo, koliko časa bodo koristili starševski dopust. Ko je pravi čas, se zaposleni lahko vrnejo s krajšim ali polnim delovnim časom. Po potrebi lahko znova odidejo pozneje. Še enkrat, ključ sta prilagodljivost in podpora. Ta edinstvena politika Netflixu zaposlenemu da možnost, da dela, kar se mu zdi najbolje. Nekdo od zaposlenih je komentiral: »Resnično si želim, da bi več podjetij svojim zaposlenim ponudilo velikodušen starševski dopust in bi ga zaposleni izkoristili, še posebej očetje. Da, tudi očetje bi si morali vzeti starševski dopust, da bi skrbeli za svojo družino in podpirali zakonca, tudi če ne gre za prvega otroka (Spears, 2020).«

Po epidemijo COVIDA-19 Netflix še vedno deluje na daljavo. Mnoge od teh ugodnosti bodo veljale, tudi ko bodo zaposleni nazaj v službi. Obstaja tudi program »vozimo se skupaj« (angl. shuttle in rideshare), ki naj bi zmanjšal stres pri vožnji na delo. Netflix bo subvencioniral neomejeno uporabo storitev Uber, Lyft ali drugih storitev skupne rabe pri vožnji od doma do službe (Spears, 2020).

Za razliko od drugih podjetij Netflix nima drugih dodatnih ugodnosti, kot so članstvo v telovadnici, masaže v pisarni, brezplačno pranje perila ali podobne ugodnosti. Podjetje verjame, da bo zaposlenemu izplačalo dovolj visoko plačo, da se bo lahko sam odločil, katere ugodnosti bo posameznik koristil (Spears, 2020).

1.4.3 Gen-I, trgovanje in prodaja električne energije, d. o. o.

Krepitev timskega duha in povezanosti uresničujejo s tem, da se v sklopu aktivnosti Športnega društva GEN-I družijo tudi v bolj neformalnem kontekstu. Organizirani so v skoraj dvajset sekcij, od planinske sekcije do sekcije športov z loparji, žogami, plezanja itn. Član športnega društva lahko postane tako vsak zaposleni kot tudi študent ob plačilu članarine za tekoče leto. Redno se srečujejo na športnih dogodkih, piknikih, sobotnih kolesarskih in smučarskih izletih.

Skupina GEN-I je hitro rastoče podjetje, ki skrbi tudi za dobro počutje in zadovoljstvo svojih zaposlenih. Športno društvo je le ena od aktivnosti, ki jo GEN-I nudi zaposlenim. Poleg tega so zaposleni deležni tudi naslednjih ugodnosti:

- financiranje mobilnega telefona,
- subvencioniranje mobilnega telefona glede na pozicijo,
- plačilo dodatnega zdravstvenega zavarovanja,
- plačilo dodatnega pokojninskega zavarovanja,
- sveže sadje, zelenjava in napitki na delovnem mestu,
- sodobna računalniška tehnologija za delo od doma in tudi na samem delovnem mestu,
- brezplačne gledališke predstave,
- brezplačni športni dogodki,
- brezplačne delavnice o osebnostnem razvoju,
- brezplačni reklamni material, kot so majice, stekleničke, dežniki, polnilci itd.,
- brezplačna izposoja e-koles, e-skuterjev in električnih avtomobilov,
- letne nagrade, najvišji letni regres in božičnica,
- možnost dela od doma,
- pridelave zdrave hrane,
- nagrajevanje zaposlenih: »genialci leta«,
- brezplačne športne aktivnosti, kot so fitnesi in vodene vadbe v fitnes centrih, plezanje v plezalnih centrih, športi z loparji, kot so tenis, badminton, skvoš, plesne delavnice, košarka, nogomet in odbojka – tedenski termin, tekaški maratoni, kolesarski maratoni, planinski pohodi, bovling in trampolin park, tečaji golfa, tečaji za voditelja čolna in potapljaški tečaji ter smučarski izleti.

Skupina GEN-I ima na svojih lokacijah v Sloveniji postavljene mobilne enote, kjer si zaposleni lahko izposodijo električna vozila. Vozilo si lahko izposodijo prek aplikacije eTURN, ki je bila letos nagrajena s srebrnim priznanjem za zeleni projekt.

Podjetje GEN-I je ustanovilo tudi društvo Zemljani, to so moderni urbani agronomi iz vrst zaposlenih v družbi GEN-I, ki si poleg pridelave zdrave hrane prizadevajo za trajnostni razvoj in varstvo okolja. Med njimi so izkušeni kmetovalci in kmetje po duši, ljubitelji vrtničkarstva, specialisti za zelenjadarstvo in čebelarstvo. So promotorji kmetijske samooskrbe, njihovo poslanstvo pa je širjenje zelene zavesti med sodelavci, ozaveščanje o ekološkem prehranskem odtisu, ekološki pridelavi hrane in sonaravnem življenjskem slogu. S svojimi dejanji, ki temeljijo na trajnostnem pristopu, si prizadevajo izboljšati kakovost življenja zaposlenih v GEN-I in širše skupnosti. Imajo tudi pet panjev, kjer domujejo čebelje družine, več kot 40.000 čebel (GEN-I d.o.o., 2021).

Spoštovanje izkazujejo s povezovalnim delovanjem posameznika, pripravljenostjo sprejemanja mnenj drugih in dejavnim iskanjem rešitev, ki pripomorejo k sledenju skupnim ciljem. Ker mednje sodi tudi zelena preobrazba, so s svojimi vsakodnevnimi aktivnostmi spoštljivi tudi do narave. Odgovornost kažejo v prizadevnem odnosu do dela, prevzemanju odgovornosti za lastne rezultate in nenehnem prizadevanju za dobre skupne rezultate. Odgovorni so tudi do okolja, zato tako v službi kot zasebno stremijo k trajnostnemu razvoju. Predanost je v njihovi kulturi izražena tako v odnosu zaposlenih do znanja, dela in sodelavcev kot tudi do poslovnih partnerjev. Del njihove predanosti so tudi rešitve za zeleno prihodnost planeta, ki jih razvijajo na vseh ravneh delovanja. Vključenost iščejo in pričakujejo pri vsakem sodelavcu ter jo pojmujejo kot aktivno prizadevanje za uresničevanje skupnih ciljev in prevzemanje pobude za njihovo realizacijo. V svoj vsakdan vključujejo tudi ravnanja, usmerjena v zmanjševanje globalnega segrevanja. Prilagodljivost enačijo s pozitivno naravnostjo do sprememb, v katerih vidijo priložnost za rast. Svoja dejanja z razumevanjem in odgovornostjo prilagodijo tudi zakonom narave (GEN-I d.o.o., 2021).

V luči vrednot vsako leto nominirajo in z glasovanjem izbirajo tiste sodelavce, ki njihove vrednote najboljše živijo in odražajo pri svojem delu. Za nagrado se odpravijo na skupno potovanje.

Pandemija COVIDA-19 je v njihova življenja prinesla nepopisne spremembe v dnevni rutini. Delo od doma je postalo samoumevno, dom zaposlenih pa je postalo njihovo delovno mesto. Zaposleni po predhodnem dogovoru lahko delajo od doma, v času pandemije pa so vsi zaposleni delali od doma. Tehnična služba skrbi, da so vsi zaposleni popolnoma opremljeni za delo od doma in da le-to od vsega začetka poteka nemoteno.

Verjetno je skupina GEN-i eno izmed redkih podjetij, ki dajejo velik poudarek na zaposlene. Veliko truda in dela vložijo v grajenje uspešnih timov, ki pa najbolj harmonično delujejo, ko se vidijo, skupaj kreativno razmišljajo, se dopolnjujejo, prejemajo energijo od svojih članov, vodje in organizacije. Prepričani so, da je v organizaciji še ogromno skritih priložnosti za še boljše timsko delo in povezovanje ter grajenje medosebnih odnosov, in verjamejo, da tu osebni stik še vedno odigra največjo vlogo. Ugodnosti v podjetju prinašajo manjšo fluktuacijo in predstavljajo glavno prednost podjetja pri pridobivanju novih

zaposlenih. Lahko bi rekli, da se slovensko podjetje GEN-I do določene mere po ugodnostih lahko primerja s Facebookom in Netflixom (GEN-I d.o.o., 2021).

2 OSEBNOSTNE LASTNOSTI ZAPOSLENIH

Osebnost je množica osebnostnih lastnosti, ki se pojavijo pri množici posameznih oseb. Je celostni sistem relativno trajnih duševnih, vedenjskih in telesnih značilnosti. Enote osebnosti so osebnostne lastnosti, ki so lahko specifične, lahko pa tudi kompleksne. Bolj kot je osebnost kompleksna, več informacij nam daje o naši osebnosti. Osebnostne lastnosti med drugim sodijo tudi med najpomembnejše vzročne dejavnike našega obnašanja in doživljanja (Musek, 2014).

Za osebnost so značilne konsistentnost, individualnost, kompleksnost in organiziranost. Osebnost je organizirana celota, ki združuje vse psihične procese, funkcije in značilnosti. Ta celota pa se razlikuje od posameznika do posameznika.

2.1 Opredelitev pojma osebnost

Osebnost je celota telesnih, vedenjskih in duševnih značilnosti posameznika. Osebnost je trajna in stabilna. Vsakemu posamezniku daje lastno osebnostno identiteto, po kateri ga prepoznamo in po kateri se razlikuje od drugih. Osebnostne značilnosti zaposlenih vplivajo na oceno kakovosti opravljenih delovnih nalog (Šarotar Žižek & Veingerl Čič, 2018).

Posameznik ima na voljo različne tehnike za osebnostno rast, kot so (Šarotar Žižek & Maučec, 2009):

- pozitivna miselna naravnost,
- osredotočanje na sedanji trenutek,
- obvladovanje misli,
- obvladovanje čustev,
- razvoj zavedanja,
- razvoj vseh vrst človekove inteligentnosti.

Čeprav posameznik načrtuje svoj osebni razvoj, ta poteka tudi v podjetju, kjer je zaposlen, in podjetje, ki želi biti uspešno, ga mora pri tem tudi podpirati, usmerjati in mu pomagati pri doseganju zastavljenih, smiselno utemeljenih, ne zgolj enostransko želenih ciljev. Z uresničevanjem osebnostnega razvoja se posameznik kot zaposleni ne približuje zgolj k zreli osebnosti, ampak tudi k osebni zadostni in potrebni celovitosti, ki je temelj osebne družbene odgovornosti in ustvarjalnega sodelovanja za družbeno odgovorno ravnanje podjetij (Šarotar Žižek & Maučec, 2009).

Osebnostni razvoj je način procesiranja informacij, ki človeku omogočajo spoznati, razumeti in izpolnjevati pričakovanja različnih socialnih okolij, v katera se vključuje. Osebni razvoj je permanenten proces, s katerim se človek ukvarja že pred vstopom v šolo, v času, ko se odloča za izbrano vrsto šolanja ali izobraževanja, ko razmišlja, kakšen poklic bo izbral, kaj bi rad delal v življenju in kaj bi rad postal. Pozneje se sprašuje o možnostih razvoja med potekom delovne dobe in še kasneje, kaj bo delal po upokojitvi. Razvoj posameznika, njegovih spretnosti, sposobnosti in znanja je ključnega pomena za napredovanje družbe (Šarotar Žižek & Maučec, 2009).

Osebnost je močen napovedovalec uspešnosti našega spoprijemanja s stresom. Poznamo dva načina soočanja: k problemu usmerjeno soočanje, k čemur sodijo reinterpretacija, aktivnost in načrtovanje, ter k emocijam usmerjeno soočanje, ki predstavlja zanikanje in nezanimanje (Šarotar Žižek & Maučec, 2009).

Osebnost je to, kar mi kot posamezniki smo, samopodoba pa to, kar mislimo in čutimo, da smo. Na naše uspešno poklicno življenje in počutje na delovnem mestu vplivajo pozitivni dejavniki, kot so zmožnost lastnega odločanja, izvajanje avtoritete in podpora sodelavcev. Negativni dejavniki, ki zavirajo posameznikovo uspešnost na delovnem mestu, pa so prevelike obremenitve, doživljanje nepravilnosti, zapostavljanje in ignoriranje pri delu. Zaposleni se različno odzivajo na svoje delovne značilnosti v odvisnosti od njihovih osebnostnih lastnosti. Raziskave osebnosti kažejo, da lahko osebnost vpliva na odnos do dela in delovno uspešnost (Šarotar Žižek & Maučec, 2009).

2.2 Tipologija velikih pet osebnostnih lastnosti

Na našo uspešnost na različnih življenjskih področjih vplivajo osebnostne lastnosti. Področja našega življenja sestavljajo poklicno življenje, družinsko in partnersko življenje, spoprijemanje s stresom, medosebni odnosi in socialno blagostanje, samospoštovanje, psihično blagostanje in zdravje, nadzor in samoučinkovitost, nadzor nad telesnim zdravjem, modrost in duhovno življenje (Musek, 2014). Prav zaradi vseh teh področij, ki jih mora posameznik usklajevati in znati uravnotežiti, je pomembno, da podjetje pred zaposlitvijo zna oceniti svojega bodočega zaposlenega in ga na podlagi njegovih osebnostnih lastnosti vklopiti v svojo organizacijsko klimo.

Prijetni posamezniki so nagnjeni k vzgoji, skrbi, čustveni podpori, zaupanju in dobrodušnosti. Odprtost za izkušnje se nanaša na težnjo, da bi bili estetsko občutljivi, ustvarjalni, odprti in kulturni. Ti posamezniki radi raziskujejo nove stvari, imajo široke interese in domišljijo ter prikazujejo nenavadne miselne procese. Za vestne posameznike je značilna težnja, da so točni, pridni, dobro organizirani, previdni in temeljiti. Nevrotizem ali nizka čustvena stabilnost pa se nanaša na težnjo po doživljanju negativnih čustev in vedenj, ki jih spremljajo. Visoko nevrotični posamezniki so na splošno pod stresom, tesnobni, impulzivni in ranljivi, zato je njihova značilnost neučinkovito obvladovanje in slaba strategija čustvenega prilagajanja. Model velikih pet osebnostnih lastnosti sestavljajo

posamezniki različnih osebnostnih lastnosti, ki so prikazane na sliki 3 (Peral & Geldenhuys, 2020).

Slika 3: Model velikih pet osebnostnih lastnosti



Vir: lastno delo.

2.2.1 Sprejemljivost ali prijetnost

Sprejemljivosti rečemo tudi prijetnost. Ta poteza je značilna za posameznike, ki so usmerjeni k ohranjanju pozitivnih odnosov z drugimi ljudmi. Sodelavci jih pogosto štejejo med bolj všečne, med take, ki zaupajo drugim in so pripravljene pomagati v času stiske. Sprejemljivost se tako odraža v dobronamernosti, popustljivosti in celo podredljivosti. Njihova sposobnost sodelovanja z drugimi pomeni, da pogosto delajo dobro kot člani delovne ekipe (Družbeni medij, brez datuma).

Posamezniki, ki imajo to lastnost sprejemljivosti, ne marajo biti vpleteni v prepire in konflikte z drugimi, prizadevajo si za mirno okolje, v katerem delajo. Ravno nasprotno pa kažejo svoje lastnosti posamezniki, ki so neprijazni in v tej dimenziji osebnosti dosegajo nižji rezultat. Manj jih skrbi, da bi ugajali drugim in sklepali prijateljstva ter so manj dobrodelni. Namesto tega pa so motivirani, da delujejo v skladu s svojimi lastnimi interesi, in manj upoštevajo potrebe drugih. Zaradi tega jih drugi dojemajo kot bolj sebične osebe (Družbeni medij, brez datuma).

2.2.2 Odrptost za izkušnje

Za osebnostno dimenzijo odrptost je značilna pripravljenost na preizkušanje novih stvari. Ljudje z višjo stopnjo odrptosti so polni idej in prepričanj, čeprav nekateri v te ideje ne verjamejo ali se jim ne zdijo smiselne. Uživajo v umetniških in kulturnih izkušnjah,

obiskujejo umetniške galerije, muzeje, gledališča, poslušajo glasbo in potujejo na različne destinacije. Bolj so odprti za neznane kulture in navade (Družbeni medij, brez datuma).

Ljudje z nizko stopnjo odprtosti, ki so bolj zaprti za novosti, so previdni pred negotovostjo in neznanim. Bolj so sumljivi do prepričanj in idej, ki do ene mere predstavljajo tveganje. V neznanih situacijah se počutijo neprijetno in imajo raje znana okolja. Manj odprti posamezniki cenijo varnost in se radi držijo dobro znanih tradicij in rutin (Družbeni medij, brez datuma).

Odprtost do izkušenj pri merjenju osebnostnih dejavnikov je pogosto povezana z inteligenco. Ugotovljeno je bilo, da so posamezniki, ki imajo višji inteligenčni kvocient, bolj odprti za izkušnje. Ena od razlag, zakaj je tako, je ta, da se ljudje, ki so bolj odprti, postavijo v okolja, kjer je verjetneje, da bodo pridobili nova znanja, kot pri tistih, ki ostanejo v istem, znanem okolju. Medtem ko se stopnje odprtosti med posamezniki zelo razlikujejo, se lahko spremeni tudi lastna odprtost do izkušenj. Ugotovljeno je bilo, da se na primer odprtost do izkušenj spreminja s starostjo (Družbeni medij, brez datuma).

2.2.3 Vestnost

Vestni ljudje se bolj zavedajo svojih dejanj in posledic svojega vedenja kot ljudje, ki niso vestni. Čutijo odgovornost do drugih in na splošno previdno opravljajo naloge, ki so jim dodeljene. Vestni posamezniki radi ohranjajo urejeno okolje in so dobro organizirani. Ljudje z visoko vestjo kažejo tudi bolj ciljno usmerjeno vedenje. Zastavijo si ambiciozne cilje in so motivirani, da jih dosežejo. Ker jih trdo delo ne ovira, si želijo uspeha v vseh pogledih svojega življenja, vključno z dosežki in napredovanji v svoji karieri (Družbeni medij, brez datuma).

