Activy

RAPORT 2020

Przyszłość wellbeingu i benefitów pracowniczych

NOWE PORZĄDKI

Activy

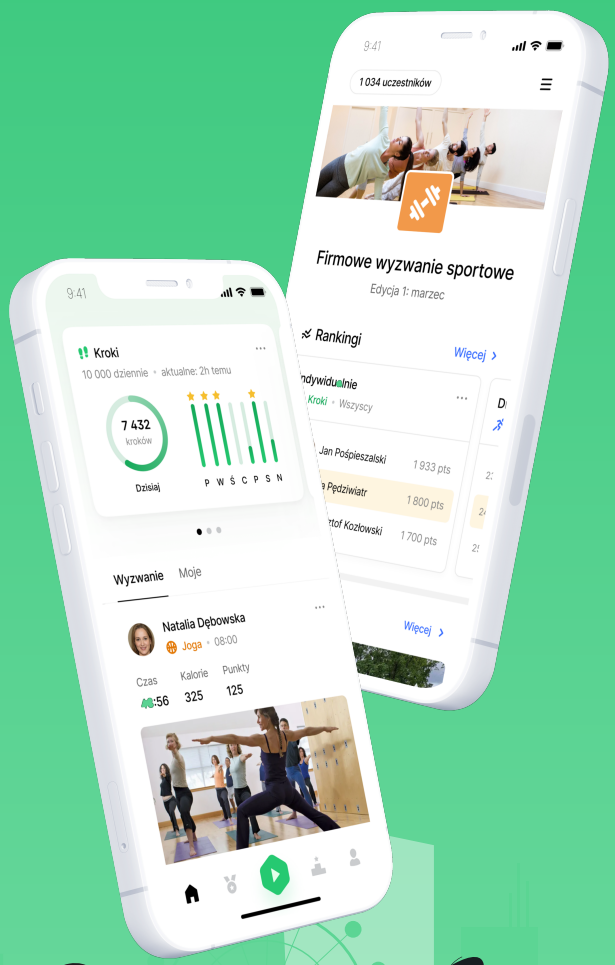
Wyzwania sportowe dla każdego pracownika*

CO ZYSKUJESZ:

- poprawę zdrowia
- integrację dla wszystkich
- motywację do ruchu
- wspólny cel

NOWOŚCI 2023!

liczenie kroków, wszystkie sporty, tablica społecznościowa



*70% uczestników dzięki takiej inicjatywie w firmie rusza się częściej niż przed nią.

Napisz do nas:

Basia Jakubowska
basia@activy.pl

www.activy.app

TREŚĆ RAPORTU

WPROWADZENIE

4 Eksperci
5 Partnerzy i Patroni Medialni
6 Wstęp | Dorota Matuła
7 Metodologia badania

I. PRACODAWCY JESZCZE NIE ZDALI EGZAMINU Z PANDEMII

9 Wyniki badań - część I
10 **Dylematy pracodawców – jak się z nimi zmierzyć?**
Anna Mikulska | MJCC
11 **Pandemia zweryfikowała słabe strony pracodawców i kultur organizacyjnych**
Adrian Martinez | I love HR
12 **Opinie pracowników**

II. NOWA RZECZYWISTOŚĆ OZNACZA NOWE BENEFITY

14 Wyniki badań - część II
15 **Pandemia przyśpieszyła cyfryzacje w ochronie zdrowia**
Anna Janiczek | PZU Zdrowie
16 **Bananowe środy, czy jednak coś innego?**
Agata Pelc | Wellbeing Institute
18 **Zmiana podejścia do benefitów pracowniczych, czyli co naprawdę jest dzisiaj ważne dla pracowników**
Iwona Grochowska | Nais
20 **Nowe potrzeby pracowników, nowe sposoby ich wspierania przez pracodawców**
Magdalena Pancewicz | Well.hr
21 **Reorganizacja podejścia do kwestii zdrowia i aktywności fizycznej na przykładzie Grupy TAURON**
22 **BNP Paribas Bank Polska - pandemia przyspieszyła wprowadzenie kompleksowego programu corporate wellness**
Wioletta Marciniak-Mierzwa | BNP Paribas Bank Polska

III. ZDROWIE PSYCHICZNE TO TREND, KTÓREGO NIE MOŻNA TERAZ POMINĄĆ

25 Wyniki badań - część III
26 **Dostęp do psychologów zamiast karty Multisport – długofalowa inwestycja w Mental Health przyszłością benefitów**
Maja Kołodziejczak | 180heartbeats/JvM

TREŚĆ RAPORTU

28 **Zmiana trybu życia pracowników – rozwiązania, które pomagają łączyć życie prywatne z zawodowym**
Patrycja Woszczyk | Human Power

30 **Zdrowie pracownika i jego potrzeby w czasach dotkniętych COVID-19**
Przemysław Jaczewski | HealthDesk

32 **Dlaczego pracodawcy powinni dbać o zdrowie psychiczne swoich pracowników?**
Damian Markowski | Therapify

35 **Zbadaliśmy potrzeby pracowników: nowe podejście do work-life balance, obciążenia psychiczne oraz spadek aktywności fizycznej – nowe rozwiązania w Bosch**
Joanna Wojdan-Liszewska | Robert Bosch sp. z o.o.

