**Czy warto inwestować w pracowników?**

**W wielu przedsiębiorstwach wciąż silne jest przekonanie, że inwestowanie w szkolenia i rozwój pracowników jest jedynie stratą czasu i pieniędzy.**

Pracodawcy bardzo często zakładają, że po jakimś czasie pracownik i tak odejdzie z firmy i wykorzysta zdobytą wiedzę podczas pracy w innym, konkurencyjnym miejscu. Takie myślenie to jednak błędne koło - w pracowników nie tylko warto, ale powinno się inwestować.

**Szkolenia i warsztaty** dla pracowników to w wielu krajach standard. W Polsce, wciąż aktualne jest przeświadczenie, że pracownik prędzej czy później i tak zdecyduje się odejść, dlatego nie przykłada się większej wagi do wspierania jego rozwoju. Za taką postawą przemawiają obawy związane z przeznaczeniem pieniędzy, energii i czasu w szkolenie osoby, która później zdobytą wiedzę wykorzysta w kolejnym przedsiębiorstwie.

*Jak się okazuje to właśnie taki sposób myślenia pracodawców sprawia, że pracownicy decydują się odejść. Wiele badań wskazuje na to, że pracownik, który ma w firmie możliwości rozwoju, zdobywania wiedzy oraz nowych umiejętności i czuje się doceniany o wiele rzadziej myśli o rezygnacji z dotychczasowego miejsca pracy* - podpowiada **Weronika Sierant, HR Manager w firmie Smart MBC**.

Część pracodawców na szczęście wyznaje jednak zasadę, że warto inwestować w swoich ludzi, wysyłać ich na dodatkowe szkolenia i kursy. Szkolenie pracowników nie powinno być traktowane jako zbędny wydatek, lecz inwestycja w rozwój firmy. Zaniechanie tego obszaru przekłada się utratę wartościowego kapitału, jakim są pracownicy. Zespół, w którego się inwestuje utożsamia się z firmą i otrzymuje bodźce powodujące wzrost motywacji. Ponadto pracownicy czują się także zauważeni i docenieni przez pracodawcę, co wpływa na ich zadowolenie i efektywność wykonywanej pracy. Proponowanie pracownikom możliwości rozwoju warunkuje również inne **korzyści dla firmy**, jak na przykład podniesienie kwalifikacji zatrudnionych osób, zarówno w zakresie języków obcych czy obsługi specjalistycznych programów. Warto zachęcać ich do szkoleń z komunikacji interpersonalnej i umiejętności pracy w zespole.

Aby szkolenia i warsztaty dokształcające przyniosły oczekiwany efekt muszą być one dobrane indywidualnie i dopasowane do potrzeb pracownika. O ile kilkugodzinne wspólne szkolenie z umiejętności współpracy w grupie odbywa się zwykle bez protestów ze strony pracowników, o tyle wysyłanie konkretnych osób na długoterminowe **szkolenia językowe** lub obsługi programów komputerowych powinno być przedmiotem dłuższej refleksji. Powinniśmy zastanowić się, czy taki kurs jest rzeczywiście danemu pracownikowi niezbędny i czy zdobytą wiedzę będzie mógł wykorzystać w swojej pracy. Wysyłanie na kurs językowy pracownika, który na co dzień nie ma kontaktu z zagranicznymi klientami, może wiązać się dla firmy ze stratami finansowymi. Zamiast tego lepiej zaproponować osobie zajmującej się księgowością w firmie szkolenie z najnowszych technik czy narzędzi, które spowodują usprawnienie jej pracy.

Pracodawcy mający obawy przed wysyłaniem pracowników na szkolenia mogą wymagać od każdego z nich podpisania umowy, która jasno określi reguły korzystania z kursów, a także zobowiąże ich do pozostania w firmie przez określony okres czasu. Oczywiście, do podpisania takich dokumentów nie można nikogo zmusić. Jeśli dany pracownik nie chce korzystać z kursu ani zgadzać się na postawione przez pracodawcę warunki, powinno się to uszanować.

Na szczęście coraz więcej przedsiębiorstw zdaje sobie sprawę z tego, że **inwestowanie w rozwój pracowników**, organizowanie im kursów doszkalających i warsztatów wiąże się z dużymi korzyściami dla firmy. O wiele lepiej jest kształcić i rozwijać umiejętności osób już pracujących w firmie, aniżeli zatrudniać nowe osoby, których etap wdrażania trwa niekiedy bardzo długo. Co więcej pracownicy, którym zaproponuje się ciekawą ofertę szkoleń poczuje się doceniony i potrzebny. To niezwykle ważne w kontekście employer brandingu. Dobrze o tym pamiętać.