**Informacja prasowa**

Warszawa, 8 sierpnia 2025 r.

**Benefity w dobie przejrzystości wynagrodzeń**

**Unijna dyrektywa o przejrzystości wynagrodzeń wprowadza nową definicję wynagrodzenia. Na jej mocy pracodawcy będą zobowiązani do prezentowania wynagrodzenia na nowych zasadach, uwzględniających nie tylko świadczenia pieniężne, ale także wartość benefitów i dodatków rzeczowych. Obecnie aż 85 proc. pracowników nie wie ile warte są świadczenia zapewniane przez pracodawcę, a wielu z nich nie zna pełnej oferty benefitów. Zmiany w prawie to wyraźny sygnał dla pracodawców, by wzmocnili komunikację całego pakietu wynagrodzeń, a tym samym swoją pozycję konkurencyjną na rynku.**

* 30 proc. pracowników ocenia firmową komunikację w zakresie benefitów jako nieskuteczną.
* Co 4. pracownik, w firmach zatrudniających co najmniej 9 osób, uważa, że pracodawca powinien zapewniać jak najszerszy pakiet benefitów, nawet jeśli miałyby one wpływ na wynagrodzenie pieniężne.
* 40 proc. pracowników firm zatrudniających co najmniej 9 osób, przyznaje, że gdyby zmieniali pracę, oferta benefitów mogłyby wpłynąć na wybór pracodawcy.
* 89 proc. międzynarodowych pracodawców uznaje rozwiązania technologiczne za kluczowe w budowaniu świadomości na temat świadczeń pozapłacowych.

Wraz z wejściem w życie przepisów o przejrzystości wynagrodzeń wzrośnie rola i znaczenie benefitów.

– *W kontekście nadchodzących zmian wynikających z Dyrektywy UE o przejrzystości wynagrodzeń, firmy muszą zrewidować swoje podejście do świadczeń pozapłacowych. Dotychczas często traktowane jako dodatek, benefity staną się pełnoprawnym elementem całkowitego wynagrodzenia, który podlega analizie, raportowaniu i ocenie pod kątem równości* – mówi Joanna Liksza, ekspertka MyBenefit w Benefit Systems oraz kierowniczka studiów podyplomowych Compensation & Benefits na Uczelni Łazarskiego.

Już od początku przyszłego roku, firmy powinny być gotowe do przekazania kandydatom ubiegającym się o pracę pełnej informacji o całkowitym pakiecie wynagrodzenia – w tym wszystkich świadczeniach zawartych w regulaminach i układach zborowych. W połowie 2026 roku firmy powinny być gotowe do przekazywania informacji pracownikom w zakresie ich wynagrodzenia, prezentowanego według nowych zasadach, czyli uwzględniającego wartość finansową wszystkich benefitów, od kart sportowych, przez samochód służbowy aż po szkolenia czy dodatkowe dni wolne . Dotyczyć to będzie zarówno kandydatów w procesie rekrutacji, jak i już zatrudnionych. Dodatkowo część benefitów, które nie są dostępne dla wszystkich pracowników danej organizacji, ale zależą np. od stanowiska lub są dedykowane osobom spełniającym konkretne kryteria – jak np. staż pracy, będą objęte obowiązkiem raportowania luki płacowej. **Choć firmy zatrudniające powyżej 100 pracowników pierwsze raporty przygotują dopiero w 2027 roku, będą bazować na danych z 2026 roku. Oznacza to, że już dziś warto przyjrzeć się katalogowi świadczeń w firmie, oszacować ich wartość i zadbać o system informowania pracowników o dostępnych benefitach.**

*- Druga połowa roku to w wielu firmach moment budżetowania na kolejny rok – także w kontekście wynagrodzeń, aktualizacji portfela benefitów czy inwestycji w narzędzia HR, które pozwalają agregować dane dotyczące benefitów. To, jak dziś zaplanujemy budżet, przełoży się na to, co i jak zakomunikujemy w 2026 roku pracownikom lub zaraportujemy w 2027 roku* – podkreśla Joanna Liksza.