Nizka stopnja vestnosti se kaže v manj motiviranem vedenju. Nevestne posameznike manj motita urejenost in točnost. Nič jih ne moti, če zamudijo na sestanke, in si bolj sproščeno postavljajo življenjske cilje. Nevestni ljudje se nagibajo k bolj impulzivnemu vedenju. Raje bodo ukrepali v zadnjem trenutku, ne pa upoštevali posledice svojih odločitev. Raziskave kažejo, da na vestnost vplivajo okoljski dejavniki in dednost (Družbeni medij, brez datuma).

2.2.4 Ekstravertnost

Za ekstravertno je značilno družbeno samozavestno vedenje. Ekstraverti so družabni, zgovorni in v družbenih situacijah pogosto napredujejo. Uživajo v središču skupine in pogosto iščejo pozornost drugih. Ekstraverti uživajo v spoznavanju novih ljudi in se z veseljem predstavijo neznanecem (Družbeni medij, brez datuma).

Introverti, ljudje z nizko stopnjo ekstravertnosti, kažejo kontrastno vedenje. So tišji in se pogosto počutijo sramežljive pred drugimi ljudmi. Morda se ne počutijo dobro v velikih skupinah, na primer na zabavah, in se pogosto poskušajo izogniti družabnim srečanjem.

Introvertirani uživajo kot del manjših družbenih skupin, po možnosti z znanimi ljudmi, in s tem ohranjajo tesno skupino zaupanja vrednih prijateljev (Družbeni medij, brez datuma).

2.2.5 Nevroticizem

Ta osebnostna dimenzija meri čustveno stabilnost ali nevrotizem. Ljudje z visokim številom nevrotičnosti so pogosto vztrajni, bolj prestrašeni in pogosto bolj zaskrbljeni, preveč razmišljajo o svojih težavah in pretiravajo. Namesto da bi gledali pozitivno, se bolj osredotočijo na negativne vidike. Nevrotizem lahko povzroči, da se osebe v svojem vsakdanjem življenju manj uspešno spopadajo s pogostimi stresorji. Namesto tega bodo pogosto razočarani nad drugimi in se bodo morda jezili, če se dogodki ne bodo zgodili tako, kot si želijo (Družbeni medij, brez datuma).

Ljudje z nizkimi ocenami nevrotizma so manj zaskrbljeni zaradi teh negativnih pomislekov. V stresnih situacijah lahko ostanejo bolj mirni in na težave gledajo sorazmerno glede na pomembnost le-teh. Posledično jih te težave skrbijo v manjši meri. Nevrotizem osebe ima lahko posledice v odnosu do drugih. Ljudje z nizkimi ocenami nevrotizma so v odnosih manj srečni kot drugi pari, če njihov partner dosega visoke ocene nevrotizma (Družbeni medij, brez datuma).

3 RAZISKAVA O VLOGI UGODNOSTI MED ZAPOSLENIMI

V tretjem poglavju najprej predstavim cilje raziskave in tri glavna raziskovalna vprašanja. Nato na podlagi teorije predstavim razloge za oblikovanje raziskovalnih vprašanj. Opišem uporabljeno metodologijo, oblikovanje vprašalnika ter predstavim analizo in rezultate raziskave. Na koncu zapišem še omejitve raziskave in priporočila za organizacije.

3.1 Cilj raziskave in opredelitev raziskovalnih vprašanj

Cilj empirične raziskave je razumevanje ugodnosti, ki jih ponujajo podjetja. Zanima me, kako na nudene ugodnosti gledajo zaposleni. Z izvedeno raziskavo želim prikazati, zakaj so ugodnosti podjetij pomembne tako za podjetje kot za zaposlene. Cilji empirične raziskave so proučiti stališča zaposlenih do ugodnosti v podjetju, morebitne demografske razlike, zlasti v spolu in starosti, glede na to, koliko zaposlenemu te ugodnosti pomenijo, proučiti vpliv osebnostnih lastnosti na koriščenje ugodnosti in analizirati skupen pomen izbranih ugodnosti na uspešnost zaposlenega. Med drugim je cilj empirične raziskave ugotoviti tudi, ali zaposleni zna ovrednotiti ugodnosti v primerjavi s plačo, bolj ceni višjo plačo in s tem nič ugodnosti ali nižjo plačo in širok nabor ugodnosti, ki jih lahko koristi.

Raziskovalna vprašanja, ki sem jih skozi raziskavo preverjala:

RV1: Kako zaposleni vrednotijo ugodnosti glede na različne osebnostne lastnosti?

RV2: Kako zaposleni vrednotijo ugodnosti glede na različne demografske značilnosti?

RV3: Kako zaposleni vrednotijo ugodnosti v primerjavi s plačo?

3.2 Metodologija

Raziskavo sem opravila med 113 zaposlenimi v različnih podjetjih po Sloveniji, in sicer na osnovi kvantitativne raziskave. Anketo sem izvedla prek interneta, saj sem na ta način zajela največje število anketirancev po celotni Sloveniji. Raziskava obsega dve raziskovalni področji, in sicer osebnostne lastnosti zaposlenih po modelu velikih pet ter stališča zaposlenih o ugodnostih v podjetju.

3.2.1 Oblikovanje vprašalnika

Vprašalnik (priloga 1) je sestavljen iz nekaj zaprtih vprašanj in nekaj 5-stopenjskih vprašanj na osnovi Likertove lestvice. Osnova za anketni vprašalnik so znanstvena literatura in lastne izkušnje, s pomočjo katerih sem oblikovala raziskovalna vprašanja, ki jih proučujem v svoji raziskavi. Trditve o osebnostih značilnostih sem povzela po vprašalniku velikih pet (John & Srivastava, 1999). Uporabila sem tudi Likertovo lestvico, kjer so lahko anketiranci označili svoje strinjanje oziroma nestrinjanje s posamezno trditvijo.

V prvem sklopu zaprtih vprašanj so anketiranci izbirali med že podanimi odgovori. V tem delu sem ugotavljala, ali anketirancu podjetje, v katerem je zaposlen, nudi možnost koriščenja ugodnosti, katere ugodnosti so zaposlenemu všeč in kako te ugodnosti dojema. Nato sem anketiranca spodbudila, da z mersko lestvico oceni, katera aktivnost podjetja ga najbolj motivira.

V drugem sklopu vprašanj, ki so merjena na podlagi 5-stopenjske lestvice oziroma Likertove lestvice, je anketiranec odgovarjal na določene trditve glede koriščenja ugodnosti in tega, kakšne koristi jim prinašajo. Pri tem je 1 pomenilo » sploh se ne strinjam«, 2 »se ne strinjam«, 3 »niti se ne strinjam niti se strinjam«, 4 »se strinjam« in 5 »se popolnoma strinjam«. Trditve so se na splošno nanašale na mnenje anketirancev o ugodnostih v podjetju. Ta sklop vprašanj je vseboval 28 trditvev, ki sem jih razdelila na šest kategorij, ki se nanašajo na to, kako določena ugodnost vpliva na določeno kategorijo. Prva kategorija so bile trditve o odnosu do ugodnosti v podjetju, druga kategorija trditve o vplivu ugodnosti na odnose na delovnem mestu, tretja kategorija trditve o vplivu ugodnosti na zasebno življenje, četrta kategorija trditve o vplivu ugodnosti na poklicno učinkovitost, peta kategorija trditve o vplivu ugodnosti na raven stresa in občutek izgorelosti ter zadnja kategorija trditve o vplivu ugodnosti na zaposlenega.

V drugem sklopu anketnega vprašalnika sem analizirala tudi pomembnost določenih ugodnosti v primerjavi s plačo. Vprašanja so bila prav tako merjena na podlagi 5 stopenjske lestvice oziroma Likertove lestvice. Pri tem je 1 pomenilo » sploh mi ni pomembno«, 2 »mi

ni pomembno«, 3 »niti mi ni pomembno niti mi je pomembno«, 4 »mi je pomembno«, in 5 »zelo mi je pomembno«.

Dodala sem še tretji sklop vprašanj, ki so vezana na pogostost koriščenja naštetih ugodnosti. Merila sem aktivnost anketirancev in koriščenje ugodnosti, ki jih podjetje, v katerem so zaposleni, ponuja. Anketiranci so imeli tudi možnost označiti, da podjetje te ugodnosti ne ponuja. Ugodnosti sem merila na podlagi 5-stopenjske lestvice oziroma Likertove lestvice. Pri tem je 1 pomenilo » nikoli«, 2 »redko«, 3 »občasno«, 4 »pogosto« in 5 »zelo pogosto«.

V četrtem sklopu vprašanj sem želela ugotoviti osebne značilnosti anketirancev. Ponovno je bila uporabljena 5-stopenjska Likertova lestvica, s katero anketirani izražajo stopnjo strinjanja z navedeno trditvijo. To vprašanje je vsebovalo 44 trditev, ki sem ji postavila na podlagi vprašalnika modela velikih pet, ki meri osebne značilnosti petih osnovnih dimenzij: ekstravertnost, nevroticizem, vestnost, prijetnost in odprtost. Pri vseh trditvah sem odgovore natančno analizirala s frekvenco in odstotkom za vsako stopnjo strinjanja ter na koncu naredila še izračun aritmetične sredine in standardnega odklona.

V zadnjem, petem sklopu so se vprašanja nanašala na demografske podatke anketirancev, kot so spol, starost, regija, v kateri je anketiranec zaposlen, izobrazba, delovna doba v podjetju, kjer je anketiranec zaposlen, zakonski stan, delovno mesto, ki ga anketiranec opravlja, in pa velikost podjetja, v katerem je anketiranec zaposlen. Anketiranci so pri teh vprašanjih označili samo en možen odgovor, ki je značilen zanje. Demografske značilnosti sem predstavila grafično.

3.2.2 Zbiranje podatkov

Anketo sem naredila prek vmesnika za izdelavo spletnih anket Ika, na spletnem naslovu www.1ka.si. Anketo sem, preden sem jo razposlala naokoli, testirala na dveh različnih vzorcih z namenom odpraviti morebitne napake pri vprašanjih in preveriti njeno razumljivost. Na podlagi povratnih informacij sem anketni vprašalnik prilagodila in ga objavila na spletu.

Anketni vprašalnik sem posredovala prek elektronske pošte in socialnih omrežij v reševanje naključno izbranim sodelavcem. Povezavo sem delila tudi svojim sorodnikom in prijateljem. Ti pa so potem anketo poslali tudi svojim znancem, ki so zaposleni v podjetjih po Sloveniji. Podatke sem tako izbirala na priložnostnem vzorcu, vključeni anketiranci pa so morali biti trenutno zaposleni v podjetjih po Sloveniji. Vseh vprašanj je bilo 20. Anketa je bila objavljena od 11. maja do 12. junija 2021. Na anketni vprašalnik je skupaj kliknilo 225 ljudi, od tega jih 112 vprašalnika ni izpolnilo. Anketni vprašalnik je izpolnilo 113 ljudi. V povprečju so vprašalnik reševali 14 minut, zato predvidevam, da je bil tako slab odstotek rešenih vprašalnikov ravno zaradi dolžine njegovega reševanja. Ker sem se odločila za najenostavnejšo obliko reševanja vprašalnika, se pravi za spletno anketo, mi je bilo pridobiti

rešen anketni vprašalnik velik izziv. Sem pa zaradi tega lahko vključila v raziskavo različne generacije, saj sem jih z lahkoto dosegla prek spleta.

Rezultate ankete sem uvozila v program MS Excel in jih preverila z različnimi statističnimi metodami. Zbrane podatke sem nato analizirala z opisno statistiko, prav tako sem raziskovalna vprašanja analizirala z opisno statistiko, tako da sem izračunala povprečje za vse trditve. Za izvedbo raziskave nisem potrebovala nobenih soglasij podjetij, saj je bil anketni vprašalnik anonimen in v odgovorih ni bilo nikjer navedeno, da naj anketiranci navedejo, v katerem podjetju so zaposleni.

4 ANALIZA PODATKOV

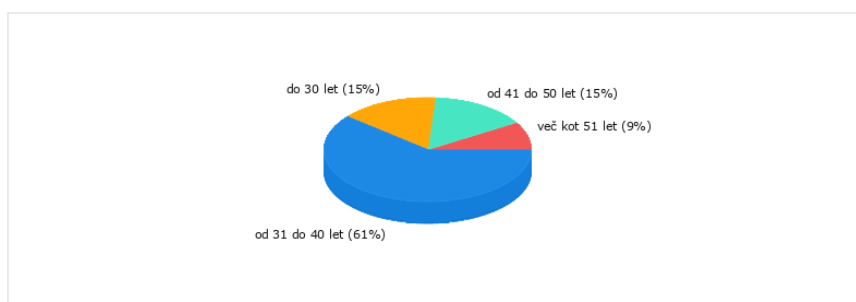
Analize podatkov sem se lotila tako, da sem najprej opisala demografske značilnosti anketirancev, kjer sem opisno in podprto z grafi predstavila njihovo strukturo glede na spol, starost, regijo, v kateri je anketiranec zaposlen, izobrazbo, delovno dobo v podjetju, kjer je anketiranec zaposlen, zakonski stan, delovno mesto, ki ga anketiranec opravlja, in pa velikost podjetja, v katerem je anketiranec zaposlen. V drugem delu pa sem predstavila rezultate anketnega vprašalnika.

4.1 Demografske značilnosti anketirancev

Demografska vprašanja so anketiranci izpolnili na koncu vprašalnika. Pri prvem demografskem vprašanju sem preverila, kakšen je bil delež žensk in moških, ki so odgovarjali na anketni vprašalnik. Na to vprašanje je odgovorilo 74 žensk (65 %) in 39 moških (35 %).

Glede na starost sem anketirance razdelila v štiri starostne skupine. Največ anketiranih je bilo, po pričakovanju, starih od 31 do 40 let (61 %). Gre za najbolj aktivno starostno skupino, ki je že dokončala študij in je zaposlena v različnih podjetjih po Sloveniji. S 15 % sledita dve starostni skupini, prva do 30 let in druga od 41 do 50 let. Majhen odstotek anketirancev, to je 9 %, pa predstavlja najstarejša starostna skupina, torej nad 51 let. Na sliki 4 so v odstotkih grafično predstavljene starostne skupine anketiranih.

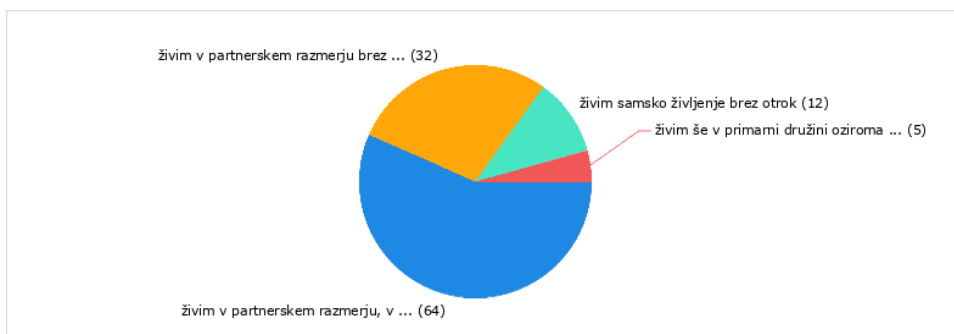
Slika 4: Grafični prikaz anketiranih po starosti ($n = 113$)



Vir: lastno delo.

Anketirane sem vprašala tudi o njihovem zakonskem stanu. Tukaj je bila največja skupina tistih, ki živijo v partnerskem odnosu z vsaj enim mladoletnim otrokom, in sicer kar 57 % (64). Sledila je skupina zaposlenih, ki živijo v partnerskem razmerju brez otrok oziroma z odraslimi otroki – teh je bilo 28 % (32). Samskih anketirancev je bilo v raziskavi 11 % (12) in tistih, ki še živijo doma ali si prebivališče delijo z drugimi odraslimi, 4 % (5). Zakonski stan anketirancev je prikazan na sliki 5.

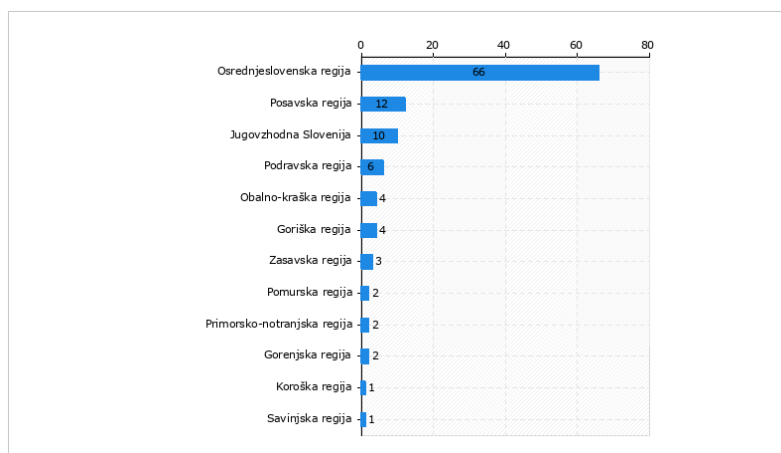
Slika 5: Zakonski stan anketirancev (n = 113)



Vir: lastno delo.

Od anketirancev sem želela izvedeti, v kateri statistični regiji v Sloveniji so zaposleni, saj me zanima, ali so ugodnosti v podjetjih razširjene po celotni Sloveniji. Največ anketiranih je zaposlenih v osrednjeslovenski regiji, od 113 anketiranih, ki so na vprašalnik odgovorili, je več kot polovica, to je 66 anketiranih, zaposlenih v tej regiji. Ostali anketiranci so se razporedili po vseh statističnih regijah po Sloveniji, vendar v zanemarljivih odstotkih. Le 1 oseba prihaja iz savinjske in koroške regije, po 2 zaposlena iz gorenjske, primorsko-notranjske in pomurske regije, 4 zaposleni iz gorške regije in 4 zaposleni iz obalno-kraške regije. Sledijo podravska regija s 6 zaposlenimi, jugovzhodna Slovenija z 10 zaposlenimi in posavska regija z 12 zaposlenimi. Grafični prikaz je na sliki 6.