IV. NAJWIĘKSZĄ POTRZEBĄ JEST NADAL AKTYWNOŚĆ FIZYCZNA - ZDROWY PRACOWNIK TO AKTYWNY PRACOWNIK

38 Wyniki badań - część IV

39 **Pracownicy dostrzegają wartość regularnej motywacji, edukacji i metodę małych kroków które dają najbardziej trwałe efekty w programach wellness**
Radosław Kruczek | All for Body

41 **Brak ruchu jest drugą pandemią, ale sport (dosłownie) trafia pod nasze strzechy**
Igor Pielas | Activy

45 **Syncron – działania sportowe w nowej rzeczywistości**
Magdalena Rauner | Syncron

V. W PRZYSZŁOŚCI NALEŻY DZIAŁAĆ WEDŁUG DŁUGOFALOWEJ STRATEGII

47 Wyniki badań - część V

48 **Przyszłość benefitów – nowe oferty w nowej rzeczywistości**
Iga Miśta | MyBenefit

50 **Leczenie to działanie reaktywne – pracodawcy powinni działać proaktywnie, planując przyszłość**
Joanna Tonkowicz | Absolvent Consulting

52 **Pierwszy kryzys zażegnany, czas na długoterminowe działania**
Monika Sońta | Akademia Leona Koźmińskiego

54 **Well being w Ż – zrównoważenie w życiu zawodowym i prywatnym, sprawia że dużo łatwiej stawiamy czoła wyzwaniom**
Andrzej Borczyk | Grupa Żywiec

56 **Niestandardowe pomysły na wirtualną integrację – Nationale-Nederlanden w nowej rzeczywistości**
Marta Pokutycka-Mądrala | Nationale-Nederlanden

58 **Zdalna integracja i nowy program wellbeingowy – sposoby Avivy na nową rzeczywistość**
Monika Goszczyńska-Malon | Aviva

59 **Podsumowanie**

EKSPERCI

DO RAPORTU ZAPROSILIŚMY 22 EKSPERTÓW HR I WELLBEING

Patrycja Woszczyk
ekspertka
Human Power

Radosław Kruczek
koordynator programów
wellness All For Body

Anna Janiczek
Prezes Zarządu
PZU Zdrowie SA

Agata Pelc
Chief Managing Director
Wellbeing Institute

Iwona Grochowska
CEO i Co-founder
Nais

Maja Kołodziejczak
Senior HR Partner
180heartbeats/JvM

Andrzej Borczyk
Dyrektor Personalny
Grupy Żywiec

Joanna Tonkowicz
Partner Zarządzająca
Absolvent Consulting

Iga Miśta
Dyrektor Rozwoju
Produktów MyBenefit

Przemysław Jaczewski
Strateg i ekspert wellbeing
CEO HealthDesk®

Anna Mikulska
partner w agencji
MJCC

Adrian Martinez
Twórca społeczności
I love HR

Igor Pielas
CEO
Activy

Magdalena Pancewicz
Co-founder i Wellbeing
Strategist Well.hr

Iwo Szapar
Remote Work Advocate
i CEO Remote-How

Monika Sońta
Akademia Leona
Koźmińskiego

Damian Markowski
Co-Founder i COO
Therapify

Wioletta
Marciniak-Mierzwa
Dyrektor Departamentu
Wynagrodzeń, Benefitów
i Raportowania BNP Paribas
Bank Polska

Monika
Goszczyńska-Malon
Internal Communication
and Engagement Partner
Aviva

Joanna
Wojdan-Liszewska
Employer Branding Expert
Robert Bosch Sp. z o.o.

Marta
Pokutycka-Mądrala
Dyrektor Komunikacji
Korporacyjnej oraz Rzecznik
Prasowy Nationale-Nederlanden

Magdalena
Rauner
Talent Acquisition
Specialist Syncron

PARTNERZY

DZIĘKUJEMY ZA WSPARCIE W PROMOCJI RAPORTU

All for body
mierzalne programy wellness

therapify

MJCC

ABSOLVENT CONSULTING

ADRIAN MARTINEZ

Wellbeing Institute

HealthDesk®
programy wellbeing dla firm

PATRONI MEDIALNI

benefit

EMPLOYER BRANDING.PL

Personel plus

hr polska
PORTAL BRANŻOWY

WSTĘP

DOROTA MATUŁA
CO-FOUNDER & CMO ACTIVY

Drodzy czytelnicy!