**Świadomość to klucz do sukcesu**

Badania No Fluff Jobs wskazują, że aż **85 proc. pracowników nie zna realnej wartości otrzymywanych benefitów[[1]](#footnote-1).** Tymczasem mają one niebagatelny wpływ na dobrostan finansowy zatrudnionych. – *Jeśli pracownicy nie mają świadomości dostępnych świadczeń i płynących z nich korzyści, z dużym prawdopodobieństwem nie będą po nie sięgać i tym samym trudniej będzie pracownikom je docenić. To właśnie w tej perspektywie unijna dyrektywa staje się czynnikiem mobilizującym firmy do podjęcia działań komunikacyjnych w temacie benefitów, które być może nie były do tej pory dostatecznie realizowane. Nowe przepisy stwarzają tym samym szansę na wykorzystanie benefitów do skutecznego wzmocnienia konkurencyjności firmy jako pracodawcy* – podkreśla Joanna Liksza.

Badania przeprowadzone przez Klub Compensation & Benefits Uczelni Łazarskiego pokazują, że pracownicy najczęściej otrzymują komunikację dotyczącą benefitów w momencie zmian w dostępnym pakiecie (73 proc.). Z kolei cyklicznie, raz w roku, informacje o benefitach otrzymuje zaledwie 12 proc. zatrudnionych. Dodatkowo niemal 30 proc. pracowników ocenia firmową komunikację w zakresie benefitów jako nieskuteczną.

Z danych raportu AON Global Benefit Trends 2024 wynika, że większość międzynarodowych organizacji na terenie Europy (58 proc.) wciąż prowadzi komunikację dotyczącą benefitów w formie papierowej. Co istotne, przedsiębiorstwa dostrzegają potrzebę zmian – aż 89 proc. międzynarodowych pracodawców uznaje rozwiązania technologiczne za kluczowe w budowaniu świadomości na temat świadczeń oferowanych pracownikom.

**Czas pokazać wartość benefitów, która nie trafia na konto, ale zostaje w portfelu**

W odpowiedzi na rosnące potrzeby pracodawców i pracowników, na rynku powstają rozwiązania technologiczne z segmentu Total Reward Statement (TRS), które **umożliwiają zatrudnionym bieżący dostęp do pełnej informacji o oferowanych im świadczeniach i ich wartości**.

– *Rozwiązanie TRS przynosi pracodawcom i pracownikom konkretne korzyści: konsoliduje informacje o benefitach i ich wartości w jednym miejscu, z uwzględnieniem personalizacji – czyli różnicowania pakietu świadczeń dostępnych dla pracowników zatrudnionych w rożnych formułach (B2B lub na etacie) czy piastujących różne stanowiska. Platforma MyBenefit, która rozwija narzędzia ułatwiające pracę specjalistom HR, idzie o krok dalej, pracując również nad automatyzacją tego procesu i jego integracją z innymi systemami np. przeznaczonymi do budowania struktury wynagrodzeń. Świadczenia można przypisywać do własnych kategorii tematycznych, takich jak np. sport, wellbeing czy biuro, a także oznaczać je jako finansowe lub niefinansowe, np. urlop stażowy, którego liczba dni będzie widoczna na głównym dashboardzie pracownika* – mówi Joanna Liksza.

**Benefity mogą zaoferować więcej niż gotówka**

Unijna dyrektywa, skłaniając do prezentowania wartości benefitów pracowniczych, zwraca uwagę na istotny wątek ich siły nabywczej i korzyści jakie przynoszą zarówno pracodawcom, jak i pracownikom – np. pod kątem podatkowym.