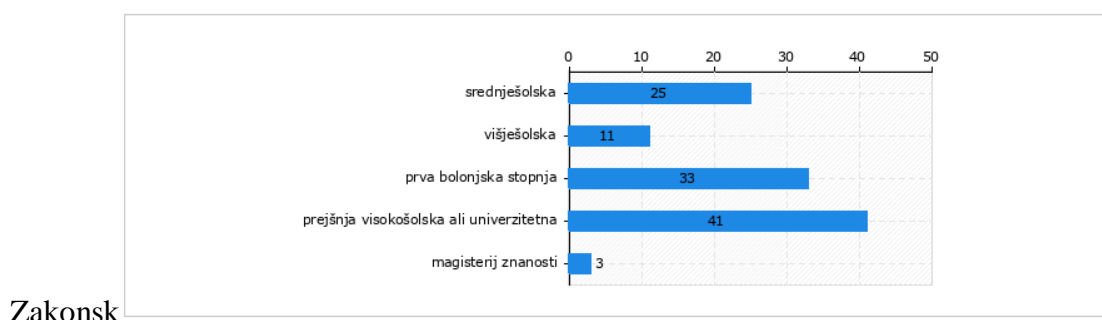
Slika 6: Grafični prikaz anketiranih po regiji, v kateri so zaposleni (n = 113)



Vir: lastno delo.

Naslednje demografsko vprašanje je zajemalo ugotavljanje deleža stopnje zaključene izobrazbe anketirancev. Vsi sodelujoči v raziskavi imajo pridobljeno višjo izobrazbo od osnovnošolske. Nihče od sodelujočih nima najvišje izobrazbe, to je doktorata. Prevladuje prejšnja visokošolska ali univerzitetna izobrazba, ki jo ima 41 anketiranih (36 %), sledita ji prva bolonjska stopnja s 33 anketiranimi (29 %) in srednješolska stopnja s 25 anketiranimi (22 %). Nekaj anketirancev ima še višješolsko izobrazbo, in sicer 11 anketiranih (10 %), in magisterij znanosti, in sicer 3 anketiranci (3 %). Podatki o stopnji izobrazbe so prikazani na sliki 7.

Slika 7: Grafični prikaz formalne izobrazbe anketiranih (n = 113)

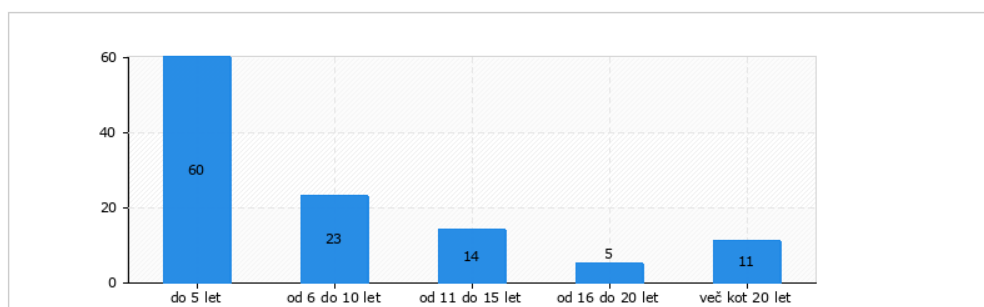


Zakonsk

Vir: lastno delo.

Na vprašanje, koliko časa so anketiranci zaposleni v podjetju, kjer trenutni delajo, so anketirani odgovorili, da jih največ, 60 anketirancev, dela v podjetju do 5 let. Glede na starostno strukturo, ki prevladuje, je bilo za pričakovati, da je večina anketiranih zaposlenih v podjetju, kjer so trenutno zaposleni, do 5 let. Zaradi hitrega tehnološkega napredka v podjetjih in velike potrebe po izobraženem kadru se fluktuacija v slovenskih podjetjih povečuje, kar nam prikazuje tudi spodnji graf, saj je kar 53 % anketiranih zaposlenih v podjetju manj kot 5 let. Grafični prikaz se delovne dobe anketirancev je na sliki 8.

Slika 8: Grafični prikaz delovne dobe anketirancev v trenutnem podjetju (n = 113)

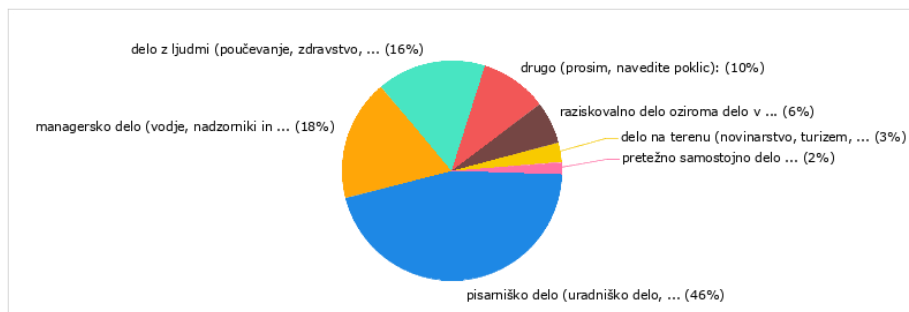


Vir: lastno delo.

Največ anketirancev opravlja pisarniško delo (46 %), s kar 18 % anketirancev imamo vodilni kader na pomembnih funkcijah. Sledijo jim anketiranci, ki delajo z ljudmi (16 %). Ostali anketiranci pa so v zanemarljivih odstotkih. Zanimiv je tudi podatek, da se kar 10 %

anketirancev ni razvrstilo med ponujene možnosti opravljenega dela, ampak so navedli drug poklic, kot so skladiščnik, vojska, sestavljaivec itd. Grafični prikaz delovnega mesta anketirancev je na sliki 9.

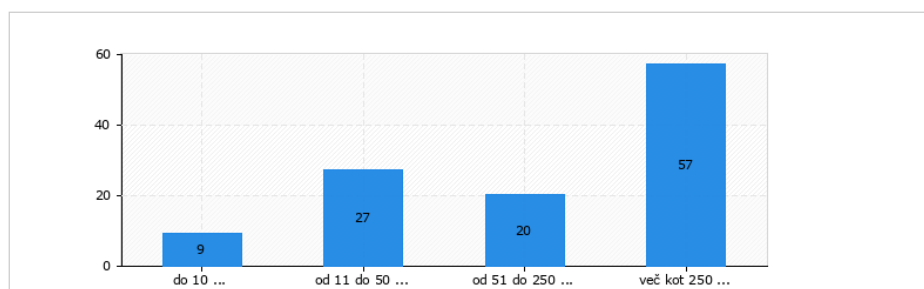
Slika 9: Grafični prikaz delovnega mesta anketirancev (n = 113)



Vir: lastno delo.

Največ anketirancev, to je 57, je zaposlenih v velikih podjetjih. Sledijo jim mikro podjetja (27 anketiranih) in srednja podjetja (20 anketiranih). Nekaj jih je zaposlenih tudi v mikro podjetjih oziroma so samostojni podjetniki. Grafični prikaz je na sliki 10.

Slika 10: Grafični prikaz velikosti podjetja, v katerem so anketiranci zaposleni (n = 113)



Vir: lastno delo.

4.2 Opisne statistike

V tem poglavju sem povzela, kakšna so stališča zaposlenih do ugodnosti v podjetju glede na različna področja in predstavitev osebnostnih značilnosti anketiranih skozi dimenzije modela velikih pet. Pri vseh ugotovitvah sem najprej navedla aritmetično sredino (μ), standardni odklon (σ), frekvenčno porazdelitev in pripadajoči odstotek anketirancev. Pri rezultatih aritmetične sredine sem upoštevala stopnje strinjanja po načelu: če je srednja vrednost do 1,5, se anketiranci sploh ne strinjajo s trditvijo, če je srednja vrednost nad 1,5 in do 2,5, se anketiranci ne strinjajo s trditvijo, če je srednja vrednost nad 2,5 in do 3,5, se anketiranci niti ne strinjajo niti strinjajo s trditvijo, če je srednja vrednost nad 3,5 in do 4,5, se anketiranci strinjajo s trditvijo, in če je srednja vrednost nad 4,5, se anketiranci popolnoma strinjajo s trditvijo.

4.2.1 Stališča zaposlenih do ugodnosti v podjetju

V prvem delu vprašanj sem želela preveriti, kakšen odnos ima anketiranec do ugodnosti v podjetju, v katerem je zaposlen, kako te ugodnosti vplivajo na odnose na delovnem mestu in na zasebno življenje ter kako vplivajo ugodnosti na zaposlenega. Želela pa sem tudi preveriti vpliv ugodnosti na poklicno učinkovitost, raven stresa in občutek izgorelosti ter vpliv ugodnosti na zaposlenega na splošno. Sklop je sestavljen iz 28 trditev, kjer so anketiranci ocenili stopnjo strinjanja na 5-stopenjski Likertovi lestvici, in sicer od sploh se ne strinjam, ne strinjam se, nisi se ne strinjam niti se strinjam, se strinjam do popolnoma se strinjam. Na ta sklop trditev je odgovorilo 93 anketirancev.

V tabeli 1 so prikazani odgovori anketirancev glede trditev, kaj menijo o ugodnostih v podjetju. Sodelujoči v raziskavi so se najbolj strinjali s trditvijo, da morajo biti ugodnosti v podjetju dostopne vsem zaposlenim. Aritmetična sredina pri tej trditvi je enaka $\mu = 4,5$ s standardnim odklonom 0,67. Zanimivo je, da se samo z dvema trditvama ne strinjajo. To sta trditvi »menim, da pripadajo ugodnosti samo tistim zaposlenim, ki dosegajo cilje« ($\mu = 2,2$ in $\sigma = 0,97$) in »menim, da koriščenje ugodnosti med delovnim časom (telovadba, masaža in sproščanje) predstavljata izgubo časa« ($\mu = 2,3$ in $\sigma = 1,09$). S tema trditvama, s katerima se ne strinjajo, nam anketiranci povedo, da ne želijo, da se jih za delo ocenjuje in posledično nagradi z ugodnostmi, ampak da imajo možnost koriščenja ugodnosti bolj v povezavi s tem, da bodo zaradi tega bolj produktivni in motivirani. Gre za dejavnike spodbujanja in motiviranja zaposlenih, ki so priporočljivi v podjetju. V povprečju pa so se anketiranci strinjali z navedenimi trditvami, da so ugodnosti v podjetju pomemben del nagrajevanja.

Na podlagi rezultatov v tabeli 1 sem podrobneje preverila šest sklopov znotraj vprašalnika, in sicer o stališču zaposlenih do ugodnosti v podjetju. V prvem sklopu me je zanimal odnos do ugodnosti v podjetju. S povprečjem aritmetične sredine $\mu = 3,55$ sem ugotovila, da se anketiranci strinjajo s trditvami, da so na splošno ugodnosti izrednega pomena za uspešnost podjetja ($\mu = 3,8$ in $\sigma = 0,67$), da morajo biti brezplačne ($\mu = 3,8$ in $\sigma = 0,94$) in dostopne vsem zaposlenim ($\mu = 4,5$ in $\sigma = 0,85$). Strinjali so se tudi, da je treba nabor ugodnosti širiti ($\mu = 4,1$ in $\sigma = 0,72$) in ponujati aktivnosti, ki so v tistem trenutku pomembne za zadovoljstvo in zdravje zaposlenih. V primeru, da bi si zaposleni morali delno financirati ugodnosti sami, je aritmetična sredina te trditve $\mu = 3,4$, kar pomeni, da se glede te trditve niso znali opredeliti. Standardni odklon je 1,02.

V drugem in tretjem sklopu sem preverjala vpliv ugodnosti na odnose na delovnem mestu in vpliv ugodnosti na zasebno življenje. Tukaj se je izkazalo, da je povprečje aritmetične sredine $\mu = 3,27$, kar nam pove, da se anketiranci niso znali opredeliti, ali ugodnosti vplivajo na službene odnose in hkrati tudi na zasebno življenje. Glede na rezultat je mogoče razbrati, da verjetno niso nikoli razmišljali, ali na kakšen način ugodnosti vplivajo na njihovo kakovost življenja, vendar menim, da bi bil ta rezultat čez nekaj let drugačen. Prav tako že trenutni rezultat $\mu = 3,2$ ni slab, saj se je že približal mnenju, da se bodo zaposleni v

prihodnosti začeli zavedati, da ugodnosti zagotovo vplivajo na odnose s sodelavci in tudi na odnose z družinskimi člani.

V tem sklopu so se anketiranci najbolj strinjali s trditvijo, da jim kakovost delovnega okolja daje občutek varnosti in pripadnosti podjetju ($\mu = 4,1$ in $\sigma = 0,67$), da so zaradi ugodnosti, ki jih ponuja podjetje, bolj zavzeti za svoje delo in imajo boljše odnose s svojimi sodelavci ($\mu = 3,5$ in $\sigma = 0,92$). Niso pa se znali opredeliti za naslednje trditve, ki sem jih razvrstila od večjega standardnega odklona k manjšemu. Aritmetično sredino $\mu = 3,4$ si delita trditvi, da bi se zaposleni več družili s svojimi sodelavci, če bi jim podjetje nudilo določene športne aktivnosti ($\sigma = 1$), in da ima delovno mesto »skrbnik sreče zaposlenih« pomembno vlogo v podjetju ($\sigma = 0,87$). Naslednji trditvi, ki si delita aritmetično sredino $\mu = 3,2$, sta, da bi zaposleni koristili ugodnosti, če bi jih pri tem spodbujali sodelavci ($\sigma = 0,96$), in da imajo zaposleni zaradi ugodnosti, ki jih ponuja podjetje, boljše ravnovesje med zasebnim in poklicnim življenjem ($\sigma = 0,75$). Pri naslednji trditvi z aritmetično sredino $\mu = 3$ se anketiranci niso znali opredeliti, ali imajo zaradi ugodnosti v podjetju manjše življenjske stroške. O tem verjetno še niso razmišljali ($\sigma = 1,06$). Trditvi, ki imata najmanjši aritmetični sredini (2,9 in 2,7) in enak standardni odklon ($\sigma = 0,97$), sta, da bi ugodnosti koristili, če bi jih pri tem spodbujal nadrejeni, in da imajo zaradi ugodnosti, ki jih ponuja podjetje, manj konfliktov z družino.

V četrtem in petem sklopu je povprečje aritmetične sredine $\mu = 3,4$. V teh dveh sklopih sem preverjala vpliv ugodnosti na poklicno učinkovitost ter na raven stresa in občutka izgorelosti. Tudi tukaj se anketiranci niso niti strinjali niti ne strinjali s trditvami, da ugodnosti vplivajo na produktivnost zaposlenega in raven izgorelosti. S tremi trditvami se anketiranci strinjajo, da so zaradi ugodnosti, ki jih podjetje ponuja, bolj sproščeni ($\mu = 3,6$ in $\sigma = 0,86$), da imajo več energije ($\mu = 3,5$ in $\sigma = 0,93$) in da so bolj zavzeti za delo ($\mu = 3,5$ in $\sigma = 0,92$). Ostale trditve predstavljajo neopredeljenost anketirancev, in sicer da svoje delovne naloge zaradi ugodnosti opravljajo bolje ($\mu = 3,4$ in $\sigma = 0,84$), so bolj produktivni ($\mu = 3,4$ in $\sigma = 0,89$), imajo boljšo koncentracijo za opravljanje nalog ($\mu = 3,3$ in $\sigma = 0,89$) in manjšo možnost, da bi se razvila izgorelost na delovnem mestu ($\mu = 3,3$ in $\sigma = 1,01$). Vendar tudi te trditve nimajo slabe aritmetične sredine, saj se že bolj nagibajo k temu, da se strinjajo z navedenimi trditvami.

V zadnjem, šestem sklopu je povprečje aritmetične sredine $\mu = 3,5$. To pomeni, da se anketiranci v povprečju strinjajo, da ugodnosti v podjetju vplivajo na zaposlenega. Strinjajo se s trditvijo, da je podjetje mar za zaposlene ($\mu = 3,7$ in $\sigma = 0,76$) in da bi za zdravje na delovnem mestu vsak zaposleni moral opraviti določeno število ur v športni dejavnosti ($\mu = 3,6$ in $\sigma = 0,92$). Medtem ko se niso znali opredeliti, ali zaradi ugodnosti zaposleni težje zamenja podjetje ($\mu = 3,3$ in $\sigma = 1,06$) in ali mu ugodnosti pri izbiri delodajalca veliko pomenijo ($\mu = 3,3$ in $\sigma = 0,96$). Tukaj se ponovno pokaže trenutno stanje na trgu, ki nam pove, da zaposleni o tem še niso razmišljali. Ugodnosti so premalo razširjene, da bi jih lahko vrednotili.

