Vilnius, 2019 m. spalio 28 d.

 **Viso gero, Sizifai: kaip pasiekti, kad jaustumėte prasmę darbe?**

**Šviesioje erdvioje auditorijoje mergina susikaupusi dėlioja konstruktoriaus kaladėles. Sekundė po sekundės jos rankose ima ryškėti automobilio siluetas: ant ašių atsiranda keturi ratai, pritvirtinamas mėlynas stogas, kompoziciją užbaigia geltoni priekiniai žibintai. Su paskutinėmis detalėmis merginos veide nušvinta šypsena ir savo darbo rezultatą ji nekantriai nuneša prie gretimo stalo susėdusiems žmonėms. Pastarieji neskubėdami apžiūri konstruktorių, įteikia merginai monetą ir ... žaislinį automobilį akimirksniu išardo. Merginos veidas apsiniaukia, bet ji paima detales ir vėl pradeda konstruoti.**

**Sizifo eksperimentas Harvarde**

Tai – ne scena iš keisto filmo, o epizodas iš garsaus Harvardo universitete atlikto psichologinio eksperimento, patvirtinančio, kaip žmonėms svarbu, kad jų atliekamas darbas turėtų prasmę. Eksperimento dalyvių prašyta sudėti konstruktorių ir už tai gauti sutartą piniginį atlygį. Tačiau vienos dalyvių grupės darbo rezultatas buvo garbingai padedamas ant lentynos, o kitos – jiems matant tuoj pat išardomas į detales.

Šio eksperimento išvados neturėtų stebinti: žmonės, kurių konstruktorius atsidurdavo ant lentynos, už tą patį atlygį konstravo greičiau ir užsiėmė ta veikla ilgesnį laiką. Kita grupė, kurių likimas priminė beprasmį Sizifo akmens ridenimą, ūpą prarado kur kas anksčiau – net ir gaudami tokį patį atlygį.

Tai, jog darbo prasmės pojūtis svarbus žmogaus motyvacijai, efektyvumui ir savijautai, jau įrodė daugybė tyrimų. Vienas iš naujausių – 2017 m. JAV atlikta apklausa, kurioje dalyvavo beveik 2300 darbuotojų iš 26 skirtingų sektorių. 9 iš 10-ies respondentų, nepriklausomai nuo jų amžiaus, organizacijos dydžio, užimamų pareigų teigė, kad didesnis prasmės pojūtis darbe jiems yra svarbesnis net už gaunamą finansinį atlygį.

**Kaip rasti prasmę šiuolaikiniame darbe?**

Vien tik supratimo, kad prasmė darbe svarbi, nepakanka. Šiandieninėje darbo rinkoje, kurioje dominuoja didelės organizacijos ir didelės komandos, o galutinis rezultatas yra daugybės skirtingų žmonių individualių indėlių visuma, užtikrinti prasmės jausmą nėra taip lengva. Visgi sėkmingai dirbančios įmonės sugeba tai padaryti.

„Lidl Lietuva“, šiemet pelniusi prestižinius „Top Employer Lietuva“ ir „Top Employer Europe“ sertifikatus bei 1-ąją vietą portalo „CV-Online“ „TOP darbdavio 2018“ apdovanojimuose, mano, kad vienas svarbiausių elementų, kuriant darbuotojams pojūtį, kad jų darbas svarbus ir prasmingas – vidinė bendrovės kultūra.

„Prasmės jausmą mūsų darbuotojams pirmiausia padeda kurti ypatinga, į rezultatą orientuota darbo kultūra. Dedame pastangas, kad kasdieniniame darbe nebūtų vietos beprasmėms, laiką ir energiją švaistančioms veikloms, o komandos nariai visada jaustųsi šeimininkais. Ši nuostata persmelkusi visą organizaciją, ją diegiame tiek parduotuvėse, tiek ir biure,“ – sako „Lidl Lietuva“ personalo vadovė Sandra Savickienė.

**Kultūrai įtvirtinti – konkrečios priemonės**

Anot S. Savickienės, siekiama, kad kiekvienas „Lidl“ posėdis ar susitikimas turėtų aiškius tikslus ir rezultatą, diskusijoje visuomet tikimasi konkretumo ir argumentų. Sprendimų priėmimas organizuojamas taip, kad jų neapsunkintų ilgos patvirtinimo „grandinės“ ar varginančios biurokratinės procedūros.

„Vienas svarbiausių mūsų tikslų viduje, kad kiekvienas „Lidl“ darbuotojas – tiek biure, tiek parduotuvėje – į savo kasdienę veiklą žvelgtų taip lyg tai būtų jo paties įmonė: drąsiai priimtų sprendimus, jaustų atsakomybę, imtųsi iniciatyvos, orientuotųsi ne į procesą, o į rezultatą. Todėl siekiame kurti atitinkamą darbo aplinką: įgalinančią, suteikiančią galimybes tobulėti ir įgyvendinti geras idėjas“, – pažymi „Lidl Lietuva“ personalo vadovė.