Niezmiernie cieszę się, że udało Wam się dotrzeć do tej publikacji. Raport powstał z wewnętrznej potrzeby zbadania rynku i wyciągnięcia wniosków na przyszłość. Gdy zaczynałam rozmowy z ekspertami, nie wiedziałam do końca jakie konkluzje uda nam się zaprezentować w raporcie. Celem było zwrócenie uwagi pracodawców na realne potrzeby pracowników oraz wskazanie jak mogą na nie odpowiedzieć. Aby przedstawić pełny obraz sytuacji spojrzeliśmy na problem z trzech perspektyw: eksperckiej, pracodawcy oraz pracownika. Wiedzieliśmy, że bez tych składowych raport będzie niepełny.

Wyniki przeprowadzonego przez nas badania, na grupie 1200 pracowników z kilkuset firm, pokazały jak zmieniło się ich podejście do wellbeingu i jak obecnie oferowane benefity go nie zaspokajają. Z wynikami badań możecie zapoznać się na początku każdego z rozdziałów.

Obserwując działania firm podczas pandemii zauważyliśmy też, że część pracodawców bardzo szybko zareagowała na sytuację i zaproponowała nowe rozwiązania. Przykłady najlepszych naszym zdaniem praktyk znajdziecie pod koniec każdego rozdziału. Mimo to nadal wiele organizacji nie podjęło jeszcze odpowiednich kroków, co wynika głównie z braku długofalowego planu oraz niepewnej przyszłości. Wierzę, że niniejsza publikacja pomoże to zmienić.

W raporcie zebraliśmy wypowiedzi ponad dwudziestu ekspertów od wellbeingu i HR-u. Zróżnicowane doświadczenie i poziom specjalizacji sprawiły, że każdy artykuł jest inny i przedstawia problem z odmiennej perspektywy. Serdecznie zapraszam do zapoznania się ze wszystkimi tekstami.

Mam nadzieję, że raport wzbudzi w Was refleksję, zainspiruje do działania i stanie się drogowskazem do wprowadzania kolejnych, efektywnych rozwiązań w obszarze wellbeingu. Życzę wszystkim pracodawcom, by potrafili wyjść naprzeciw oczekiwaniom pracowników i zaproponować benefity dopasowane do prawdziwych potrzeb zatrudnionych, przedkładając ich wagę nad kolejne benefity “wydmuszki” spełniające jedynie funkcje wizerunkowe.

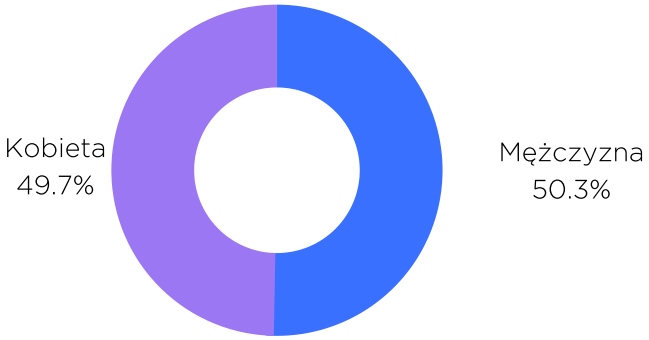
METODOLOGIA BADANIA

Zespół Activy ze wsparciem zespołu badawczego agencji MJCC przeprowadziło badanie poświecone tematowi przyszłości wellbeingu i benefitów pracowniczych. Dzięki badaniu możemy dowiedzieć się, jak zmieniły się potrzeby pracowników i ich podejście do benefitów oferowanych przez pracodawców. Możemy także zapoznać się z trendami związanymi z wellbeingiem, które będą miały znaczenie w najbliższym czasie oraz jakie działania warto podejmować w czasach VUCA.

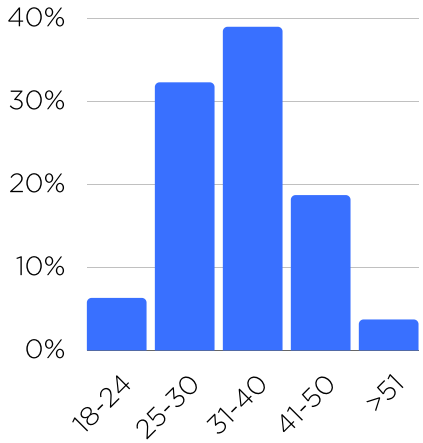
Badanie zostało przeprowadzone metodą CAWI i trwało od połowy lipca do połowy sierpnia 2020 roku. Link do ankiety był skierowany do polskich pracowników, a w szczególności do przedstawicieli dużych firm.