Tabela 1: Stališča zaposlenih do ugodnosti v podjetju (n = 93)

Naslednje trditve se nanašajo na vaše mnenje glede ugodnosti v podjetju. Prosimo navedite, v kolikšni meri se strinjate z navedenimi trditvami.								
	Odgovori (f/%)						Povpre čje	Std. odklo n
	Sploh se ne strinja m	Ne strinja m se	Niti se ne strinja m niti se strinja m	Se strinja m	Popolnom a se strinjam	Skupaj		
1. Menim, da je pomembno, da imamo v podjetju, kjer sem zaposlen, možnost koriščenja ugodnosti v podjetju.	2	1	7	38	45	93	4,3	0,84
	2 %	1 %	8 %	41 %	48 %	100 %		
2. Menim, da je koriščenje ugodnosti, ki jih ponuja podjetje, izrednega pomena za uspešnost podjetja.	0	10	15	53	15	93	3,8	0,85
	0 %	11 %	16 %	57 %	16 %	100 %		
3. Menim, da morajo biti ugodnosti v podjetju, kjer sem zaposlen, dostopne vsem zaposlenim.	0	1	6	29	57	93	4,5	0,67
	0 %	1 %	6 %	31 %	61 %	100 %		
4. Menim, da morajo biti ugodnosti v podjetju, kjer sem zaposlen, brezplačne.	0	10	25	36	22	93	3,8	0,94
	0 %	11 %	27 %	39 %	24 %	100 %		
5. Menim, da pripadajo ugodnosti samo tistim zaposlenim, ki dosegajo svoje cilje.	23	40	19	10	1	93	2,2	0,97
	25 %	43 %	20 %	11 %	1 %	100 %		
6. Menim, da je pomembno, da podjetje širi svoj nabor ugodnosti, ki jih lahko zaposleni koristi.	0	2	14	50	27	93	4,1	0,72
	0 %	2 %	15 %	54 %	29 %	100 %		
7. Menim, da bi ugodnosti manj koristil, če bi jih delno financiral sam.	2	22	14	46	9	93	3,4	1,02
	2 %	24 %	15 %	49 %	10 %	100 %		
8. Menim, da koriščenje ugodnosti med delovnim časom (telovadba, masaža in sproščanje) predstavlja izgubo časa.	23	35	18	15	2	93	2,3	1,09
	25 %	38 %	19 %	16 %	2 %	100 %		

se nadaljuje

Tabela 1: Stališča zaposlenih do ugodnosti v podjetju (n = 93)

9. Menim, da bi se več družil s svojimi sodelavci, če bi mi podjetje, v katerem sem zaposlen, omogočilo določene športne aktivnosti.	3	16	24	40	10	93	3,4	1
	3 %	17 %	26 %	43 %	11 %	100 %		
10. Menim, da bi koristil ugodnosti v podjetju, če bi me pri tem spodbujali sodelavci.	5	18	26	42	2	93	3,2	0,96
	5 %	19 %	28 %	45 %	2 %	100 %		
11. Menim, da bi koristil ugodnosti v podjetju, če bi me pri tem spodbujal nadrejeni.	8	24	32	28	1	93	2,9	0,97
	9 %	26 %	34 %	30 %	1 %	100 %		
12. Menim, da imam zaradi ugodnosti, ki jih ponuja podjetje, boljše odnose s sodelavci.	3	14	17	55	4	93	3,5	0,92
	3 %	15 %	18 %	59 %	4 %	100 %		
13. Menim, da ima delovno mesto »skrbnik sreče« zaposlenih pomembno vlogo v podjetju.	4	7	38	39	5	93	3,4	0,87
	4 %	8 %	41 %	42 %	5 %	100 %		
14. Menim, da imam zaradi ugodnosti, ki jih ponuja podjetje, z družino oziroma bližnjimi manj konfliktov.	13	25	37	17	1	93	2,7	0,97
	14 %	27 %	40 %	18 %	1 %	100 %		
15. Menim, da imam zaradi ugodnosti v podjetju manjše življenjske stroške.	5	33	22	27	6	93	3	1,06
	5 %	35 %	24 %	29 %	6 %	100 %		
16. Menim, da mi kakovost delovnega okolja daje občutek varnosti in pripadnosti podjetju.	0	3	7	60	23	93	4,1	0,67
	0 %	3 %	8 %	65 %	25 %	100 %		
17. Zaradi ugodnosti, ki jih ponuja podjetje, imam boljše ravnovesje med zasebnim in poklicnim življenjem.	1	13	46	31	2	93	3,2	0,75
	1 %	14 %	49 %	33 %	2 %	100 %		
18. Zaradi ugodnosti, ki jih ponuja podjetje, bolje opravljam delovne naloge.	2	13	22	54	2	93	3,4	0,84
	2 %	14 %	24 %	58 %	2 %	100 %		
19. Zaradi ugodnosti, ki jih ponuja podjetje, sem bolj zavzet za svoje delo.	1	16	18	50	8	93	3,5	0,92
	1 %	17 %	19 %	54 %	9 %	100 %		

se nadaljuje

Tabela 1: Stališča zaposlenih do ugodnosti v podjetju (n = 93)

20. Zaradi ugodnosti, ki jih ponuja podjetje, sem bolj produktiven.	1	18	25	44	5	93	3,4	0,89
	1 %	19 %	27 %	47 %	5 %	100 %		
21. Zaradi koriščenja ugodnosti, ki jih ponuja podjetje, sem bolj sproščen.	1	11	21	51	9	93	3,6	0,86
	1 %	12 %	23 %	55 %	10 %	100 %		
22. Zaradi koriščenja ugodnosti, ki jih ponuja podjetje, imam več energije.	1	15	22	45	10	93	3,5	0,93
	1 %	16 %	24 %	48 %	11 %	100 %		
23. Zaradi koriščenja ugodnosti, ki jih ponuja podjetje, imam boljše koncentracijo za opravljanje delovnih nalog.	2	16	28	43	4	93	3,3	0,89
	2 %	17 %	30 %	46 %	4 %	100 %		
24. Koriščenje ugodnosti, ki jih ponuja podjetje, zmanjšuje možnost, da bi se pri meni v bližnji prihodnosti razvila izgorelost.	7	10	29	41	6	93	3,3	1,01
	8 %	11 %	31 %	44 %	6 %	100 %		
25. Menim, da bi moral vsak zaposleni mesečno koristiti ugodnost določeno število ur v športni dejavnosti, ki jo ponuja podjetje.	0	16	19	46	12	93	3,6	0,92
	0 %	17 %	20 %	49 %	13 %	100 %		
26. Zaradi ugodnosti v podjetju menim, da je podjetju mar zame.	0	9	16	60	8	93	3,7	0,76
	0%	10 %	17 %	65 %	9 %	100 %		
27. Zaradi ugodnosti, ki jih ponuja podjetje, težje zamenjam podjetje.	7	13	25	40	8	93	3,3	1,06
	8 %	14 %	27 %	43 %	9 %	100 %		
28. Ugodnosti v podjetju mi veliko pomenijo pri izbiri delodajalca.	3	18	26	40	6	93	3,3	0,96
	3 %	19 %	28 %	43 %	6 %	100 %		

Vir: lastno delo.

Ker me pri raziskovalnih vprašanjih 1 in 2 zanima, kako zaposleni vrednotijo ugodnosti glede na različne osebnostne značilnosti in demografske značilnosti, sem v nadaljevanju preverila še rezultate povprečij posameznih sklopov glede vrednotenja ugodnosti. Stališča anketiranih do ugodnosti v podjetju sem preverjala na podlagi 28 trditev, ki sem jih razdelila v šest sklopov. V raziskavi je sodelovalo 93 anketiranih. Prvi sklop predstavlja trditve o odnosu anketiranih do ugodnosti v podjetju. Skupna povprečna ocena znaša 3,55 in standardni odklon 0,414. Sledi mu sklop trditev glede vpliva ugodnosti na zaposlenega s skupno povprečno oceno 3,48 in standardnim odklonom 0,678. Z majhno razliko mu sledi sklop vprašanj glede vpliva ugodnosti na poklicno učinkovitost s skupno povprečno oceno

3,44 in standardnim odklonom 0,793. Po mnenju anketiranih sledi sklop vprašanj o vplivu ugodnosti na raven stresa in občutek izgorelosti s skupnim povprečjem 3,39 in standardnim odklonom 0,836. Sledi sklop trditev glede vpliva ugodnosti na odnose na delovnem mestu s skupno povprečno oceno 3,26 in standardnim odklonom 0,666. Iz tabele 2 je razvidno, da sklop vprašanj glede vpliva ugodnosti na odnose na delovnem mestu in sklop vprašanj glede vpliva ugodnosti na zasebno življenje nista dosegla maksimuma 5 pri navedenih trditvah, kar nam lahko pove, da anketirani še niso zaznali popoldne povezave med vplivom ugodnosti na odnose na delovnem mestu in na zasebno življenje. Zadnji sklop vprašanj, ki meri vpliv ugodnosti na zasebno življenje, ima skupno povprečno oceno 3,23 in standardni odklon 0,554. S tem povprečjem je najnižje ocenjena vrednost, ki naj bi vplivala na stališča zaposlenih o ugodnostih.

Tabela 2: Povprečne ocene glede vrednotenja ugodnosti v podjetju

	N	Minimum	Maksimum	Povprečje	Std. odklon
Odnos do ugodnosti v podjetju	93	2,50	5,00	3,55	0,414
Vpliv ugodnosti na zaposlenega	93	1,50	5,00	3,48	0,678
Vpliv ugodnosti na poklicno učinkovitost	93	1,00	5,00	3,44	0,793
Vpliv ugodnosti na raven stresa in občutek izgorelosti	93	1,00	5,00	3,39	0,836
Vpliv ugodnosti na odnose na delovnem mestu	93	1,60	4,60	3,26	0,666
Vpliv ugodnosti na zasebno življenje	93	1,50	4,25	3,23	0,554

Vir: lastno delo.

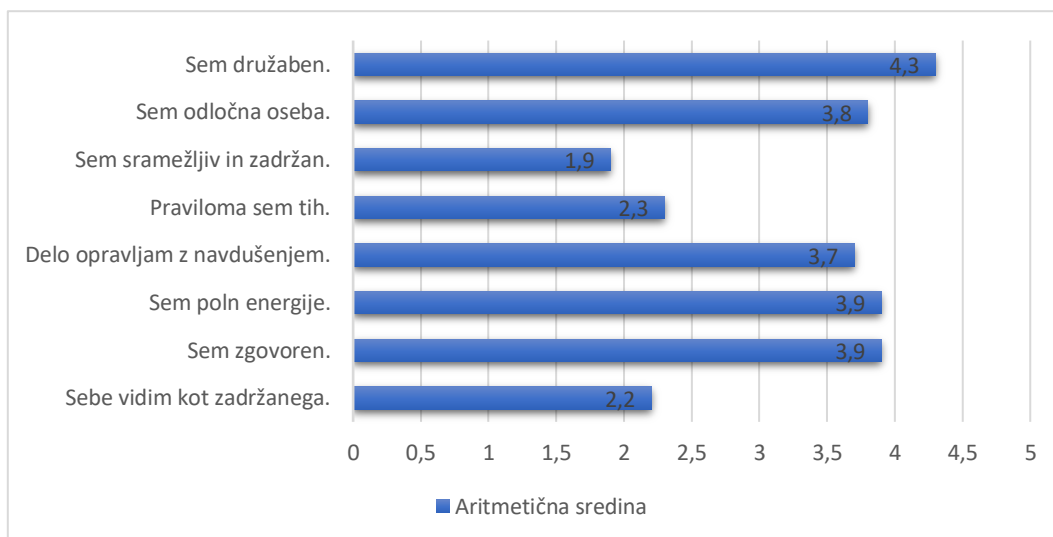
4.2.2 Osebnostne značilnosti skozi dimenzije modela velikih pet

V zadnjem delu sem preverjala osebnostne lastnosti anketirancev, ki sem jih merila s štiriinštiridesetimi trditvami. Trditve sem razdelila v pet dimenzij po modelu velikih pet: ekstravertnost, nevroticizem, vestnost, prijetnost in odprtost. Anketirancev, ki je odgovorilo na trditve osebnostnih lastnosti, je bilo 113.

Dimenzija ekstravertnost opisuje družabne, ekspresivne in energične posameznike. Aritmetična sredina anketirancev te dimenzije je 3,25. V veliki večini, to je 104 anketiranci, so se strinjali, da so družabni, 92 % se jih je opredelilo za družabne osebe. Neopredeljenih je bilo 7 anketirancev, to je 6 %. Samo 2 anketiranca (2 %) sta se opredelila za nedružabna. 83 anketirancev (73 %) se je strinjalo, da so zgovorni in polni energije, sledita jim trditvi »sem odločna oseba«, ki jo je izbralo 81 anketirancev (72 %), in »delo opravljam z navdušenjem«, ki jo je izbralo 74 anketirancev (66 %). Najmanj anketirancev se je strinjalo s trditvijo »sem sramežljiv in zadržan«, kar je glede na rezultat trditve »sem družaben« za pričakovati. Tako se je 93 anketirancev opredelilo, da niso sramežljivi in zadržani, to pa predstavlja 82 % anketirancev. Sledita trditvi »praviloma sem tih« in trditev »sebe vidim kot

zadržanega«, ki imata enak rezultat – 73 anketirancev (64 %) se namreč ni strinjalo s tema trditvama. Ostale trditve v večini predstavljajo strinjanje s trditvami, ki opisujejo osebo kot odločno, zgovorno, polno energije in navdušeno nad delom. Aritmetična sredina teh štirih je 3,83, kar predstavlja strinjanje v celoti. Dimenzijo ekstravertnosti sem merila z osmimi trditvami, ki so prikazane na sliki 11.

Slika 11: Dimenzija ekstravertnosti z aritmetičnimi sredinami



Vir: lastno delo.

Dimenzija introvertiranosti opisuje zadržane, molčeče in samostojne posameznike. Aritmetična sredina anketirancev te dimenzije je 2,80. Velika večina, to je 87 anketirancev, se je strinjala, da se znajo spopasti s stresom in da znajo delo opravljati sproščeno, 87 % se jih je opredelilo za neintrovertirane osebe. Neopredeljenih je bilo 23 anketirancev, to je 20 % anketirancev. Samo 3 anketiranci (3 %) so se opredelili kot osebe, ki se ne znajo spopadati s stresom.

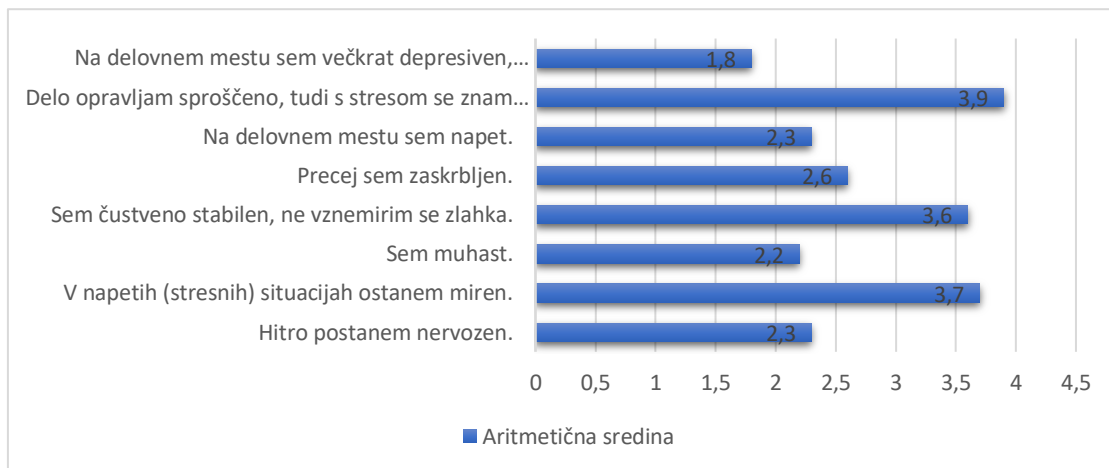
Najmanj anketirancev, to je 95, se je strinjalo s trditvijo »na delovnem mestu sem večkrat depresiven, otožen« – aritmetična sredina te trditve je 1,80, kar predstavlja 84 % anketirancev. Ostale trditve predstavljajo aritmetično sredino, nižjo od 2,50, kar pomeni, da so anketiranci bolj ekstrovertirane kot introvertirane osebe.

S trditvijo »sem muhast« se nikakor ni strinjalo 23 anketiranih, največ, kar 50 anketiranih, se s trditvijo ni strinjalo. Neopredeljenih je bilo 37 anketiranih, strinjanje je izrazilo 11 anketiranih, popolnega strinjanja pa ni izrazil nihče.

Trditvi »na delovnem mestu sem napet« in »hitro postanem nervozen« imata enako aritmetično sredino, to je $\mu = 2,3$. 19 % anketiranih se nikakor ne strinja s trditvama. 42–45 % anketiranih je izrazilo nestrinjanje. 27 % anketiranih pa je bilo neopredeljenih. 1 % anketiranih je izrazilo popolno strinjanje, strinjanje pa 8–11 % anketiranih.

S trditvami, kot so »sem čustveno stabilen, ne vznemirim se zlahka«, »v napetih (stresnih) situacijah ostanem miren« ter »delo opravljam sproščeno, tudi s stresom se znam spopasti« se v večini anketiranci strinjajo. Povprečna aritmetična sredina teh treh trditvev je $\mu = 3,7$, kar v povprečju predstavlja strinjanje zaposlenih z navedenimi trditvami. Dimenzijo introvertiranosti sem merila z osmimi trditvami, ki so prikazane na sliki 12.

Slika 12: Dimenzija introvertiranosti z aritmetičnimi sredinami



Vir: lastno delo.

Dimenzija vestnost vključuje lastnosti, ki se nanašajo na vedenjski in kognitivni nadzor nad seboj, kot so odgovornost, pozornost, previdnost, vztrajnost in redoljubnost. Aritmetična sredina anketirancev te dimenzije je $\mu = 3,22$. Anketiranci se glede na rezultat aritmetične sredine v povprečju niti ne strinjajo niti strinjajo, da so vestne osebe. Se pa po večini strinjajo, da delo opravljajo temeljito, so zanesljivi, vztrajni in učinkoviti.

S trditvijo »sem zanesljiv delavec« se popolnoma strinja večina anketiranih, to je kar 96 %, aritmetična sredina znaša 4,5 in standardni odklon je 0,6. Zanimivo je to, da anketirani znajo oceniti sebe kot zanesljivega delavca, čeprav bi to lastnost verjetno znal najbolj oceniti njihov nadrejeni. Sledi trditev »svoje delo opravljam temeljito«, ki jo je prav tako izbralo kar 93 % anektiranih.

S trditvijo »za delo si naredim načrt, ki mu sledim« se je strinjalo 62 % vprašanih, 11 % vseh se je s trditvijo popolnoma strinjalo, kar 27 % pa jih je ostalo neopredeljenih. 1 % anketiranih se s trditvijo ni strinjal, nihče pa se ni popolnoma strinjal. Povprečna ocena trditve znaša $\mu = 3,8$ in nam pove, da so zaposleni v povprečju odločeni o tem, da za delo naredijo načrt, ki mu sledijo.

