

Большинство сотрудников российских компаний не отказались бы получить в качестве подарка к Новому году алкоголь и деликатесы, в то время как работодатели готовят для них брендированную канцелярскую продукцию. К такому выводу пришли эксперты проекта «HR Lab. – Лаборатория HR Инноваций», проведя исследование для Аналитического центра «АльфаСтрахование».

Специалисты «АльфаСтрахование» провели опрос сотрудников и HR-ов 100 российских компаний с оборотом от 100 млн руб. в год и выяснили, что они имеют разные представления об идеальных новогодних подарках. Сотрудники HR-отделов ответили, что компания планирует подарить работникам ежедневники или планеры (33%), календари разного формата (25%), гаджеты (мышки, флешки) (20%), конфеты (11%), деньги (5%). Встречались также ответы «подарочный сертификат на участие в квесте», «профессиональная литература».

При опросе сотрудников среди наиболее желанных подарков чаще всего назывался алкоголь и деликатесы к новогоднему столу (46%), на втором месте были сертификаты в магазины парфюмерии (21%), на третьем — деньги (13%), на четвертом — смартфоны и бытовая техника (7%). Замыкают ТОП-5 билеты на концерт или в театр (3%).

Конечно, далеко не все компании готовы дарить сотрудникам смартфоны. Однако некоторые готовы поощрять работников весьма крупными новогодними подарками. Например, итальянский автопроизводитель Ferrari в 2015 г. подарил сотрудникам к Рождеству по 5 тыс. евро в качестве благодарности за отличную работу и успешное окончание года. Компания Oracle в течение многих лет дарила работникам продуктовые корзины премиум-класса от марки Harry & David, а Google от лица сотрудников сделал благотворительный взнос в размере \$30 млн для покупки электронной техники для нуждающихся в ней школ.

«Корпоративные подарки — это часть имиджа фирмы, не стоит относиться к ним легкомысленно или всячески на них экономить. Заказывая подарки, важно принимать во внимание специфику компании и особенности конкретного коллектива — гендерную и возрастную составляющую. Иногда лучше отказаться от подарков в пользу запоминающегося корпоратива», — говорит Егор Сафрыгин, директор департамента маркетинга «Медицина» Группы «АльфаСтрахование».

Источник: Википедия страхования, 18.12.2017