Ji sako, kad tokios kultūros diegimui organizacija imasi labai konkrečių priemonių ir pateikia vieną pavyzdį – bendrovės darbuotojams žinomų ir susitikimų kambariuose visuomet apie save primenančių efektyvaus susitikimo taisyklių rinkinys. „Lidl“ darbuotojai turi aiškų orientyrą, kaip užtikrinti, kad susitikimai nebūtų beprasmiai ir gaišinantys jų bei kolegų laiką: taisyklės pataria pradėti nuo aiškaus susitikimo tikslo ir tipo įvardijimo, pataria, kaip tinkamai pradėti susitikimą, kaip efektyviausiai valdyti aptariamą temą, kaip apibendrinti viską, kas kalbėta, ko nepamiršti baigiant susitikimą ir po jo, kad visa tai vestų į aiškų rezultatą.

**Psichologė: darbuotojams svarbu jausti atsakomybę**

Psichologė Margarita Pilkienė pažymi, kad paprastai darbuotojui prasmės pojūtį kuria galutinio rezultato, prie kurio prisideda kiekvienas atliekamas darbas, supratimas. Taip pat tam svarbus atsakomybės perdavimas visose darbuotojų grandyse.

„Labai svarbu įmonės veiklos rezultatų komunikavimas ir skatinamosios priemonės darbuotojams, kaip tuos rezultatus pagerinti. Šiame procese reikia nepamiršti parodyti, kad kiekvienas darbas yra reikšmingas ir į kokį didesnį tikslą jis veda. Viena svarbiausių vadovų užduočių – pademonstruoti smulkių ir rutininių darbų svarbą, kaip jie prisideda prie bendro įmonės rezultato“, – paaiškina psichologė.

„Lidl Lietuva“ personalo vadovė sako, kad nuostata, kai darbe svarbu ne formaliai atsiskaityti, o realiai būti atsakingu, padeda tiek pritraukti talentus, kuriems artima verslininkiška bendrovės kultūra, tiek juos išlaikyti. Pasak jos, kolegos patys dažnai įvardina, kad galimybė realiai jausti, kuo kiekvieno jų darbas svarbus organizacijai, proga prisidėti prie visą rinką keičiančios organizacijos kūrimo, yra tai, kas juos ilgam susieja su bendrove.

„Tokie darbai kaip pirmųjų „Lidl“ parduotuvių atidarymai iki šiol kolegų minimi, kaip tikrai įsimintini, jiems patiems labai svarbūs ir prasmingi. Svarbiausia, kad sukūrusiais kažką, keičiančio šalies gyvenimą, jaučiasi tiek vadovai, darę svarbius sprendimus, tiek tie, kuriems tuo metu teko dėlioti prekes į lentynas – jausmas, kad kiekvieno darbas yra iš tiesų svarbus visai organizacijai bei kuriantis svarbius pokyčius, būdingas visoms mūsų organizacijos grandims“, – sako S. Savickienė.

Šią vasarą atlikta reprezentatyvi Lietuvos gyventojų apklausa parodė, kad 39 proc. šalies gyventojų priskiria „Lidl“ kaip darbdaviui savybę, jog bendrovė suteikia galimybę prisidėti prie teigiamų pokyčių visoje rinkoje. 48 proc. šio tyrimo respondentų teigė, kad „Lidl“ yra socialiai atsakingas darbdavys, o tai yra dar vienas aspektas, padedantis kurti darbo prasmingumo pojūtį.

**Prasmės darbui prideda ir socialinė atsakomybė**

Psichologė M. Pilkienė sako, kad atliekamo darbo prasmę labiausiai mato tie darbuotojai, kurie jaučiasi įmonės dalimi. Tam labai svarbi įtraukianti organizacijos kultūra, galimybė prisidėti prie kažko daugiau nei tiesioginės kasdieninės atsakomybės, pavyzdžiui, bendros socialinės veiklos. Tiesa, svarbu, kad šios atsakomybės būtų ne primestos, o prisiimamos savanoriškai.

S. Savickienė antrina, kad vis didesnei daliai darbuotojų tampa svarbios ne tik darbo sąlygos, atmosfera, bet ir organizacijos vertybės: socialinė atsakomybė, veiklos poveikis aplinkai, bendra įmonės reputacija. Šie aspektai ypač rūpi jaunajai kartai, o aukščiau minėtas tyrimas rodo, bendrovės pastangas šiose srityse jau pastebi ir visuomenė.

*Reprezentatyvioje Lietuvos gyventojų apklausoje dalyvavo 1030 respondentų. Ją 2019 m. liepos mėn. internetinės apklausos metodu atliko tyrimų bendrovė „Rait“. Tyrimą užsakė „Lidl Lietuva“.*

**Daugiau informacijos:**
Lina Skersytė
Korporatyvinių reikalų ir komunikacijos departamentas
UAB „Lidl Lietuva“
Tel. +370 5 267 3228, mob. tel. +370 680 53556
lina.skersyte@lidl.lt