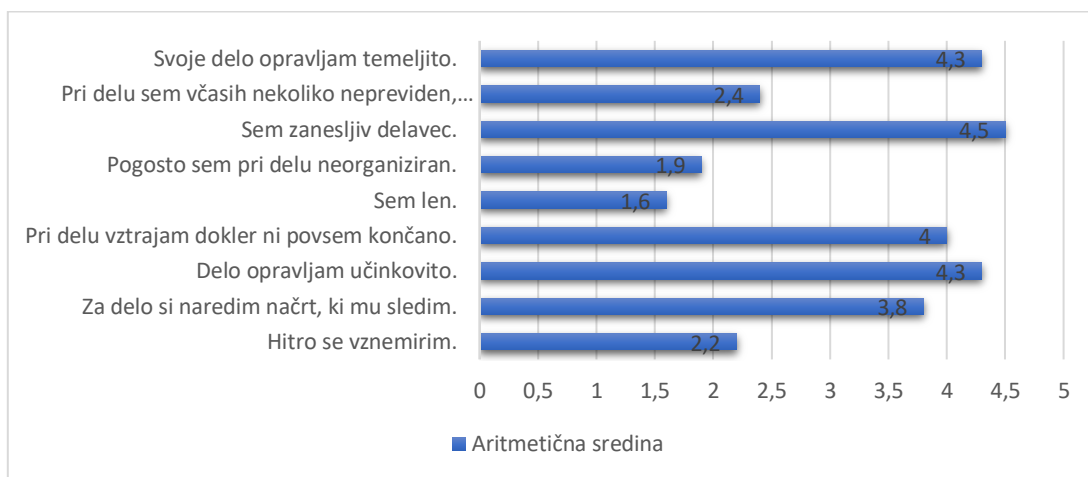
Sledi trditev »pri delu vztrajam, dokler ni povsem končano«, kjer je največ anketiranih, kar 56, odgovorilo s strinjanjem, sledi jih 32 anketirancev, ki so odgovorili s popolnim strinjanjem. Neopredeljenih pri trditvi je bilo 18 anketiranih, 7 se jih z njo ni strinjalo, nihče pa se nikakor ni strinjal. Povprečna ocena je $\mu = 4$ in nam pove, da se zaposleni v povprečju

strinjajo, da pri delu vztrajajo, dokler ni povsem končano. Naslednja trditev, pri kateri se anketirani v povprečju strinjajo, je »delo opravljam učinkovito«. Nihče ni izrazil popolnega nestrinjanja in samo 1 anketirani nestrinjanje, kar je zanemarljivo. Prav tako so neopredeljeni samo 3 anketirani. Skupno je kar 109 anketiranih izrazilo strinjanje s trditvijo (se strinjam oziroma popolnoma se strinjam). Povprečna ocena trditve je 4,3 in pomeni, da se zaposleni v povprečju strinjajo, da delajo učinkovito.

Na trditev »hitro se vznemirim« je 46 anketirancev, kar je 41 % vseh vprašanih, odgovorilo, da se ne strinjajo, sledi 28 anketirancev, ki se s trditvijo niso popolnoma strinjali. 27 vprašanih je ostalo neopredeljenih, 12 anketirancev se je s trditvijo strinjalo, nihče pa se ni popolnoma strinjal.

Naslednje trditve imajo nizko aritmetično sredino, kar pomeni, da se anketirani v povprečju ne strinjajo s trditvijo. S trditvijo »sem len« se ne strinja večina anketiranih (92 %), aritmetična sredina je 1,6 in standardni odklon 0,72. Trditev »pogosto sem pri delu neorganiziran« zavzema stališče, da se v povprečju anketirani ne strinjajo s trditvijo (83 %). Aritmetična sredina te trditve je 1,9, standardni odklon pa 0,74. Sledi še trditev »pri delu sem včasih nekoliko nepreviden, nepremišljen«. S to trditvijo se ne strinja 58 % anketiranih, med njimi je 21 takih, ki se popolnoma ne strinjajo, in 44 takih, ki se ne strinjajo. Dimenzijo vestnosti sem merila z devetimi trditvami, ki so prikazane na sliki 13.

Slika 13: Dimenzija vestnost z aritmetičnimi sredinami



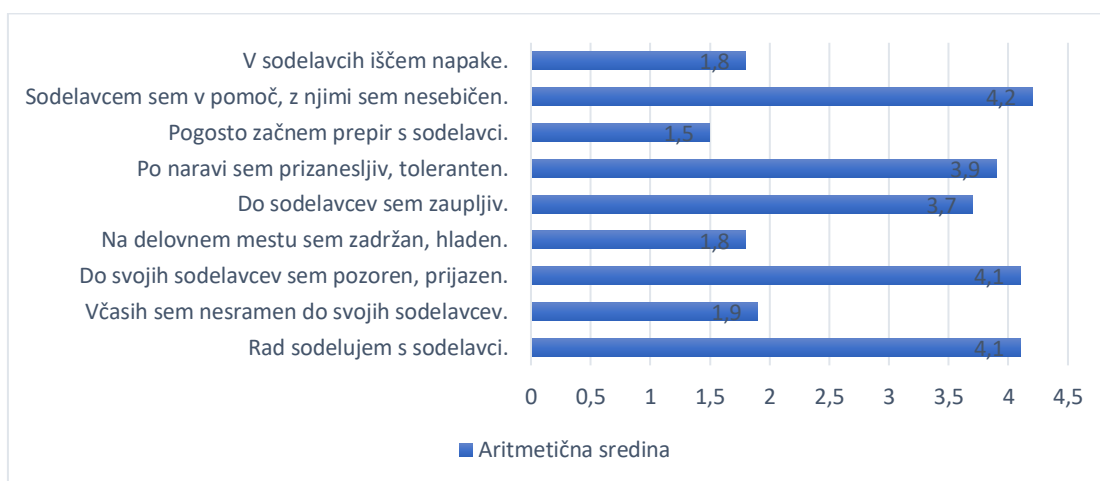
Vir: lastno delo.

Dimenzija sprejemljivost ali prijetnost je osebna lastnost, ki opisuje individualne razlike v prijetnosti, prijaznosti in ujetanju v odnosih z drugimi. Aritmetična sredina anketirancev te dimenzije je 2,99. S trditvijo »pogosto začnem prepir s sodelavci« se 72 anketiranih sploh ni strinjalo, medtem ko se z njo ni strinjalo 31 anketiranih. Opredeljenih in takih, ki se strinjajo, je bilo 10.

Pri trditvi »v sodelavcih iščem napake« in trditev »na delovnem mestu sem zadržan, hladen« je tretjina anketirancev odgovorila, da se z njo sploh ne strinjajo, in polovica anketirancev, da se ne strinjajo. Neopredeljenih je bilo v povprečju 12 % anketiranih, medtem ko se 4 % anketirancev strinja s trditvijo, da v sodelavcih iščejo napake in da so na delovnem mestu zadržani in hladni. Sledi jima trditev »včasih sem nesramen do svojih sodelavcev« s podobnimi odstotki.

Pri trditvah »rad sodelujem s sodelavci«, »do svojih delavcev sem pozoren, prijazen«, »do sodelavcev sem zaupljiv«, »po naravi sem prizanesljiv, toleranten« in »sodelavcem sem v pomoč, z njimi sem nesebičen« so anketirani v povprečju odgovorili s povprečno oceno 4, ki je dovolj visoka, da lahko ocenimo, da se v večini strinjajo, da imajo anketirani same pozitivne lastnosti dimenzije sprejemljivosti. Dimenzijo sprejemljivosti sem merila z devetimi trditvami, ki so prikazane na sliki 14.

Slika 14: Dimenzija sprejemljivosti z aritmetičnimi sredinami



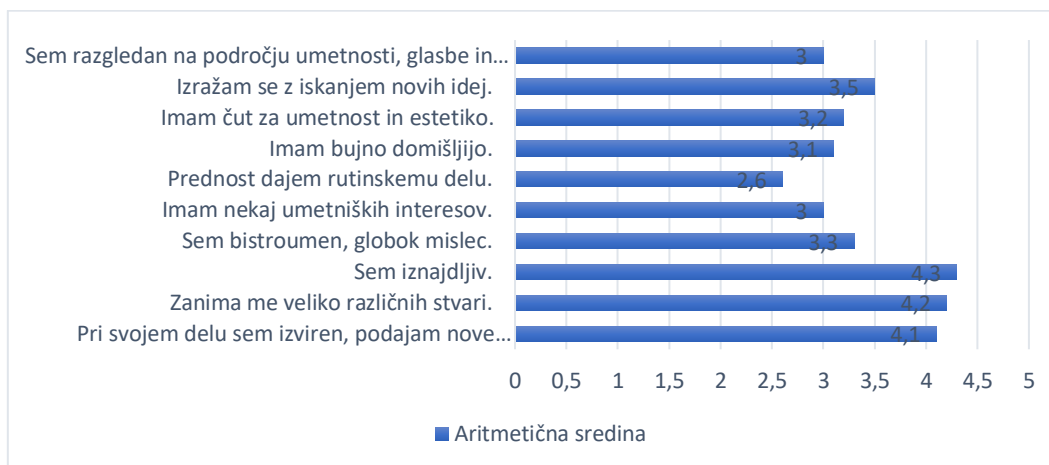
Vir: lastno delo.

Dimenzijo odprtosti sem merila z desetimi trditvami. Na trditve »pri svojem delu sem izviren, podajam nove rešitve, ideje«, »zanima me veliko različnih stvari« in »sem iznajdljiv«, je največ anketiranih, v povprečju 55 %, odgovorilo s strinjanjem, 34 % anketiranih se je s trditvijo v povprečju popolnoma strinjalo, 9 % jih je bilo v povprečju neopredeljenih, 2 % anketiranih se v povprečju s trditvami ni strinjalo, nihče pa se z njimi sploh ni strinjal. Povprečna ocena teh treh trditev je 4,2 in nam pove, da se anketirani v povprečju strinjajo s trditvijo, da so iznajdljivi, da jih zanimajo različne stvari in da so izvirni pri podajanju predlogov.

Ostale trditve predstavljajo neopredeljenost. Tako kot se strinjajo, se tudi ne strinjajo z naslednjimi trditvami: »sem bistroumen, globok mislec«, »imam nekaj umetniških interesov«, »prednost dajem rutinskemu delu«, »imam bujno domišljijo«, »imam čut za umetnost in estetiko«, »izražam se z iskanjem novih idej« in »sem razgledan na področju umetnosti, glasbe in literature«. Vse te trditve imajo v povprečju aritmetično sredino 3,2 in

standardni odklon v povprečju 1. Povprečna ocena nam pove, da se v povprečju strinjajo z zgoraj naštetimi trditvami. Dimenzija odprtosti je grafično prikazana na sliki 15.

Slika 15: Dimenzija odprtosti z aritmetičnimi sredinami



Vir: lastno delo.

Za merjenje osebnostnih lastnosti sem vzela iz raziskave po dve trditvi iz vsakega sklopa osebnosti. Za merjenje ekstravertiranosti sem izbrala trditev »sem sramežljiv in zadržan«. Trditev je imela povprečno vrednost 1,9 – na to vprašanje je kar 82 % anketiranih odgovorilo, da se ne strinjajo ali pa se sploh ne strinjajo, da so sramežljive ali zadržane osebe. Medtem ko je trditev »sem družaben« imela visoko povprečno vrednost 4,3. Kar 92 % anketiranih je odgovorilo, da se strinjajo ali popolnoma strinjajo s trditvijo, da sebe vidijo kot družabnega. Ti dve trditvi skupaj tako dokazujeta, da so v povprečju anketirani bolj ekstravertirani kot introvertirani. Prav tako povprečna vrednost introvertiranosti znaša 2,8, tako da nam že sama povprečna vrednost pove, da so anketiranci bolj ekstravertirani kot introvertirani.

Za merjenje vestnosti sem izbrala dve trditvi: »sem len« in »pogosto sem pri delu neorganiziran«. Prva trditev je imela povprečno vrednost 1,6 in druga 1,9. Več kot 83 % anketiranih se ni strinjalo ali se popolnoma ni strinjalo, da so lene in neorganizirane osebe. Visoke povprečne vrednosti so imele naslednje tri trditve: trditev »sem zanesljiv delavec« s povprečno vrednostjo 4,5, trditev »svoje delo opravljam temeljito« s povprečno vrednostjo 4,3 in trditev »delo opravljam učinkovito«, prav tako s povprečno vrednostjo 4,3. Kar 96 % vseh anketirancev je na te tri trditve odgovorilo pritrdilno, da se strinjajo ali popolnoma strinjajo s trditvami.

Za merjenje sprejemljivosti ali prijetnosti sem izbrala trditvi: »pogosto začnem prepir s sodelavci« in »v sodelavcih iščem napake«, ki imata nizko povprečno vrednost. Prva trditev ima povprečno vrednost 1,5 in druga 1,8. Na drugi strani pa imamo trditev »sodelavcem sem v pomoč, z njimi sem nesebičen« in trditev »do svojih sodelavcev sem pozoren, prijazen«,

ki imata povprečno vrednost med 4,1 in 4,2. Tako sem dobila končni rezultat, da so anketiranci pripravljene sprejemati ljudi okoli sebe, sodelovati z njimi in biti prijazni do njih.

Na koncu sem merila še odprtost anketiranih. Rezultati na podlagi vseh desetih trditev so imeli višje povprečne vrednosti, kar potrjuje, da so anketirani odprte osebe. Vse te trditve dokazujejo, da so anketiranci po osebnostnih lastnostih po večini ekstravertirani, vestni, prijetni in odprti ljudje. Anketirani po pričakovanih cenijo ugodnosti, ki jih ponujajo podjetja. Želeli bi si, da bi več podjetij nudilo širši nabor ugodnosti, saj bi se s tem zaposleni počutili varno, zadovoljno in pripadno podjetju, v katerem so zaposleni. Poleg tega menijo, da bi morale biti ugodnosti obvezno dostopne vsem zaposlenim. Na splošno pa sem ugotovila, da je nabor ugodnosti, ki jih po večini ponujajo podjetja, zelo skop. Po večini naštetih ugodnosti, ki sem jih izpostavila v raziskavi, niso na voljo v podjetjih, v katerih so naši anketirani zaposleni.

S prvim raziskovalnim vprašanjem želim ugotoviti, kako zaposleni vrednotijo ugodnosti glede na različne osebnostne lastnosti. V prejšnjem podpoglavju (4.2) so podrobno opisani povprečni rezultati posameznih trditev. Da bi ugotovila, katera osebnost prevladuje na podlagi 113 anketiranih, sem izračunala povprečno oceno vseh petih dimenzij po modelu velikih pet, ki sem jih prikazala v tabeli 3.

Tabela 3: Povprečne ocene dimenzij osebnostnih lastnosti po modelu velikih pet

	N	Minimum	Maksimum	Povprečje	Std. odklon
Odrprtost	113	2,56	4,67	3,48	0,441
Ekstravertiranost	113	2,63	4,00	3,24	0,263
Vestnost	113	2,67	4,00	3,22	0,208
Sprejemljivost	113	2,56	4,00	3,00	0,245
Introvertiranost	113	1,88	4,13	2,79	0,363

Vir: lastno delo.

V raziskavi prevladuje dimenzija odprtosti, ki ima skupno povprečno oceno desetih trditev 3,48 in nam pove, da so anketirani v povprečju bolj odprte osebe. S tem mislimo, da so iznajdljivi, jih zanimajo različne stvari, so izvirni, iščejo nove ideje in imajo bujno domišljijo. Sledi ji dimenzija ekstravertiranosti s skupno povprečno oceno osmih trditev 3,24, ki nam pove, da so osebe družabne, odločne, polne energije, zgovorne in navdušene. Skupna povprečna ocena devetih trditev dimenzije vestnosti se je z rezultatom 3,22 znašla takoj za ekstravertiranostjo. Osebe, ki predstavljajo dimenzijo vestnosti, svoje delo opravljajo temeljito, so zanesljive, vztrajne, učinkovite in sledijo svojim načrtom. Dimenzija sprejemljivosti ima skupno povprečno oceno devetih trditev 3,00, kar pomeni, da so v povprečju osebe prizanesljive, rade pomagajo, sodelujejo in zaupajo sodelavcem. Na zadnjem mestu pa imamo introvertirane osebe, ki imajo skupno povprečno oceno osmih trditev 2,79, ki nam pove, da osebe v določenih situacijah ostanejo mirne, čustveno stabilne

in se ne vznemirjajo ter delo opravljajo sproščeno. Vse našete osebnostne značilnosti posameznih dimenzij so pozitivno naravnane in nam povedo, da je večina anketiranih v naši raziskavi zadovoljnih s svojim delovnim mestom, prav tako s podjetjem, v katerem so zaposleni.

4.3 Analiza raziskovalnih vprašanj

Pred izvedbo raziskave sem postavila tri raziskovalna vprašanja, na katera sem odgovorila v nadaljevanju.

Raziskovalno vprašanje 1: Kako zaposleni vrednotijo ugodnosti glede na različne osebnostne lastnosti?

Pri prvem raziskovalnem vprašanju sem preverila razlike za vsak sklop trditev v zvezi z ugodnostmi in ugotovila, ali med skupinami oziroma dimenzijami osebnosti obstajajo razlike. Za ugotovitev, ali obstajajo razlike, sem uporabila analizo variance v programu SPSS, kjer sem preverila, ali se povprečne ocene razlikujejo med seboj. Raziskovalno vprašanje 1 sem testirala z analizo varianc ANOVA, ki preverja, ali obstajajo razlike med skupinami. Na podlagi Levenovega testa homogenosti varianc sem ugotovila, da variance niso homogene, zato sem naredila Brown-Forsythov test, ki se interpretira enako kot ANOVA. V tabeli 4 je prikazan Levenov test homogenosti varianc, ki prikazuje, da so med variancami skupin statistično pomembne razlike.

Tabela 4: Levenov test homogenosti varianc

Leveneova statistika	df1	df2	Asimp. p-vrednost
10,424	5	552	,000

Vir: lastno delo.

V tabeli 5 je prikazan rezultat analize varianc, kjer na podlagi vzorčnih podatkov s stopnjo značilnosti 0,008 lahko potrdim, da med različnimi tipi ugodnosti obstajajo statistično značilne razlike. Z mnogoterimi primerjavami preverimo, med katerimi tipi so razlike statistično značilne.