W badaniu wzięło udział 1200 pracowników z całej Polski, z kilkuset firm.

Płeć

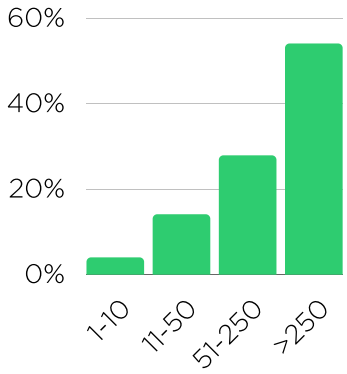


Wiek



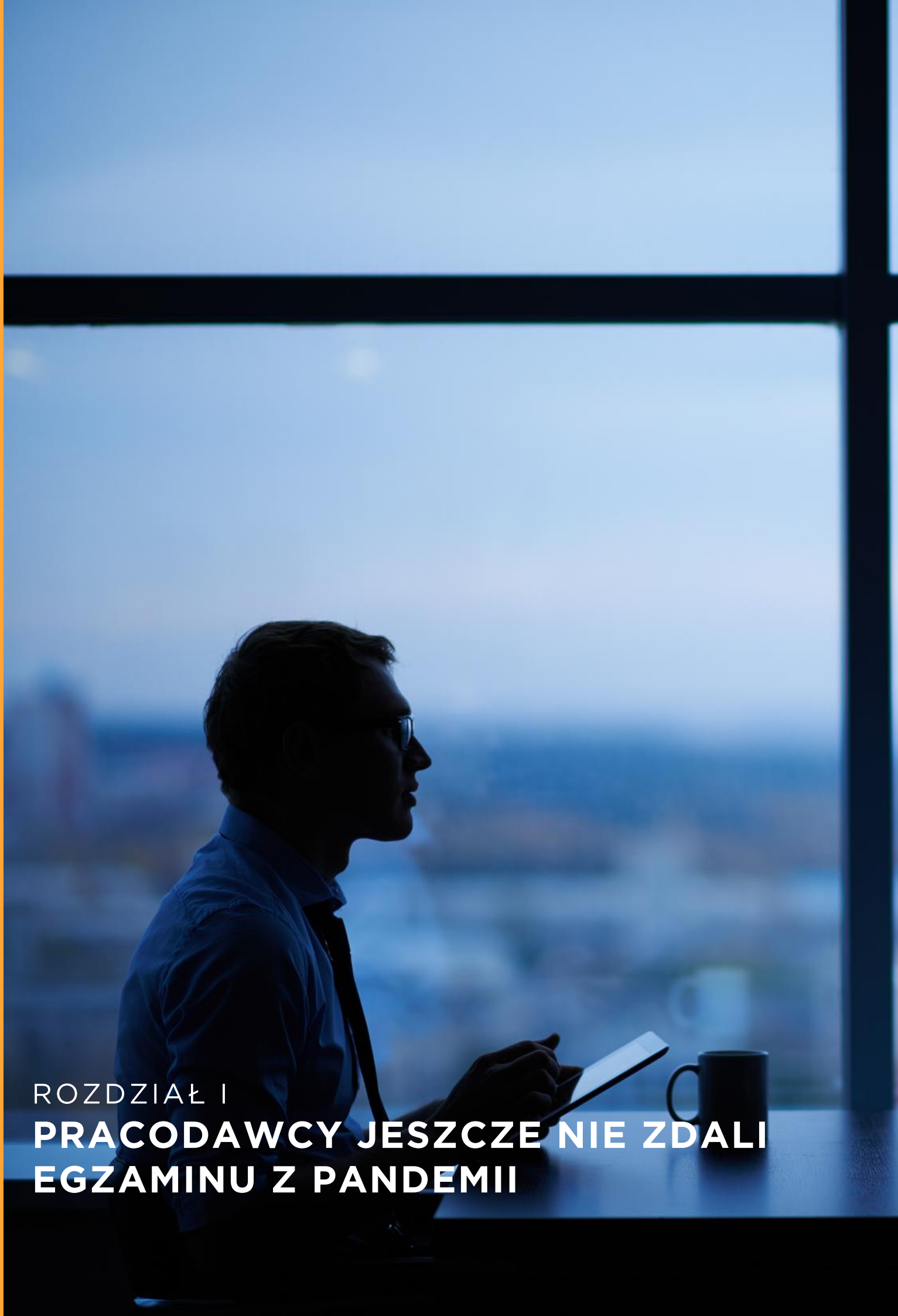
Posiadanie dzieci

Wielkość firmy
(liczba pracowników)



