

57% сотрудников российских компаний готовы отказаться от коллективных новогодних празднований, если взамен смогут получить премии или иные формы поощрений. При этом при наличии гарантии премирования 68% работников хотели бы отметить наступающий Новый год с коллегами, об этом говорит исследование в рамках проекта «HR Lab. – Лаборатория HR Инноваций» и платформы «Академия Здоровья» для Аналитического центра «АльфаСтрахование». В исследовании приняли участие 1,4 тыс. сотрудников в 41 регионе России.

Готовы работники на проведение корпоратива в самых разных форматах – за организацию фуршета в офисе высказались 37%, аренду караоке ещё 24%, проведение полноценного праздника с ведущими, кавер-группой, полноценным фуршетом и баром – 12%. Некоторые сотрудники готовы сами сыграть Деда Мороза и Снегурочку, а также отказаться от дорогих мероприятий, но сохранить формат празднования в принципе.

Также участники опроса рассказали, что им руководство уже сообщило, что корпоратива не будет. На это указали 17% респондентов. Ещё 11% даже не интересовались этой темой. О том, что нужно отказаться от празднования вообще, сказали 9% опрошенных.

Если встанет вопрос выбора между премией и новогодним корпоративом, то 98% опрошенных выберут премии. Всего 1% затруднился ответить на этот вопрос.

Некоторым сотрудникам уже сообщили, что премирования сохранятся. Если встанет вопрос выбора между премией и новогодним корпоративом, то 98% опрошенных выберут премии. Всего 1% затруднился ответить на этот вопрос.

«Несмотря ни на что, люди хотят беззаботно провести время и встретить любимый с детства праздник. Конец года всегда связан с повышенным стрессом и, соответственно, накопившейся усталостью. Поддержать сотрудников в этой ситуации будет правильным

решением, которое не только укрепит корпоративный дух, но и повысит уровень доверия и градус человечности, покажет, что руководство проявляет внимание не только к бизнес-процессам, но и созданию здоровой психологической среды в коллективе. Тем более опрос показал, что людям важнее само ощущение праздника, чем уровень вложений в него», – говорит Алиса Безлюдова, директор департамента маркетинга «Медицина» группы компаний «АльфаСтрахование».

***Википедия страхования***