Tabela 5: Brown-Forsythov test

	Statistika	df1	df2	P-vrednost
Brown-Forsythe	3,184	5	477,186	,008

Vir: lastno delo.

ANOVA analizira variance skupin in preveri, ali se skupine v povprečju med seboj statistično razlikujejo. S to analizo izvemo, ali se tri ali več skupin med seboj razlikuje, ne vemo pa točno, med katerimi skupinami so statistične razlike. To preverimo z mnogoterimi primerjavami. Kjer je p-vrednost pod 0,05, je med parom statistično značilna razlika. V tabeli 6 opisne statistike pogledamo ravni povprečja, torej kateri tip ugodnosti ima najvišjo p-vrednost.

Tabela 6: Mnogotere primerjave

(I) Skupina		Razlika povprečij (I-J)	Std. Napaka	Asimp. p-vrednost	95% interval zaupanja	
					Nizki	Visoki
Odnos do ugodnosti v podjetju	Vpliv ugodnosti na odnose na delovnem mestu	.28925*	0,099	,003	0,096	0,483
	Vpliv ugodnosti na zasebno življenje	.31989*	0,099	,001	0,126	0,513
	Vpliv ugodnosti na poklicno učinkovitost	0,113	0,099	,252	-0,081	0,306
	Vpliv ugodnosti na raven stresa in občutek izgorelosti	0,167	0,099	,091	-0,027	0,360
	Vpliv ugodnosti na zaposlenega	0,075	0,099	,445	-0,118	0,269
Vpliv ugodnosti na odnose na delovnem mestu	Odnos do ugodnosti v podjetju	-.28925*	0,099	,003	-0,483	-0,096
	Vpliv ugodnosti na zasebno življenje	0,031	0,099	,756	-0,163	0,224
	Vpliv ugodnosti na poklicno učinkovitost	-0,176	0,099	,074	-0,370	0,017
	Vpliv ugodnosti na raven stresa in občutek izgorelosti	-0,123	0,099	,214	-0,316	0,071
	Vpliv ugodnosti na zaposlenega	-.21398*	0,099	,030	-0,408	-0,020
Vpliv ugodnosti na zasebno življenje	Odnos do ugodnosti v podjetju	-.31989*	0,099	,001	-0,513	-0,126
	Vpliv ugodnosti na odnose na delovnem mestu	-0,031	0,099	,756	-0,224	0,163
	Vpliv ugodnosti na poklicno učinkovitost	-.20699*	0,099	,036	-0,401	-0,013
	Vpliv ugodnosti na raven stresa in občutek izgorelosti	-0,153	0,099	,121	-0,347	0,040
	Vpliv ugodnosti na zaposlenega	-.24462*	0,099	,013	-0,438	-0,051
Vpliv ugodnosti na poklicno učinkovitost	Odnos do ugodnosti v podjetju	-0,113	0,099	,252	-0,306	0,081
	Vpliv ugodnosti na odnose na delovnem mestu	0,176	0,099	,074	-0,017	0,370
	Vpliv ugodnosti na zasebno življenje	.20699*	0,099	,036	0,013	0,401
	Vpliv ugodnosti na raven stresa in občutek izgorelosti	0,054	0,099	,586	-0,140	0,247
	Vpliv ugodnosti na zaposlenega	-0,038	0,099	,703	-0,231	0,156

se nadaljuje

Tabela 6: Mnogotere primerjave (nad.)

Vpliv ugodnosti na raven stresa in občutek izgorelosti	Odnos do ugodnosti v podjetju	-0,167	0,099	,091	-0,360	0,027
	Vpliv ugodnosti na odnose na delovnem mestu	0,123	0,099	,214	-0,071	0,316
	Vpliv ugodnosti na zasebno življenje	0,153	0,099	,121	-0,040	0,347
	Vpliv ugodnosti na poklicno učinkovitost	-0,054	0,099	,586	-0,247	0,140
	Vpliv ugodnosti na zaposlenega	-0,091	0,099	,354	-0,285	0,102
Vpliv ugodnosti na zaposlenega	Odnos do ugodnosti v podjetju	-0,075	0,099	,445	-0,269	0,118
	Vpliv ugodnosti na odnose na delovnem mestu	.21398*	0,099	,030	0,020	0,408
	Vpliv ugodnosti na zasebno življenje	.24462*	0,099	,013	0,051	0,438
	Vpliv ugodnosti na poklicno učinkovitost	0,038	0,099	,703	-0,156	0,231
	Vpliv ugodnosti na raven stresa in občutek izgorelosti	0,091	0,099	,354	-0,102	0,285

Vir: lastno delo.

Raziskovalno vprašanje 2: Kako zaposleni vrednotijo ugodnosti glede na različne demografske značilnosti?

Pri drugem raziskovalnem vprašanju želim preveriti, ali obstajajo razlike glede na spol in starost anketirancev. Uporabila sem t-test (analizo varianc med dvema neodvisnima skupinama), s katerim lahko preverim, ali je povprečna ocena vpliva ugodnosti pri moških različna od povprečne ocene vpliva ugodnosti pri ženskah. Razvidno je, da je povprečna ocena trditev glede ugodnosti v zvezi z odnosi do ugodnosti v podjetju, vpliva ugodnosti na odnose na delovnem mestu, vpliva ugodnosti na zasebno življenje in vpliva ugodnosti na zaposlenega pri ženskah nekoliko višja kot pri moških. Rezultat je obraten pri sklopih trditev glede vpliva ugodnosti na poklicno učinkovitost in pri vplivu ugodnosti na raven stresa in občutek izgorelosti. Tukaj je povprečna ocena višja pri moških. Analiza nam je pokazala tudi, da so vrednosti znotraj anketiranih žensk bolj razpršene (višji standardni odklon) kot pri moških. Izjema je pri sklopu vprašanj o odnosu do ugodnosti v podjetju, kjer je večja razpršenost znotraj anketiranih moških. V spodnji tabeli 7 so predstavljene skupinske statistike.

Tabela 7: Skupinske statistike glede na spol

Spol	N	Povprečje	Standardni odklon	Napaka povprečja

se nadaljuje

Tabela 7: Skupinske statistike glede na spol (nad.)

Odnos do ugodnosti v podjetju	Moški	30	3,53	0,422	0,077
	Ženski	63	3,57	0,413	0,052
Vpliv ugodnosti na odnose na delovnem mestu	Moški	30	3,12	0,640	0,117
	Ženski	63	3,33	0,672	0,085
Vpliv ugodnosti na zasebno življenje	Moški	30	3,19	0,414	0,076
	Ženski	63	3,25	0,612	0,077
Vpliv ugodnosti na poklicno učinkovitost	Moški	30	3,51	0,736	0,134
	Ženski	63	3,41	0,822	0,104
Vpliv ugodnosti na raven stresa in občutek izgorelosti	Moški	30	3,40	0,790	0,144
	Ženski	63	3,38	0,863	0,109
Vpliv ugodnosti na zaposlenega	Moški	30	3,42	0,506	0,092
	Ženski	63	3,51	0,749	0,094

Vir: lastno delo.

Z Levenovim testom preverimo enakost ali neenakost varianc. Iz tabele 8 lahko razberemo, da je stopnja značilnosti (F-testa) pri vseh sklopih trditev o ugodnostih večja od 0,05 ($p > 0,05$), in predpostavljamo, da je prisotna enakost med variancama. Zaradi predpostavke, da obstaja enakost varianc, znaša stopnja značilnosti t-testa tudi nad 0,05 ($p > 0,05$), zato o statistično značilnih razlikah glede na spol ne moremo govoriti. Oba spola imata enako stališče do ugodnosti v podjetju. Čeprav skupinska statistika prikazuje razliko v povprečnih ocenah med spoloma, t-test predvideva, da so te razlike lahko posledica slučajnih vplivov, kar pomeni, da med spoloma ni značilnih razlik.

Tabela 8: T-test enakosti povprečnih ocen

	Levenov test za enakost varianc		t-test za enakost povprečij						
	F	p-vrednost	t	df	Asimp. p-vrednost (2-stranska)	Razlika v povprečjih	Napačnost v povprečjih	95% interval zaupanja	
								Nizki	Visoki

se nadaljuje

Tabela 8: T-test enakosti povprečnih ocen (nad.)

Odnos do ugodnosti v podjetju	Predpostavljene so enake variance	,047	,829	-,460	91	,647	-0,042	0,092	-0,226	0,141
	Enake variance niso predpostavljene			-,456	56,044	,650	-0,042	0,093	-0,229	0,144
Vpliv ugodnosti na odnose na delovnem mestu	Predpostavljene so enake variance	,310	,579	-1,453	91	,150	-0,213	0,147	-0,505	0,078
	Enake variance niso predpostavljene			-1,478	59,721	,145	-0,213	0,144	-0,502	0,075
Vpliv ugodnosti na zasebno življenje	Predpostavljene so enake variance	4,141	,045	-,505	91	,615	-0,062	0,123	-0,307	0,183
	Enake variance niso predpostavljene			-,578	80,172	,565	-0,062	0,108	-0,277	0,152
Vpliv ugodnosti na poklicno učinkovitost	Predpostavljene so enake variance	,726	,396	,588	91	,558	0,104	0,176	-0,247	0,454
	Enake variance niso predpostavljene			,611	63,217	,543	0,104	0,170	-0,235	0,443
Vpliv ugodnosti na raven stresa in občutek izgorelosti	Predpostavljene so enake variance	,233	,631	,102	91	,919	0,019	0,186	-0,351	0,389
	Enake variance niso predpostavljene			,105	61,990	,916	0,019	0,181	-0,342	0,380
Vpliv ugodnosti na zaposlenega	Predpostavljene so enake variance	5,611	,020	-,604	91	,547	-0,091	0,151	-0,391	0,209
	Enake variance niso predpostavljene			-,692	80,235	,491	-0,091	0,132	-0,354	0,171

Vir: lastno delo.

Poleg spola sem preverila tudi, ali na vrednotenje ugodnosti vpliva starost anketiranih. Izračunala sem povprečne vrednosti starostnih kategorij in njihov standardni odklon, ki so prikazane v tabeli 9.

Tabela 9: Opisna statistika – starost

		N	Povprečje	Std. odklon	Std. napaka	95% interval zaupanja		Minimum	Maksimum
						Nizki	Visoki		
Odnos do ugodnosti v podjetju	Do 30 let	12	3,59	0,297	0,086	3,405	3,783	3,25	4,13
	Od 31 do 40 let	57	3,58	0,437	0,058	3,465	3,697	2,50	5,00
	Od 41 do 50 let	16	3,46	0,474	0,118	3,209	3,713	2,63	4,38
	Več kot 51 let	8	3,48	0,271	0,096	3,258	3,711	3,25	4,00
	Skupaj	93	3,55	0,414	0,043	3,468	3,639	2,50	5,00
se nadaljujeVpliv ugodnosti na odnose na delovnem mestu	Do 30 let	12	3,18	0,471	0,136	2,884	3,482	2,00	3,80
	Od 31 do 40 let	57	3,28	0,725	0,096	3,092	3,477	1,60	4,60
	Od 41 do 50 let	16	3,34	0,696	0,174	2,967	3,708	2,00	4,20
	Več kot 51 let	8	3,10	0,428	0,151	2,743	3,457	2,40	3,60
	Skupaj	93	3,26	0,666	0,069	3,127	3,402	1,60	4,60
Vpliv ugodnosti na zasebno življenje	Do 30 let	12	3,40	0,470	0,136	3,097	3,695	2,50	4,00
	Od 31 do 40 let	57	3,21	0,609	0,081	3,045	3,368	1,50	4,25
	Od 41 do 50 let	16	3,16	0,482	0,120	2,899	3,413	2,50	4,00
	Več kot 51 let	8	3,34	0,376	0,133	3,029	3,658	3,00	4,00
	Skupaj	93	3,23	0,554	0,057	3,120	3,348	1,50	4,25
Vpliv ugodnosti na poklicno učinkovitost	Do 30 let	12	3,69	0,745	0,215	3,221	4,168	2,33	4,67
	Od 31 do 40 let	57	3,39	0,836	0,111	3,170	3,614	1,00	5,00
	Od 41 do 50 let	16	3,38	0,815	0,204	2,941	3,809	2,00	4,33
	Več kot 51 let	8	3,54	0,469	0,166	3,149	3,934	3,00	4,33
	Skupaj	93	3,44	0,793	0,082	3,278	3,604	1,00	5,00

se nadaljuje

Tabela 9: Opisna statistika – starost (nad.)

Vpliv ugodnosti na raven stresa in občutek izgorelosti	Do 30 let	1 2	3,50	1,010	0,292	2,858	4,142	1,33	5,00
	Od 31 do 40 let	5 7	3,36	0,842	0,112	3,133	3,580	1,00	5,00
	Od 41 do 50 let	1 6	3,33	0,878	0,219	2,866	3,801	1,67	4,67
	Več kot 51 let	8	3,54	0,434	0,153	3,179	3,905	3,00	4,00
	Skupaj	9 3	3,39	0,836	0,087	3,215	3,559	1,00	5,00
Vpliv ugodnosti na zaposlenega	Do 30 let	1 2	3,38	0,559	0,161	3,020	3,730	2,25	4,25
	Od 31 do 40 let	5 7	3,50	0,630	0,083	3,333	3,667	2,00	5,00
	Od 41 do 50 let	1 6	3,30	0,895	0,224	2,820	3,774	1,50	4,50
	Več kot 51 let	8	3,84	0,640	0,226	3,309	4,379	3,25	5,00
	Skupaj	9 3	3,48	0,678	0,070	3,339	3,618	1,50	5,00

Vir: lastno delo.

Za izračun ANOVE je homogenost varianc pogoj. Tako sem, da bi ugotovila, ali obstajajo statistično značilne razlike glede starosti, uporabila Levenov test homogenosti varianc, ki mi je povedal, da so variance homogene, kar pomeni, da med variancami skupin ni statistično pomembnih razlik. Ker so variance homogene, lahko izračunamo ANOVO. Stališča zaposlenih do ugodnosti sem razdelila v šest sklopov. Prvi sklop trditev je odnos do ugodnosti v podjetju, drugi sklop trditev je vpliv ugodnosti na odnose na delovnem mestu, tretji sklop trditev je vpliv ugodnosti na zasebno življenje, četrti sklop trditev je vpliv ugodnosti na poklicno učinkovitost, peti sklop trditev je vpliv ugodnosti na raven stresa in občutek izgorelosti in zadnji, šesti sklop trditev se navezuje na vpliv ugodnosti na zaposlenega. V tabeli 10 so prikazane vrednosti homogenosti varianc.

Tabela 10: Levenov test homogenosti varianc

	Leveneova statistika	df1	df2	Asimp. p-vrednost
Odnos do ugodnosti v podjetju	1,105	3	89	,351
Vpliv ugodnosti na odnose na delovnem mestu	2,034	3	89	,115
Vpliv ugodnosti na zasebno življenje	,888	3	89	,450
Vpliv ugodnosti na poklicno učinkovitost	1,303	3	89	,279
Vpliv ugodnosti na raven stresa in občutek izgorelosti	1,158	3	89	,330
Vpliv ugodnosti na zaposlenega	2,035	3	89	,115

Vir: lastno delo.

Z analizo varianc ANOVA, ki preverja, ali obstajajo razlike med skupinami, sem ugotovila, da ne morem trditi, da obstajajo statistično značilne razlike glede na starost, ker so p-vrednosti nad 0,05. V tabeli 11 so prikazane vrednosti analize varianc ANOVA.

Tabela 11: Anova –starost

	Vsota kvadratov	df	Povprečje kvadratov	F	Asimp. p-vrednost
Odnos do ugodnosti v podjetju	,238	3	,079	,454	,715
Vpliv ugodnosti na odnose na delovnem mestu	,403	3	,134	,296	,828
Vpliv ugodnosti na zasebno življenje	,552	3	,184	,591	,622
Vpliv ugodnosti na poklicno učinkovitost	1,059	3	,353	,554	,647
Vpliv ugodnosti na raven stresa in občutek izgorelosti	,443	3	,148	,206	,892
Vpliv ugodnosti na zaposlenega	1,750	3	,583	1,279	,286

Vir: lastno delo.

Raziskovalno vprašanje 3: Kako zaposleni vrednotijo ugodnosti v primerjavi s plačo?

Tukaj sem želela spodbuditi anketirance, da razmislijo, ali so jim katere od naštetih ugodnosti pomembne in bi na račun le-teh sprejeli nižjo plačo. Sklop je sestavljen iz osmih ugodnosti v podjetju, pri čemer so anketiranci ocenili stopnjo pomembnosti na 5-stopenjski Likertovi lestvici, in sicer od sploh mi ni pomembno, mi ni pomembno, niti mi ni pomembno niti mi je pomembno, mi je pomembno do zelo mi je pomembno. Na ta sklop vprašanj je odgovorilo 113 anketirancev.