Przykładowe firmy

Mars Polska, Shell, KPMG, Sii, DPD Polska, Fujitsu, Google, Uber, Nielsen, DocPlanner, Allianz, Credit Suisse, Volvo, PwC, Intel, Tieto, Techland, Dentsu, LPP, 3M, Jeppesen, Decathlon, Pyszne.pl, Asseco, MediaCom, Dell, Nordea, Clariant, Nest Bank



ROZDZIAŁ I

PRACODAWCY JESZCZE NIE ZDALI EGZAMINU Z PANDEMII

CZĘŚĆ I

WYNIKI BADAŃ

3,3 NA 5 - TO OCENA JAKĄ WYSTAWILI PRACOWNICY SWOIM FIRMOM ZA PODEJŚCIE DO ZDROWIA I SAMOPOCZUCIA PRACOWNIKÓW W NOWEJ RZECZYWISTOŚCI.

Ocena podejścia pracodawców zależy mocno od zmiany odczuwanego poziomu wellbeingu samych pracowników.

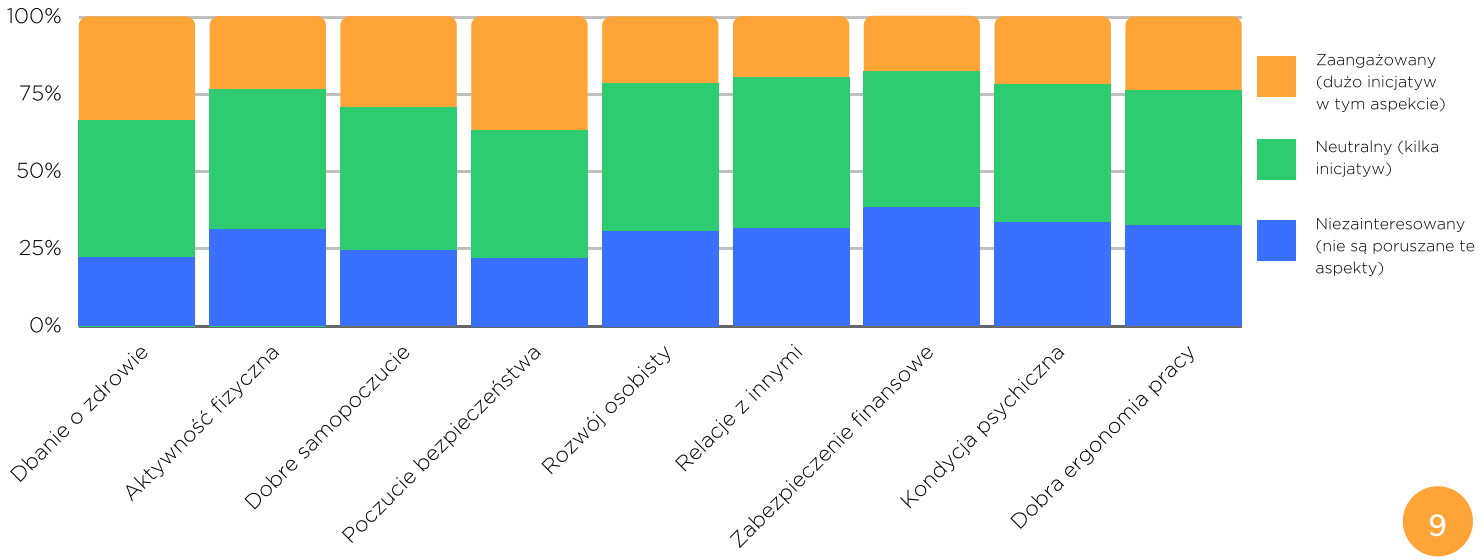
Pracownicy ze spadkiem samopoczucia względem czasu sprzed pandemii ocenili działania swojego pracodawcy wyraźnie gorzej (2,5 w skali od 1 do 5), a Ci zadowoleni ze swojego wellbeingu wystawili oceny lepsze (3,8).

Mimo dużego zainteresowania i wielu deklaracji pracodawców oraz ekspertów w obszarze wspomagania wellbeingu pracowników

47,9% *badanych twierdzi że podejście pracodawcy do kwestii związanych ze zdrowiem i dobrym samopoczuciem się nie zmieniło, a 19,3% nie ma w tym obszarze zdania.*

25% ***respondentów wskazało duże zaangażowanie pracodawcy, najczęściej w obszarze poczucia bezpieczeństwa i dbania o zdrowie. Zaangażowanie pracodawców w aspekty zdrowia, samopoczucia i aktywności fizycznej w różnych obszarach jest oceniane najczęściej (45,1%) jako neutralne (kilka inicjatyw).***

Oceń podejście Twojego pracodawcy do poszczególnych aspektów związanych ze zdrowiem, samopoczuciem i aktywnością fizyczną pracowników w nowej rzeczywistości.



