

Sławomir Paruch

radca prawny, partner
w PCS Paruch Chruściel Schiffter

Jakie są najbardziej popularne programy motywacyjne dla pracowników spółek giełdowych?

Programy motywacyjne oparte na akcjach są najczęściej formą dodatkowego wynagrodzenia dla kluczowych pracowników spółek i stanowią rozsądny sposób na poprawę ich wyników finansowych. Przez wprowadzenie programu motywacyjnego opartego na akcjach pracownik obejmujący walory staje się również współwłaścicielem firmy.

Wśród dostępnych na rynku tego typu programów można wyróżnić cztery najpopularniejsze.

Pierwszy z nich przewiduje nieodpłatne przyznanie akcji pracownikom bądź umożliwienie im zakupu akcji za niższą cenę niż wynosi aktualna wartość rynkowa akcji. Najczęściej liczba akcji, która przyznawana jest pracownikowi, jest uzależniona od spełnienia określonych warunków (np. celu sprzedażowego bądź pozytywnej oceny pracy).

Kolejnym z popularnych wśród spółek giełdowych programów jest model polegający na przyznaniu pracownikowi opcji umożliwiającej nabycie przez niego akcji po uiszczeniu określonej ceny wykonania. Cena może być dowolnie kształtowana przez spółkę. Korzyścią dla pracownika jest wówczas różnica pomiędzy wartością akcji a ceną wykonania. Jeżeli ustalona cena jest symboliczna, istnieje praktycznie pewność uzyskania przez pracownika korzyści. Natomiast w przypadku określenia ceny na poziomie rynkowym, korzyść dla pracownika wystąpi w sytuacji, gdy wartość akcji przy realizacji opcji będzie wyższa niż przy jej przyznaniu. Ma to na celu zmotywowanie pracowników do



Ilona Zacharska

prawnik
w PCS Paruch Chruściel Schiffter

na przykład na emisji warrantów subskrypcyjnych. Forma zatrudnienia potencjalnych uczestników programu motywacyjnego nie ma znaczącego wpływu przy konstruowaniu programu motywacyjnego. Uczestnikiem może być oczywiście pracownik spółki, ale także osoba współpracująca bądź świadcząca dla spółki usługi na podstawie umowy cywilnoprawnej. Aby program spełniał swój cel, należy sprecyzować jasne zasady funkcjonowania oraz warunki uczestnictwa, które najlepiej przedstawić w regulaminie programu motywacyjnego. Podstawą uczestnictwa powinno być zawsze zawarcie umowy uczestnictwa, która szczegółowo określi prawa i obowiązki uczestnika programu. W jej treści znaleźć się powinny także postanowienia określające sposób wynagradzania uczestników oraz osobiste zobowiązania uczestników związane ze świadczeniem pracy lub usług na rzecz spółki. Dobrze przygotowany program motywacyjny powinien przewidywać również możliwość wyjścia awaryjnego dla spółki, które może być wykorzystane w razie konieczności zakończenia umowy uczestnictwa i wykluczenia pracownika z programu (tzw. Bad Leaver). Powyższa konstrukcja znajdzie zastosowanie m.in. w sytuacjach rozwiązania umowy łączącej uczestnika ze spółką na podstawie innej niż porozumienie stron, np. w przypadku prowadzenia działalności konkurencyjnej czy też popełnienia przez uczestnika przestępstwa. Przeciwwstawną instytucją jest tzw. Good Leaver. Mamy z nią do czynienia, gdy uczestnik rozwiązuje łączącą go ze spółką umowę na mocy porozumienia stron oraz w sytuacjach przez niego niezawinionych (np. wystąpienia zdarzenia o charakterze siły wyższej). Uczestnik opuszczający program jako tzw. Good Leaver oraz jej spadkobiercy zachowują uprawnienia do wynagrodzenia z tytułu uczestnictwa w programie motywacyjnym za okres, w którym był nim objęty.

Czy programy motywacyjne są kartą przetargową przyciągającą potencjalnych pracowników na etapie rekrutacji?

Ciekawy i niestandardowy program motywacyjny jest niewątpliwie dodatkową korzyścią, która może być decydująca przy wyborze pracodawcy przez potencjalnego pracownika na etapie rekrutacji. W znacznej większości pracownicy bez względu na np. swój wiek czy specyfikę branży, w której spółka działa, przywiązują dużą wagę do pozapłacowych benefitów, stanowiących pożądaną dodatkową dodatek do wynagrodzenia.