Izkazalo se je, da jim ugodnost financiranja ter uporaba mobilne naprave in službenega vozila na račun nižje plače nista pomembna. Financiranje mobilne naprave je doseglo aritmetično sredino $\mu = 2,5$ in standardni odklon $\sigma = 1,22$, medtem ko je službeno vozilo doseglo aritmetično sredino $\mu = 2,8$ in standardni odklon $\sigma = 1,23$. Najpomembnejše se anketirancem zdi ($\mu = 3,5$), da imajo možnost koriščenja ugodnosti pri dodatnem zdravstvenem zavarovanju ($\sigma = 1,17$) in dodatnem pokojninskem zavarovanju ($\sigma = 1,12$). Za to trditev se je zavzelo več kot 60 % anketiranih oziroma več kot 70 zaposlenih na različnih položajih. Ostale ugodnosti jim niti so pomembne niti jim niso pomembne. Podatki nam povedo, da so se anketiranci, povprečno gledano, najbolj strinjali s trditvijo, da jim zdravstveno in pokojninsko zavarovanje predstavlja največjo korist. Stroške zavarovanj anketiranci cenijo zaradi boljše kakovosti življenja in boljše prihodnosti. Zavzemajo se tudi za športne aktivnosti, saj je trditev dosegla aritmetično sredino $\mu = 3,4$ in standardni odklon $\sigma = 0,95$. Športne aktivnosti so pomembne 59 anketiranim, kar predstavlja 52 % vseh, ki so izpolnili vprašalnik. Po pomembnosti jim sledi ugodnost lastnega parkirnega mesta ($\mu = 3,4$ in $\sigma = 1,3$), ki jo je izbralo 65 anketiranih (57 %), ter dnevno svežega sadja in napitkov na delovnem mestu ($\mu = 3,4$ in $\sigma = 1,12$), ki jo je izbralo 63 anketiranih (56 %). Anketiranci pa se niso znali opredeliti glede tečajev tujih jezikov ($\mu = 3,1$ in $\sigma = 1,09$). V tem sklopu sem

tako ugotovila, da jim je zdravje najpomembnejše in bi se na račun nižje plače zaposlili v takšnem podjetju oziroma bi sprejeli nižjo plačo, če bi imeli poleg zdravstvenih ugodnosti tudi športne aktivnosti brezplačne. V tabeli 12 so prikazani rezultati anketirancev glede ugodnosti v podjetju, ki so zaposlenemu pomembne.

Tabela 12: Pomembnost določenih ugodnosti v podjetju v primerjavi z nižjo plačo (n = 113)

Ali so vam spodaj naštetih ugodnosti pomembne in bi jih sprejeli na račun nižje plače?								
	Odgovori (f%)						Povp rečje	Std. odklon
	Sploh mi ni pomemb no	Mi ni pomemb no	Niti mi ni pomembno niti mi je pomembno	Mi je pomemb no	Zelo mi je pome mbno	Skupaj		
1. Financiranje in uporaba mobilne naprave in naročnine	31	29	25	23	5	113	2,5	1,22
	27%	26%	22%	20%	4%	100%		
2. Dodatno zdravstveno zavarovanje.	11	12	20	53	17	113	3,5	1,17
	10%	11%	18%	47%	15%	100%		
3. Dodatno pokojninsko zavarovanje.	7	16	19	52	19	113	3,5	1,12
	6%	14%	17%	46%	17%	100%		
4. Tečaji tujih jezikov	10	26	30	40	7	113	3,1	1,09
	9%	23%	27%	35%	6%	100%		
5. Službeno vozilo	18	36	24	24	11	113	2,8	1,23
	16%	32%	21%	21%	10%	100%		
6. Parkirno mesto.	14	15	19	41	24	113	3,4	1,3
	12%	13%	17%	36%	21%	100%		
7. Športne aktivnosti	4	14	36	48	11	113	3,4	0,95
	4%	12%	32%	42%	10%	100%		
8. Sveže sadje in napitki na delovnem mestu.	7	18	25	46	17	113	3,4	1,12
	6%	16%	22%	41%	15%	100%		

Vir: lastno delo.

5 DISKUSIJA

5.1 Povzetek rezultatov

Raziskavo o stališčih zaposlenih z različnimi osebnostnimi lastnostmi sem izvedla z anketnim vprašalnikom, s katerim sem želela odgovoriti na tri raziskovalna vprašanja v zvezi z ugodnostmi v podjetju. Z raziskavo naključno izbranih zaposlenih v Sloveniji želim na podlagi teoretičnih izhodišč prikazati, da je za uspešno poslovanje podjetja in zadovoljstvo zaposlenih ponujanje ugodnosti zaposlenim v podjetju ključnega pomena. Zadovoljni in motivirani zaposleni so dragoceno premoženje za katero koli podjetje. Na področju ravnanja z ljudmi je pomembnost zadovoljstva zaposlenih pri delu izjemnega pomena. Podjetja zato

oblikujejo številne politike nagrajevanja, da bi motivirala svoje zaposlene in jih hkrati tudi zadržala v podjetju.

Vsak posameznik ima različne osebnostne lastnosti in želje, vendar se z nagrajevanjem zaposlenih za njihovo zavzetost in pripadnost podjetju lahko v podjetju ustvari dobro vzdušje. Zadrževanje dobrih kadrov je ključnega pomena, da podjetja ne zapustijo in s tem ogrozijo njegove uspešnosti in učinkovitosti.

V tabeli 13 sem predstavila ključne ugotovitve raziskave glede vrednotenja ugodnosti v podjetju. V raziskavi sem ugotovila, da prevladuje odprtost, osebnostna dimenzija, za katero je značilna pripravljenost na preizkušanje novih stvari, te osebe uživajo v umetniških in kulturnih izkušnjah, obiskujejo umetniške galerije, muzeje, gledališča, poslušajo glasbo in potujejo na različne destinacije. Te osebe so bolj odprte za neznane kulture in navade ter so vedno polne idej. Prav tako v raziskavi nisem ugotovila razlik med stališči glede na spol in starost anketirancev. Ugotovila pa sem, da med različnimi sklopi ugodnosti obstaja statistično značilna razlika.

Tabela 13: Ključne ugotovitve na raziskovalna vprašanja

Raziskovalna vprašanja	Ključne ugotovitve
RV1: Kako zaposleni vrednotijo ugodnosti glede na različne osebnostne lastnosti?	<ul style="list-style-type: none"> • Osebnost, ki prevladuje, je odprtost. • Variance niso homogene. • P-vrednost je pod 0,05, zato med različnimi tipi ugodnosti obstajajo statistično značilne razlike.
RV2: Kako zaposleni vrednotijo ugodnosti glede na različne demografske značilnosti?	<ul style="list-style-type: none"> • Variance so homogene, zato med variancami skupin ni statistično pomembnih razlik. • O statistično značilnih razlikah glede na spol in starost ne moremo govoriti.
RV3: Kako zaposleni vrednotijo ugodnosti v primerjavi s plačo?	<ul style="list-style-type: none"> • Višja plača je zaposlenemu pomembnejša kot širok nabor ugodnosti. • Najpomembnejše so jim zdravstvene ugodnosti, saj jim prinašajo največjo korist.

Vir: lastno delo.

Glede na demografske podatke sem ugotovila, da je večina naših anketirancev zaposlenih v osrednjeslovenski regiji – kar 60 % vseh anketiranih. Zato lahko rezultate raziskave posplošujemo bolj na osrednjeslovensko regijo. Predvidevam, da je tudi ta regija najbolj razvita regija v smislu, da nudi večji nabor ugodnosti kot podjetja v drugih regijah. Največ anketiranih je visoko izobraženih in živijo v partnerskem razmerju z vsaj enim otrokom. V veliki večini je na anketo odgovorilo več žensk kot moških, zato lahko povzamem, da je moj vzorec temeljil na ženskah, ki so visoko izobražene, z vsaj enim otrokom, starih od 31 do 40 let, ki opravljajo pisarniško delo v večjem podjetju že vsaj 5 let.

Tretje raziskovalno vprašanje predpostavlja, da zaposleni še vedno raje izberejo višjo plačo kot pa večji nabor ugodnosti v podjetju. Če zaposleni ne vedo, kakšne ugodnosti jim lahko podjetje nudi, bodo zagotovo raje izbrali višjo plačo. Za zdaj še zelo malo podjetij v Sloveniji nudi določene ugodnosti, ki jih zaposleni lahko koristi v okviru delovnega časa ali pa v popoldanskem času. V primeru, da podjetje ponuja nabor ugodnosti, jih običajno zaposleni še ne znajo pravilno vrednotiti oziroma se ne zavedajo, da so te ugodnosti redke v ostalih podjetjih.

5.2 Priporočila za prakso

Na podlagi znanstvene literature in pridobljenih rezultatov empirične raziskave v nadaljevanju navajam nekaj priporočil, ki jih lahko podjetja uporabijo za pridobivanje in zadrževanje zaposlenih, saj si le s tem lahko zagotovijo dober in uspešen kader. To pa je ključnega pomena za uspešnost podjetja. Na drugi strani pa ne smemo pozabiti na zaposlene. Tudi zaposleni morajo pri sebi ovrednotiti določeno ugodnost, ki jo podjetje ponuja – ali jim ta ugodnost koristi, jih motivira in zadržuje v podjetju, v katerem so zaposleni.

Na podlagi rezultatov podjetjem predlagam, da nudijo svojim zaposlenim ugodnosti, ki jih bodo znali ovrednotiti in jim bodo pomembne pri sprejemanju odločitev. Širok nabor ugodnosti navzven daje večjo vrednost podjetju.

Raziskava prispeva k boljšemu ovrednotenju ugodnosti, ki jih ponujajo podjetja svojim zaposlenim na območju Slovenije. Podjetja lahko na podlagi raziskave dobijo boljši vpogled v želje in tiste pomembne kategorije ugodnosti, ki jih zaposleni znajo ceniti. Raziskava usmerja podjetja, da omogočijo zaposlenim tisto, ki jim prinaša korist. Predvsem bi rada izpostavila, da zaposleni še ne zaznavajo ugodnosti v podjetju v dovolj veliki meri, da bi jim predstavljale koristi, zato predlagam da se v nadaljnjih raziskavah poskuša spodbuditi zaposlene k vrednotenju in zavedanju posameznih ugodnosti. Postaviti jim je treba vprašanja, ki bi jim predstavljala dilemo izbire. Naj ugodnosti ne vzamejo za samoumevne in jih začnejo ceniti šele, ko jih nimajo več možnosti koristiti.

5.3 Omejitve raziskave in prihodnje raziskovanje

Raziskava ima lahko, kot tudi druge empirične raziskave, svoje omejitve, ki vplivajo na končni rezultat. Anketa je bila izvedena elektronsko, zaradi česar je lahko prišlo do napačnega razumevanja vprašanj.

To raziskavo sem omejila samo na slovenska podjetja, zato rezultati odražajo stanje v Sloveniji in jih ne morem primerjati z drugimi državami. Zaradi metode anketiranja snežne kepe sem dobila vzorec anketirancev, ki so si med seboj zelo podobni. Tudi ne morem sploševati, da rezultati veljajo za celotno populacijo, saj sem anketo izvajala v kratkem časovnem obdobju in sem posledično pridobila manjše število anketirancev, zato lahko rečem, da sem samo sklepala, da ti rezultati veljajo na splošno. Večina vprašanj je temeljila na osebnem mnenju anketirancev, kar lahko privede do tega, da so rezultati boljši, kot bi bili

dejanski, in lahko samo predvidevam, da so bili anketiranci pri reševanju anketnega vprašalnika odkriti.

Raziskavo bi lahko nadgradila tudi s sodelovanjem posameznega podjetja, ki nudi širok nabor ugodnosti zaposlenih, da bi preverila koristi in vrednotenje ugodnosti njihovih zaposlenih. Tako bi lahko primerjala tudi rezultate te raziskave z rezultati dejanskega primera nekega podjetja v Sloveniji.

SKLEP

V magistrskem delu sem proučevala stališča zaposlenih do ugodnosti v podjetjih, v katerih so zaposleni. V uvodnem delu sem si zastavila tri raziskovalna vprašanja, na podlagi katerih sem v praktičnem delu preverjali stališča zaposlenih do ugodnosti v podjetju. Pregledala sem domačo in tujo literaturo v zvezi z ugodnostmi v podjetju in tem, kako te ugodnosti vplivajo na zaposlene.

V empiričnem delu sem z anketnim vprašalnikom preverjala tri raziskovalna vprašanja. V raziskavo sem vključila osebe, ki so zaposlene v podjetjih po Sloveniji. Na podlagi dovolj velikega vzorca sem ugotovila, da so ugodnosti v podjetju izrednega pomena in da jih v veliki meri zaposleni cenijo. Podjetja se začenjajo zavedati, da so ugodnosti način nadenarnega nagrajevanja, ki je v organizacijah vedno bolj razširjen. Posledično bodo zaposleni zaupali podjetju, se počutili varne in premislili, preden bodo zamenjali podjetje za tisto, ki bo zaposlenemu nudilo manj ugodnosti. Raziskava je tudi pokazala, da je še veliko prostora za razširitev nabora ugodnosti v podjetjih. V veliki večini se je namreč izkazalo, da na splošno podjetja še vedno ponujajo standardne nadenarne nagrade, kot so nekatere športne aktivnosti, »teambuildinge« in darilo ob rojstvu. Ostale ugodnosti, ki sem jih v raziskavi naštevala, zaposleni lahko koristijo samo v nekaterih izbranih podjetjih. Zanimiv podatek, ki sem ga dobila v raziskavi, je bil ta, da se je po veliki večini v podjetjih izpostavila ugodnost fleksibilnega delovnega časa. Ocenjujem, da je to posledica epidemije COVIDA-19, saj je morala večina podjetij delo iz pisarn preusmeriti na delo od doma. S tem je zaposleni pridobil pravico do koriščenja fleksibilnega delovnega časa, ki ga je prilagajal glede na svoje zmožnosti in potrebe podjetja.

Zaposleni, ki imajo občutek varnosti in jih podjetje ceni, so bolj produktivni in prinašajo podjetju večji dobiček. Hkrati je skrb podjetja za fizično in psihično zdravje zaposlenih pomembna za ohranitev dobrega, izkušenega kadra in za privabljanje novega kadra.

Na podlagi dobljenih rezultatov magistrskega dela lahko podjetja preverijo, kakšna so stališča zaposlenih glede na njihove demografske in njihove osebnostne značilnosti. Na koncu magistrskega dela lahko potrdim dejstvo, da zaposleni cenijo ugodnosti, ki jih nudijo podjetja, in jih tudi koristijo. Ne zavedajo pa se še, da širši nabor ugodnosti pozitivno vpliva na odnose med zaposlenimi, raven stresa zaposlenih in družinske odnose. Tega trenutno še

nisem zaznala, vendar verjamem, da se bo to v prihodnosti spremenilo – takrat, ko bodo podjetja za kader tekmovala na način, kdo ponudi zaposlenemu več ugodnosti.

LITERATURA IN VIRI

1. Belyh, A. (2019, 24. september). *14 of the Most Popular Employee Perks – Job Perks Employees Love more than a Salary Raise*. Pridobljeno 19. novembra 2020 iz <https://www.cleverism.com/14-popular-employee-perks-employees-love/>
2. Brečko, D. (1998). *Kako se odrasli spreminjamo? : socialna komunikacija in osebni razvoj*. Radovljica: Didakta.
3. Cain, A. (2017, 7. december). *The 11 coolest perks at Facebook, the best place to work in America* [objava na blogu]. Pridobljeno 20. septembra 2021 iz <https://www.businessinsider.com.au/facebook-employee-perks-benefits-2017-11>
4. Dovžan, H. (2014). *Z znanjem do delovne uspešnosti*. Ljubljana: GV založba.
5. Družbeni medij. (brez datuma). *Six most crazy company perks*. Pridobljeno 10. februarja 2021 iz <https://drprem.com/guide/six-most-crazy-company-perks/>
6. Družbeni medij. (brez datuma). *Five-factor-model-big-five-personality*. Pridobljeno 10. februarja 2021 iz <https://www.psychologistworld.com/personality/five-factor-model-big-five-personality>
7. Earle, H. A. (2003). Building a workplace of choice: Using the work environment to attract and retain top talent. *Journal of facilities management*, 2(3), 244–257.
8. Fractl HQ (2020, 10. junij). *Employee Benefits Study: The Cost and Value of Employee Perks*. Pridobljeno 15. novembra 2020 iz <https://www.fractl.com/employee-benefits-study/>
9. Geldenhuys, M. & Peral, S. L. (2020). The indirect relationship between personality and performance through job crafting behaviour. *SA Journal of Industrial Psychology*, 46(1), 1–12.
10. GEN-I d.o.o.. (brez datuma). *Vsakdanjik na GEN-I*. Pridobljeno 10. septembra 2021 iz <https://gen-i.si/o-gen-i/zaposlovanje/vsakdanjik-na-gen-i/>
11. Gillett, R. (2017, 7. december). *7 reasons Facebook is the best place to work in America and no other company can compare* [objava na blogu]. Pridobljeno 20. septembra 2021 iz <https://www.businessinsider.com/facebook-best-place-to-work-in-america-2017-12>
12. Haider, M., Aamir, A., Hamid, A. A. & Hashim, M. (2015). A literature analysis on the importance of non-financial rewards for employees' job satisfaction. *Abasyn Journal of Social Sciences*, 8(2), 341–354.
13. Hampton, D. G. (2020). Post COVID-19 Employee Benefits: What to Look for In Your Compensation Package. *Journal of Financial Planning*, 33(10), 23–25.
14. Jeffery, S. (2002). *The benefits of tangible non-monetary incentives*. Pridobljeno 20. novembra 2020 iz <https://theirf.org/am-site/media/benefits-of-tangible-non-monetary-incentives.pdf>