ANNA MIKULSKA | MJCC

DYLEMATY PRACODAWCÓW – JAK SIĘ Z NIMI ZMIERZYĆ?

Wybuch pandemii i wprowadzenie licznych rządowych ograniczeń na początku marca tego roku znacząco wpłynęły na polski rynek pracy. Przyzwyczajeni do względnej stabilności pracownicy musieli zmierzyć się z nagłymi zmianami. Niektóre grupy zawodowe z dnia na dzień straciły zatrudnienie, inne ekspresowo przechodziły w tryb pracy zdalnej. Były też takie, które musiały pozostać na posterunku, narażając się na kontakt z wirusem po to, by zapewnić ciągłość podstawowych usług świadczonych przez swoje firmy.

W tej sytuacji zrodziło się wiele nowych pytań. Jak zapewnić bezpieczeństwo zespołów mających kontakt z klientem? Jak zadbać o zdrowie psychiczne zatrudnionych, kiedy rosną niepewność i poziom stresu? Jakimi rozwiązaniami zastąpić dobrze już znane benefity, które w nowych warunkach straciły swoją użyteczność? W jaki sposób angażować pracowników i budować kulturę organizacyjną podczas pracy zdalnej? To tylko niektóre z dylematów, przed jakimi stoją obecnie pracodawcy.

Dobra znajomość grupy docelowej i właściwa strategia budowania zaangażowania kluczem do przetrwania

Po kilku miesiącach życia z koronawirusem ciągle szukamy odpowiedzi na wiele pytań. Jedno jest jednak pewne już teraz: zmieni się nasze podejście do pracy i polityki HR. Jestem przekonana, że dojrzałe i mądre działania z zakresu employer brandingu zyskają na znaczeniu.

W czasie próby, na którą wszystkich nas wystawiła pandemia, jeszcze bardziej doceniamy te firmy, które po prostu stawiają na otwarte i uczciwe relacje, szacunek i bezpieczeństwo, biorą odpowiedzialność nie tylko za wynik finansowy, ale i za ludzi, którzy na niego pracują.

> ***Na wygranej pozycji będą te organizacje, które już wcześniej sumiennie odrobiły lekcję w tym obszarze: dobrze znają swoje grupy docelowe, opracowały długofalową strategię ich angażowania, potrafią się z nimi dobrze komunikować i dostosowują swoją ofertę do ich potrzeb.***

Pracownicy oczekują wsparcia emocjonalnego

Obecna sytuacja wpłynie także na rodzaj benefitów, jakie proponujemy pracownikom. Dostęp do niektórych będzie niemożliwy z oczywistych, logistycznych względów, ale nie tylko dlatego ich oferta musi się zmieniać. Pojawiają się przecież nowe potrzeby. Aż 55% pracujących [według raportu „Marka pracodawcy w czasie pandemii", MJCC, 2020] oczekuje na przykład, że firmy będą ich wspierać emocjonalnie. Pozostającym na home office pracownikom potrzebne będą także nie tylko nowe narzędzia pracy, ale i zmodyfikowane benefity sportowe, które ograniczą negatywne skutki ciągłego przebywania domu na sprawność i kondycję fizyczną. Z kolei pracujący rodzice muszą się mierzyć z trudnym wyzwaniem łączenia obowiązków służbowych z opieką nad dziećmi, zwłaszcza w sytuacji, kiedy powrót ich pociech do szkoły stoi pod znakiem zapytania.
W długofalowej perspektywie pracodawcy muszą uwzględnić wszystkie te czynniki w swoich strategiach – w przeciwnym wypadku nie będą mogli liczyć na efektywność i zaangażowanie zespołów.

Anna Mikulska | Partner w agencji MJCC

Ekspertka ds. budowania marki pracodawcy z ponad 17-letnim doświadczeniem zawodowym. W agencji zarządza zespołem strategiczno-badawczym. Wśród jej klientów były takie firmy jak: BNP Paribas, Coca-Cola HBC, McDonald's czy Mondelez. Opracowane przez nią działania były wielokrotnie nagradzane zarówno w polskich, jak i międzynarodowych konkursach branżowych,.