Funkcjonowanie u pracodawcy programu motywacyjnego może stanowić przekonujący argument podczas negocjacji wysokości wynagrodzenia zasadniczego. Wprowadzenie rozwiązań o charakterze motywacyjnym to także inwestycja w budowanie relacji i zaangażowania pracowników. Programy motywacyjne to również efektywne narzędzia employer brandingowe: kreują pozytywny wizerunek pracodawcy i świadczą o tym, że pracodawca przykładą wagę do przyjaznej atmosfery pracy i dba o pracowników. Sygnały o tego typu propracowniczych działaniach docierają do osób poszukujących pracy i skłaniają je do ubiegania się o zatrudnienie u konkretnego pracodawcy. Obecnie pracodawcy przykładają coraz większą wagę do budowania zespołu opartego na długotrwałych relacjach, atmosferze zaufania i stabilności. Ma to na celu zminimalizowanie rotacji pracowników, co przekłada się na zmniejszenie kosztów pracodawcy w związku z koniecznością prowadzenia nowych rekrutacji i poświęcania czasu na wdrażanie nowych pracowników. Udział w programie motywacyjnym stanowi dla pracowników wartość dodaną. Niewątpliwie ciekawie skonstruowany program motywacyjny zwiększa szanse na pozyskanie kompetentnego specjalisty, sprzyja motywacji i zaangażowaniu w pracę. Może również wpływać na wyższą jakość świadczonych usług, co ma jednocześnie wpływ na wydajność pracownika i konkurencyjność pracodawcy. Odpowiednie ukształtowanie programu pozwala na silniejsze związanie pracownika ze spółką, motywuje do podejmowania działań zapewniających długoterminowy wzrost wartości spółki i wpływa pozytywnie na wyróżnienie się na rynku pracodawców. ©



Zagadnienia prawne w programach motywacyjnych

podejmowania starań prowadzących do osiągnięcia przez spółkę coraz lepszych wyników finansowych.

Trzecim, zyskującym na popularności wśród spółek giełdowych, systemem motywacyjnym jest zobowiązanie do przyznania pracownikowi sprecyzowanej liczby akcji po osiągnięciu określonego stażu pracy bądź innych dodatkowych warunków.

Ostatnim rozpowszechnionym systemem motywacyjnym jest częściowo odpłatne lub całkowicie nieodpłatne przyznanie akcji, które najczęściej od momentu przyznania dają pracownikowi określone korzyści (np. prawo do dywidendy, prawo głosu), możliwość ich zbycia może być jednak zablokowana przez określony czas.

Uczestnictwo pracowników w schematach premialnych opartych na akcjach stanowi coraz popularniejszą formę partycypacji pracowniczej w spółkach adekwatnie do dzisiejszych realiów. Na istotność zagadnienia wskazuje fakt, że programy motywacyjne oparte na akcjach w niektórych jurysdykcjach są obligatoryjnymi formami korzyści przyznawanych pracownikom. Jako przykład może posłużyć Francja, gdzie obowiązek przyznawania akcji pracowniczych obowiązuje wszystkie spółki zatrud-

nijące powyżej 50 pracowników. Natomiast w Wielkiej Brytanii akcje pracownicze podlegają opodatkowaniu jedynie w momencie przyznania, a więc wzrost wartości akcji przy spełnieniu odpowiednich warunków w całości stanowi zysk pracownika.

Ogólnie rzecz biorąc, korzyści dla pracowników wynikające z wprowadzenia programu motywacyjnego opartego na akcjach, to oczywiście, poza dodatkowym dochodem oraz poczuciem docenienia, udział uczestnika programu w zysku spółki. Dzieje się tak, ponieważ wraz ze wzrostem wartości spółki rosną również aktywa uczestnika. Co więcej, jego codzienna praca ma także istotny wpływ na rozwój firmy oraz co za tym idzie, na faktyczną wysokość jego zarobków. Uczestnik programu motywacyjnego może także korzystać z praw korporacyjnych (m.in. prawa do udziału w zysku spółki, prawa do uczestnictwa w walnym zgromadzeniu akcjonariuszy). Odpowiednio skonstruowany program motywacyjny może być dla pracodawcy korzystniejszy finansowo niż wypłata premii. Emisja nowych akcji powoduje ponoszenie kosztów przez dotychczasowych akcjonariuszy, gdy spółka otrzymuje dodatkowe środki pieniężne z tytułu emisji.