15. John, O. P. & Srivastava, S. (1999). *The Big-Five trait taxonomy: History, measurement, and theoretical perspectives*. Pridobljeno 20. novembra 2020 iz <https://pages.uoregon.edu/sanjay/pubs/bigfive.pdf>
16. Law, C. C. (2016). Using bonus and awards for motivating project employees. *Human Resource Management International Digest*, 24(7), 4–7.
17. Lier, L. M., Breuer, C. & Dallmeyer, S. (2019). Organizational-level determinants of participation in workplace health promotion programs: a cross-company study. *BMC Public Health*, 19(1), 1–8.
18. Marzel, K. (2000). Pomen motivacije za razvoj, pripadnost in delovno uspešnost upravnih enot v Republiki Sloveniji. *Teorija in Praksa : Revija Za Družbena Vprašanja*, 37(2), 348–363.
19. Microsoft. (2003, 24. Junij). *Survey reveals flexi-working divide between workers and employers; Parents and employers are split over the business benefits of working from home to help balance the demands of family and job*. Pridobljeno 14. novembra 2020 iz <https://search-proquest-com.nukweb.nuk.unilj.si/docview/443807836?accountid=16468>
20. Musek, J. (2014). *Psihološki temelji družbe prihodnosti*. Ljubljana: Inštitut za etiko in vrednote Jože Trontelj.
21. Narsee, N. (2012). *Comparing the impact of monetary and non-monetary reward programmes towards employee and organisation motivation* (doktorska disertacija). Hatfield: University of Pretoria.
22. Plaskoff, J. (2017). Employee experience: the new human resource management approach. *Strategic HR Review*, 16(3), 136–141.
23. Podjed, K. & Željznov Seničar, M. (2016). *Priročnik dobre prakse promocije zdravja v vzgoji in izobraževanju ter socialnemu varstvu*. Pridobljeno 27. novembra 2020 iz <https://www.produtivnost.si/wp-content/uploads/2019/03/Priro%C4%8Dnik-promocije-zdravja-v-javnem-sektorju.pdf>
24. Schlechter, A., Thompson, N. C. & Bussin, M. (2015). Attractiveness of non-financial rewards for prospective knowledge workers: An experimental investigation. *Employee Relations*, 37(3), 274–295.
25. Schretlen, D. J., van der Hulst, E. J., Pearlson, G. D. & Gordon, B. (2010). A neuropsychological study of personality: Trait openness in relation to intelligence, fluency, and executive functioning. *Journal of clinical and experimental neuropsychology*, 32(10), 1068–1073.
26. Spears, B. (2020). *The Key Words for Netflix's Benefits: Flexibility and Convenience*. Pridobljeno 20. septembra 2021 iz <https://candor.co/articles/tech-careers/the-key-words-for-netflix-s-benefits-flexibility-and-convenience>.
27. Šarotar Žižek, S. & Maučec, M. (2009). *Družbena odgovornost (podjetja) in osebni razvoj posameznika*. Pridobljeno 27. novembra 2020 iz http://www.irdo.si/skupni-cd/cdji/cd-irdo-2009/images/referati/3-6-1_sarotarz-maucec-final.pdf

28. Šarotar Žižek, S. & Veingerl Čič, Ž. (2018). Osebnost in osebnostni razvoj zaposlenega. *Bančni Vestnik : Revija Za Denarništvo in Bančništvo*, 67(6), 22–34.
29. Waqas, Z. & Saleem, S. (2014). The Effect of Monetary and Non-Monetary Rewards on Employee Engagement and Firm Performance. *European Journal of Business and Management*, 6, 73–82.
30. Wattree, I. T. (2020). *Family and flexibility: How flexible work arrangements influence organizational commitment and burnout* (doktorska disertacija). Hatfield: Emporia State University.
31. Wilson, A. (2020). *20 companies leading the way when it comes to employee perks and benefits* [objava na blogu]. Pridobljeno 16. novembra 2020 iz <https://www.workstars.com/recognition-and-engagement-blog/2019/11/13/20-companies-leading-the-way-when-it-comes-to-employee-perks-and-benefits/>
32. Zakrajšek, T. (2014, 2. oktober). *Moč denarnega nagrajevanja*. Pridobljeno 24. novembra 2020 iz <https://psihologijadela.com/2014/10/02/mocdenarnega-nagrajevanja/>
33. Zupan, N. (2001). *Nagradite uspešne : spodbujanje uspešnosti in sistemi nagrajevanja v slovenskih podjetjih*. Ljubljana: GV založba.

PRILOGA

Priloga 1: Anketni vprašalnik

Pozdravljeni,

sem Katarina Nabergoj, študentka magistrskega študija na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani, in v sklopu magistrskega dela raziskujem stališča zaposlenih z različnimi osebnostnimi lastnostmi v zvezi z ugodnostmi v podjetju. Anketni vprašalnik je namenjen vsem zaposlenim v podjetjih z več kot 10 zaposlenimi. Pred vami je vprašalnik, ki vsebuje vprašanja in trditve ter demografska vprašanja, ki se navezujejo na vaša stališča do ugodnosti v podjetju. Za izpolnitev vprašalnika boste potrebovali 10–12 minut. Prosim, da odgovorite na vsa vprašanja in trditve. Anketa je anonimna. Vaši odgovori na vprašanja in trditve, ki se shranjujejo v bazo odgovorov, tako ne shranjujejo nobenih informacij, prek katerih bi vas bilo mogoče identificirati. Vaše sodelovanje je za raziskavo ključnega pomena, zato se vam za vaš čas že vnaprej zahvaljujem.

Katarina Nabergoj

A) Ugodnosti v podjetju

1. Ali vam podjetje, v katerem ste zaposleni, omogoča koriščenje različnih ugodnosti, ki jih nudi podjetje (npr. dodatno zdravstveno zavarovanje, pokojninsko zavarovanje, športne aktivnosti, izobraževanja, brezplačno sadje in napitke itd.)?

- Da.
- Ne.
- Drugo.

2. Ali vam podjetje, v katerem ste zaposleni, zagotavlja aktivnosti za promocijo zdravja (fitnes, pohodništvo, izobraževanje o zdravi prehrani, stresu ipd.)?

- Da.
- Ne.
- Ne vem.

3. Če vam podjetje zagotavlja tovrstne aktivnosti, ali se jih udeležujete?

- Da.
- Ne.
- Drugo.

4. Če je odgovor DA, katere aktivnosti so vam najbolj všeč?

- Fitnes.
- Pohodništvo in plezanje.
- Tek.
- Kolesarjenje.
- Joga.
- Smučanje.
- Bowling.
- Športi z loparji.
- Odbojka.
- Izobraževanje o zdravi prehrani.
- Izobraževanje o stresu.
- Drugo.

5. Če je odgovor NE, ali bi si želeli, da bi vam delodajalec omogočal aktivnosti za promocijo zdravja (fitnes, pohodništvo, izobraževanje o zdravi prehrani, stresu ipd.)?

- Da.
- Ne.
- Ne vem.

6. Kako dojemate aktivnosti za promocijo zdravja, ki jih zagotavlja delodajalec?

- Kot aktivnosti, ki pripomorejo k boljšemu zdravju.
- Kot aktivnosti, ki pripomorejo k boljši fizični kondiciji.
- Kot aktivnosti, ki pripomorejo k boljšemu splošnemu počutju.
- Kot druženje s sodelavkami/sodelavci, kar pripomore k boljšemu razumevanju in boljšemu medsebojnemu odnosu.
- Kot aktivnosti, za katere delodajalec pričakuje, da se jih bom udeležil, čeprav tega nočem.
- Ne vem.
- Drugo.

7. Kaj vas pri delu najbolj motivira? (Razvrstite glede na pomembnost od 1 do 7, pri čemer je 1 najpomembnejša in 7 najmanj pomembna motivacija.)

- Denarna stimulacija _____
- Pohvala nadrejenega _____
- Dober odnos z zaposlenimi _____
- Dober odnos z narejenimi _____
- Občutek, da pripomorem k uspehu podjetja _____
- Občutek, da podjetje skrbi zame – mi nudi razne ugodnosti (športne aktivnosti, zavarovanja, gledališke predstave, sveže sadje in napitke itd.) _____
- Pozitivna podoba podjetja _____

B) Stališča zaposlenih do ugodnosti v podjetju glede na različna področja

Naslednje trditve se nanašajo na vaše mnenje glede ugodnosti v podjetju. Prosimo navedite, v kolikšni meri se strinjate z navedenimi trditvami.

STRINJANJE						
	Sploh se ne strinjam	Ne strinjam se	Niti se ne strinjam niti se strinjam	Se strinjam	Popolno ma se strinjam	
1. Menim, da je pomembno, da imamo v podjetju, kjer sem zaposlen, možnost koriščenja ugodnosti v podjetju.						Odnos do ugodnosti v podjetju
2. Menim, da je koriščenje ugodnosti, ki jih ponuja podjetje, izrednega pomena za uspešnost podjetja.						
3. Menim, da morajo biti ugodnosti v podjetju, kjer sem zaposlen, dostopne vsem zaposlenim.						
4. Menim, da morajo biti ugodnosti v podjetju, kjer sem zaposlen, brezplačne.						
5. Menim, da pripadajo ugodnosti samo tistim zaposlenim, ki dosegajo svoje cilje.						
6. Pomembno mi je, da podjetje, kjer sem zaposlen, širi svoj nabor ugodnosti, ki jih lahko zaposleni koristi.						
7. Menim, da bi ugodnosti manj koristil, če bi jih delno financiral sam.						
8. Koriščenje ugodnosti med delovnim časom, kot so telovadba, masaža, sproščanje, se mi zdi izguba časa.						

9. S sodelavci se pogosto družimo na različnih aktivnostih, ki jih ponuja podjetje.						Vpliv ugodnosti na odnose na delovnem mestu
10. Sodelavci me spodbujajo h koriščenju ugodnosti						
11. Nadrejeni me spodbujajo h koriščenju ugodnosti.						
12. Zaradi ugodnosti, ki jih ponuja podjetje, imam s sodelavci boljše odnose.						
13. Menim, da ima delovno mesto »skrbnik sreče zaposlenih« pomembno vlogo v podjetju.						
14. Zaradi ugodnosti, ki jih ponuja podjetje, imam z družino oziroma bližnjimi manj konfliktov.						Vpliv ugodnosti na zasebno življenje
15. Zaradi ugodnosti v podjetju imam manjše življenjske stroške.						
16. Kakovost delovnega okolja mi daje občutek varnosti in pripadnosti podjetju.						
17. Zaradi ugodnosti, ki jih ponuja podjetje, imam boljše ravnovesje med zasebnim in poklicnim življenjem.						
18. Zaradi ugodnosti, ki jih ponuja podjetje, bolje opravljam delovne naloge.						Vpliv ugodnosti na poklicno učinkovitost
19. Zaradi ugodnosti, ki jih ponuja podjetje, sem bolj zavzet za svoje delo.						
20. Zaradi ugodnosti, ki jih ponuja podjetje, sem bolj produktiven.						
21. Zaradi koriščenja ugodnosti, ki jih ponuja podjetje, sem bolj sproščen.						
22. Zaradi koriščenja ugodnosti, ki jih ponuja podjetje, imam več energije.						Vpliv ugodnosti na raven stresa in občutka izgorelosti
23. Zaradi koriščenja ugodnosti, ki jih ponuja podjetje, imam boljšo koncentracijo za opravljanje delovnih nalog.						
24. Koriščenje ugodnosti, ki jih ponuja podjetje, zmanjšuje možnost, da bi se pri meni v bližnji prihodnosti razvila izgorelost.						
25. Menim, da bi moral vsak zaposleni mesečno koristiti ugodnost »določeno število ur v športni dejavnosti«, ki jo ponuja podjetje.						Vpliv ugodnosti na zaposlenega
26. Zaradi ugodnosti v podjetju menim, da je podjetju mar zame.						

27. Zaradi ugodnosti, ki jih ponuja podjetje, težje zamenjam podjetje.					
28. Ugodnosti v podjetju mi veliko pomenijo pri izbiri delodajalca.					

Ali so vam spodaj našete ugodnosti pomembne in bi jih sprejeli na račun nižje plače?

POMEMBNOST					
	Sploh mi ni pomembno	Mi ni pomembno	Niti mi ni pomembno niti mi je pomembno	Mi je pomembno	Zelo mi je pomembno
1. Financiranje in uporaba mobilne naprave in naročnine					
2. Dodatno zdravstveno zavarovanje					
3. Dodatno pokojninsko zavarovanje					
4. Tečaji tujih jezikov					
5. Službeno vozilo					
6. Parkirno mesto					
7. Športne aktivnosti					
8. Sveže sadje in napitki na delovnem mestu					

C) Koriščenje ugodnosti v podjetju

Naslednje trditve se nanašajo na vašo dosedanjo aktivnost pri koriščenju ugodnosti. Prosimo, navedite, kako pogosto koristite določeno ugodnost.

POGOSTOST						
	Podjetje ne ponuja te ugodnosti	Nikoli	Redko	Občasno	Pogosto	Zelo pogosto
1. Obiskovanje fitnesa in športnih vadb v okviru vadbenega centra						
2. Udeležitev tekmovanj za podjetje, kot so maratoni in druga podobna tekmovanja						

3. Obiskovanje športnih aktivnosti, kot so športi z loparji						
4. Smučarski izleti						
5. Teambuildingi						
6. Wellness tretmaji						
7. Ogled športnih tekem						
8. Ogled gledališke ali kino predstave						
9. Dodatno pokojninsko zavarovanje						
10. Dodatno zdravstveno zavarovanje						
11. Izobraževanje o stresu in izgorelosti						
12. Izobraževanje o prehrani						
13. Druga izobraževanja, ki me osebno zanimajo						
14. Telovadba na delovnem mestu						
15. Sveže sadje in napitki						
16. Igre za sproščanje, kot sta biljard in ročni nogomet na delovnem mestu						
17. Knjižni kotichek						
18. Mobilni telefon						
19. Izposoja e-koles in skirojev						
20. Fleksibilen delovni čas						
21. Delo od doma pred COVIDOM-19						
22. Varstvo otrok v okviru delovnega časa.						
23. Darilo ob praznovanju rojstnega dne						
24. Darilo ob rojstvu otroka						

D) Določitev osebnostnih lastnosti zaposlenih s pomočjo vprašalnika The Big Five Personality Test

Spodnje trditve se nanašajo na vaše dejanske osebnostne značilnosti. Osebnostni test je prilagojen na osnovi The Big Five Personality Test. Ocenite vsako trditev, ki predstavlja vas, tako, da izberete, v kolikšni meri se strinjate s trditvami.

	STRINJANJE				
	Sploh se ne strinjam	Ne strinjam se	Niti se ne strinjam niti se strinjam	Se strinjam	Popolnoma se strinjam
1. Sebe vidim kot zadržanega.					
2. Na delovnem mestu sem večkrat depresiven, otožen.					
3. V sodelavcih iščem napake.					
4. Svoje delo opravljam temeljito.					
5. Pri svojem delu sem izviren, podajam nove rešitve, ideje.					
6. Pri delu sem včasih nekoliko nepreviden, nepremišljen.					
7. Delo opravljam sproščeno, tudi s stresom se znam spopasti.					
8. Sem zgovoren.					
9. Sodelavcem sem v pomoč, z njimi sem nesebičen.					
10. Sem zanesljiv delavec.					
11. Zanima me veliko različnih stvari.					
12. Sem iznajdljiv.					
13. Sem poln energije.					
14. Pogosto začnem prepir s sodelavci.					
15. Sem bistroumen, globok mislec.					
16. Imam nekaj umetniških interesov.					
17. Prednost dajem rutinskemu delu.					
18. Na delovnem mestu sem napet.					
19. Delo opravljam z navdušenjem.					
20. Po naravi sem prizanesljiv, toleranten.					
21. Pogosto sem pri delu neorganiziran.					

22. Imam bujno domišljijo.					
23. Imam čut za umetnost in estetiko.					
24. Precej sem zaskrbljen.					
25. Praviloma sem tih.					
26. Do sodelavcev sem zaupljiv.					
27. Sem len.					
28. Izražam se z iskanjem novih idej.					
29. Na delovnem mestu sem zadržan, hladen.					
30. Sem sramežljiv in zadržan.					
31. Sem čustveno stabilen, ne vznemirim se zlahka.					
32. Hitro se vznemirim.					
33. Do svojih sodelavcev sem pozoren, prijazen.					
34. Sem odločna oseba.					
35. Sem muhast.					
36. Pri delu vztrajam, dokler ni povsem končano.					
37. Sem razgledan na področju umetnosti, glasbe in literature.					
38. V napetih (stresnih) situacijah ostanem miren.					
39. Rad sodelujem s sodelavci.					
40. Delo opravljam učinkovito.					
41. Včasih sem nesramen do svojih sodelavcev.					
42. Za delo si naredim načrt, ki mu sledim.					
43. Hitro postanem nervozen.					
44. Sem družaben.					

E) Demografska vprašanja

1. Vaš spol:

- moški

- ženski

2. V katero starostno kategorijo spadate?

- Do 30 let.
- 31–40 let.
- 41–50 let.
- 51 let in več.

3. V kateri regiji prebivate?

- Pomurska regija.
- Podravska regija.
- Koroška regija.
- Savinjska regija.
- Zasavska regija.
- Posavska regija.
- Jugovzhodna Slovenija.
- Primorsko-notranjska regija.
- Obalno-kraška regija.
- Goriška regija.
- Gorenjska regija.
- Osrednjeslovenska regija.

3. Kakšna je vaša najvišja dosežena formalna izobrazba?

- Osnovnošolska ali manj.
- Srednješolska.
- Višješolska.
- Prva bolonjska (visokošolski strokovni ali univerzitetni študijski program).
- Prejšnja visokošolska strokovna ali univerzitetna (diploma) ali druga bolonjska (magistrski program).
- Magisterij znanosti.
- Doktorat znanosti.

4. Koliko časa ste zaposleni v podjetju?

- Do 5 let.
- 6–10 let.
- 11–15 let.
- 16–20 let.
- Več kot 20 let.

5. Izberite eno izmed možnosti, ki najbolje opisuje vaš stan oziroma način življenja:

- Živim samsko življenje brez otrok.
- Živim še v primarni družini oziroma si prebivališče delim z drugimi odraslimi sostanovalci.
- Živim v partnerskem razmerju brez otrok oziroma z odraslimi otroki (+18 let).
- Živim v partnerskem razmerju, v katerem skrbim za vsaj enega mladoletnega otroka.
- Živim v enostarševski družini in skrbim za vsaj enega mladoletnega otroka.

6. Kakšno delo opravljate?

- Managersko delo (vodje, nadzorniki in podobno).
- Pisarniško delo (uradniško delo, administracija, podpora uporabnikom in podobno).
- Delo z ljudmi (poučevanje, zdravstvo, delo z ljudmi v stiski in podobno).
- Raziskovalno delo oziroma delo v kreativnih panogah (delo, ki običajno zahteva veliko sodelovanja v teamih).
- Delo na terenu (novinarstvo, turizem, notranji dizajn in podobno).
- Pretežno samostojno delo (programiranje, grafično oblikovanje in podobno).
- Drugo (prosim, navedite poklic): _____

Odgovorili ste na vsa vprašanja v tej anketi in s tem pomembno prispevali k raziskavi. Lepo se vam zahvaljujem za sodelovanje in vam želim lep dan.