ADRIAN MARTINEZ | I LOVE HR

PANDEMIA ZWERYFIKOWAŁA SŁABE STRONY PRACODAWCÓW I KULTUR ORGANIZACYJNYCH

Sytuacja zagrożenia koronawirusem zaskoczyła wszystkich. To stwierdzenie jest aktualne nawet teraz, po kilku miesiącach trwania globalnej pandemii. Nie da się ukryć, że okres kwarantanny jest idealnym weryfikatorem słabych stron zarówno rynku i gospodarki, jak również pracodawców i kultur organizacyjnych.

Te firmy, które posiadały już zbudowaną silną kulturę, opartą na zaufaniu i transparentności, mądrych liderów i dostosowane do oczekiwań pracowników miejsca pracy, miały znacznie mniej do zrobienia w pandemicznej rzeczywistości. To właśnie one mogły liczyć na wsparcie i zrozumienie zatrudnionych nawet w najcięższych czasach. Zagwarantowała im to skuteczna komunikacja będąca podstawą przetrwania w obecnej sytuacji.

Pandemia i kryzys, który nastał wraz z nią zweryfikował wiele aspektów funkcjonowania firm, w tym między innymi: wartości, efektywność liderów, użyteczność przestrzeni biurowej, model pracy, jak również bijące rekordy popularności benefity pozapłacowe.Tak potrzebne, a zarazem trudne do dostosowania w nowych warunkach świadczenia pracownicze nie tylko musiały być przeniesione się do sfery online, ale również zostać dopasowane do bieżących potrzeb pracowników.

Kryzys wywołany koronawirusem ujawnił co tak naprawdę jest dla nas ważne: rodzina, dobra kondycja psychiczna, zdrowie naszych bliskich i dbałość o nasze samopoczucie w warunkach izolacji. Benefity szybko przeniosły się na zupełnie inny grunt, nie tylko fizycznie (do naszych domów), ale również pod kątem zawartości oferty.

Powiedzenie “w zdrowym ciele, zdrowy duch” nabiera dziś innego wymiaru i tworzy nowe wyzwania.

Jak zadbać o ciało i ducha naszych pracowników, nie narażając ich jednocześnie na niebezpieczeństwo? To egzamin, który muszą zdać wszyscy dobrzy pracodawcy. Na razie udało się to niewielu.

Adrian Martinez | Twórca społeczności I love HR

CIEKAWOSTKA Z BADANIA

OSOBY WCIĄŻ PRACUJĄCE ZDALNIE ZDECYDOWANIE LEPIEJ OCENIAJĄ PODEJŚCIE PRACODAWCY DO KWESTII ZWIĄZANYCH Z WELLBEINGIEM

55,7% *pracowników jest zadowolonych w porównaniu z 34% zadowolenia wśród pracowników pracujących w biurze.*

Wiele firm nadal ma problem ze strategicznym podejściem do długofalowej pracy zdalnej i niestety część z nich próbuje wrócić do poprzedniego modelu.Takie działania mogą jednak bardzo szybko zemścić się na pracodawcach, gdyż oczekiwania pracowników pod kątem elastycznego trybu pracy zostały już spełnione (poprzez działania awaryjne w związku z pandemią). Większości z nich odpowiada takie rozwiązanie i chcieliby nadal pracować w taki sposób (w modelu hybrydowym lub w pełni zdalnie). Firmy muszą być tego świadome i dostosowywać się do preferencji pracowników.

Iwo Szapar | Remote Work Advocate i CEO Remote-How

NAJLEPSZY GŁOS EKSPERCKI TO OPINIE SAMYCH PRACOWNIKÓW

"Postawa mojego pracodawcy (nierealne wymaganie, przeciążanie pracowników obowiązkami, obniżenie pensji z powodu COVID przy jednoczesnym zwiększeniu czasu pracy i obowiązków) doprowadziła do tego, że w przeciągu ostatnich 5 miesięcy z pracy odeszło 7 pracowników z 30. W tym tacy z wieloletnim stażem".

• • •

"Moim zdaniem nieocenione w obecnej sytuacji są dofinansowania związane z pracą w domu - na sprzęt taki jak krzesło biurowe, biurko, prąd, internet. Mam wręcz poczucie, że tego typu dopłaty powinny być obecnie obowiązkowe".

• • •

"U nas wszyscy pozamykali się w domach, nikt nie chce wracać do biura ani integrować się poza nim. Ani pracodawca, ani managerowie, ani członkowie zespołu nie wychodzą z żadną propozycją integracji poza biurem, podczas pracy też nie, co jest bardzo smutne".

• • •

"Brakuje szkoleń dla najwyższej kadry w zakresie zarządzania ludźmi, niewłaściwe traktowanie podwładnych i nieumiejętność zarządzania czasem przez zarządzających wpływa na kondycję psychiczną szeregowych pracowników".