- *Część benefitów np. finansowanych z Zakładowego Funduszu Świadczeń Socjalnych, do kwoty 1000 PLN w skali roku, nie jest objętych podatkiem dochodowym czy oskładkowaniem ZUS. Dodatkowo usługi udostępniane w ramach benefitów pozapłacowych mają preferencyjne warunki – ich koszt jest mniejszy, niż cena rynkowa, która musielibyśmy zapłacić kupując daną usługę indywidualnie. W efekcie środki zainwestowane przez pracodawców w benefity mają większą moc nabywczą, niż nominalna kwota pieniężna, którą firma mogłaby przekazać na konto pracownika. Organizacje, które już dziś oferują szeroki pakiet benefitów, po wdrożeniu dyrektywy, mają szansę na zaprezentowanie wyższych poziomów wynagrodzenia w porównaniu do pracodawców, którzy nie udostępniają pracownikom żadnych świadczeń*– wskazuje Joanna Liksza.

Poza tym, same benefity na tyle dobrze wpisały się w krajobraz zatrudnienia, że dla wielu pracowników stanowią nieodłączny element kultury organizacyjnej firm – przykładem mogą być tu opieka medyczna, czy kultowa już karta MultiSport.

Jak wynika z badania przeprowadzonego na zlecenie Benefit Systems, co 4. pracownik, w firmach zatrudniających co najmniej 9 osób, uważa, że pracodawca powinien zapewniać jak najszerszy pakiet benefitów. 40 proc. pracowników przyznaje również, że benefity stanowią dla nich istotny element wyboru pracodawcy. Średnio jeden pracownik w Polsce ma dostęp do 5,7 różnych świadczeń pozapłacowych, w większych organizacjach (powyżej 250 tys. pracowników) liczba ta wzrasta do 8,4.

– *W realiach rynku pracy, gdzie pracownicy coraz częściej rozważają zmianę zatrudnienia i równocześnie oczekują większej przejrzystości, budowanie świadomości – również w zakresie wartości benefitów staje się istotnym narzędziem w umacnianiu zaangażowania oraz zatrzymywaniu talentów w organizacji. Firmy, które skutecznie rozwijają tę kompetencję, zyskują przewagę konkurencyjną* – mówi Joanna Liksza.

**Kontakt dla mediów:**

**Agnieszka Bemowska-Niewiarowska, e-mail:** **a.bemowska@benefitsystems.pl****, kom. 517172559**

**Sandra Dobrowolska, e-mail:** **s.dobrowolska@benefitsystems.pl****, kom. 797294243**

Benefit Systems działa na polskim rynku od ponad dwóch dekad i należy do liderów w dostarczaniu benefitów pozapłacowych, które wspierają dobrostan pracowników. Spółka jest twórcą Programu MultiSport, który umożliwia podejmowanie aktywności fizycznej w obiektach sportowych w całym kraju. W portfolio Benefit Systems jest także platforma kafeteryjna MyBenefit oraz program wellbeingowy Multi.Life. Od kilku lat oferta sportowa Spółki jest rozwijana na rynkach zagranicznych, m.in. w Czechach, na Słowacji, w Bułgarii i w Chorwacji. Grupa Benefit Systems jest także operatorem klubów fitness na sześciu rynkach (w Polsce odpowiada m.in. za sieci: Fabryka Formy, FitFabric, Fitness Academy, My Fitness Place, Total Fitness i Zdrofit). Ważnym obszarem działań Benefit Systems jest promowanie aktywnego stylu życia na każdym jego etapie, dlatego Spółka realizuje inicjatywy wspierające aktywność fizyczną dzieci, dorosłych oraz seniorów. Cele te realizowane są m.in. przez Fundację MultiSport. Od 2018 roku Benefit Systems jest częścią globalnej inicjatywy B Corp, zrzeszającej spółki działające i angażujące się w rozwiązywanie najważniejszych problemów społecznych. Więcej informacji o firmie można znaleźć na benefitsystems.pl.

**Zapraszamy media do kontaktu z Biurem Prasowym Benefit Systems:** **biuroprasowe@benefitsystems.pl****.**

1. https://nofluffjobs.com/pl/etc/praca-w-it/benefity-pracownicze-podsumowanie-badania/ [↑](#footnote-ref-1)