• • •

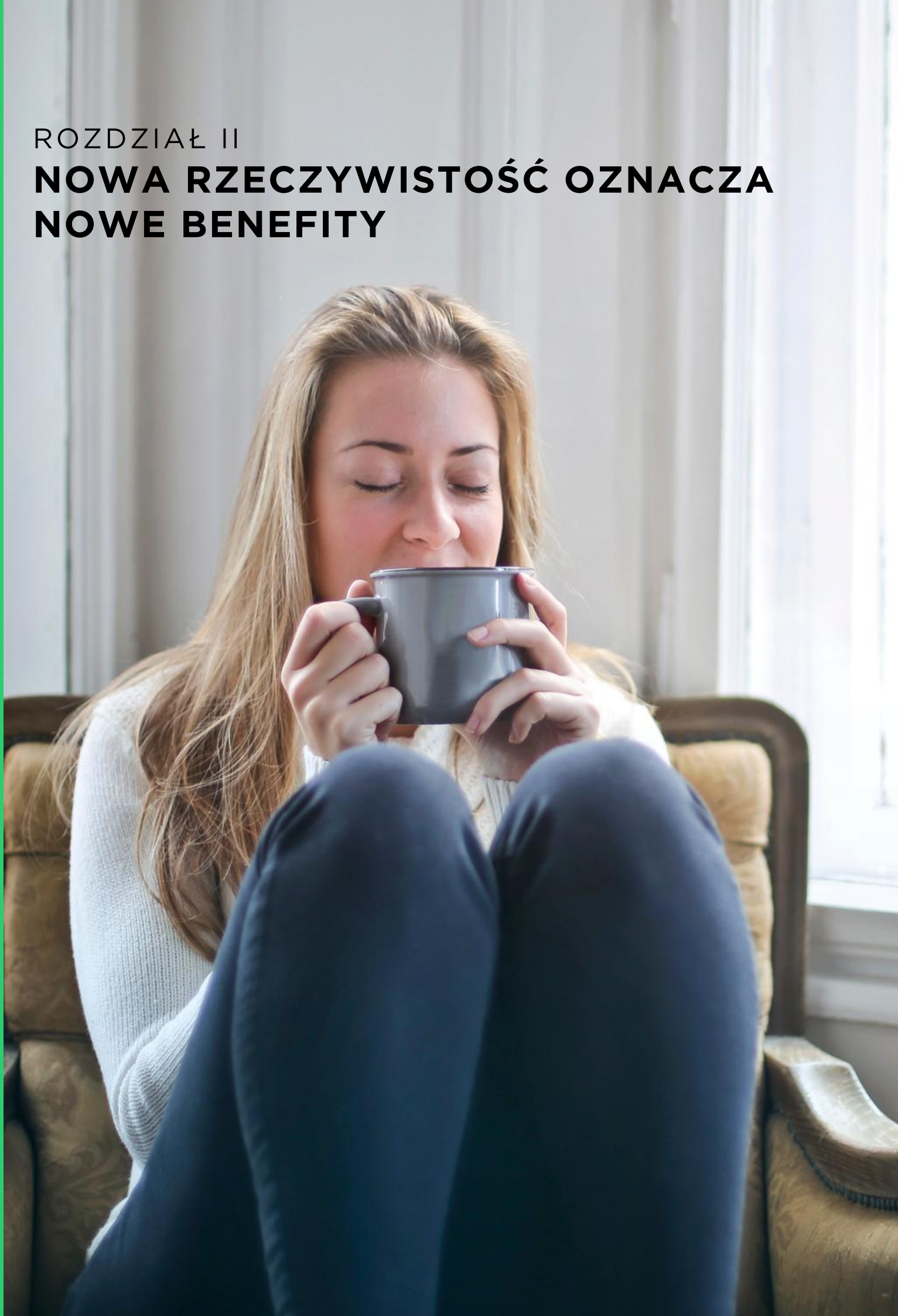
"Fajnie by było jakby szef chociaż raz zapytał co słychać i chciał usłyszeć szczerą odpowiedź".

• • •

"Współczesny model pracy w mojej firmie jest nieco przestarzały, ponieważ aktywność fizyczna traktowana jest jako coś ze sfery prywatnej, gdy moim zdaniem OBOWIĄZKIEM każdego pracodawcy powinno być zadbanie zdrowie w ramach pracy - w tym momencie, przy zadaniowym czasie pracy mamy więcej godzin przed komputerem, a zadbanie o nasze zdrowie, przede wszystkim kręgosłup, jest wypychane do czasu "po pracy". Niewiele go w rezultacie zostaje".

ROZDZIAŁ II

NOWA RZECZYWISTOŚĆ OZNACZA NOWE BENEFITY



CZĘŚĆ II

WYNIKI BADAŃ

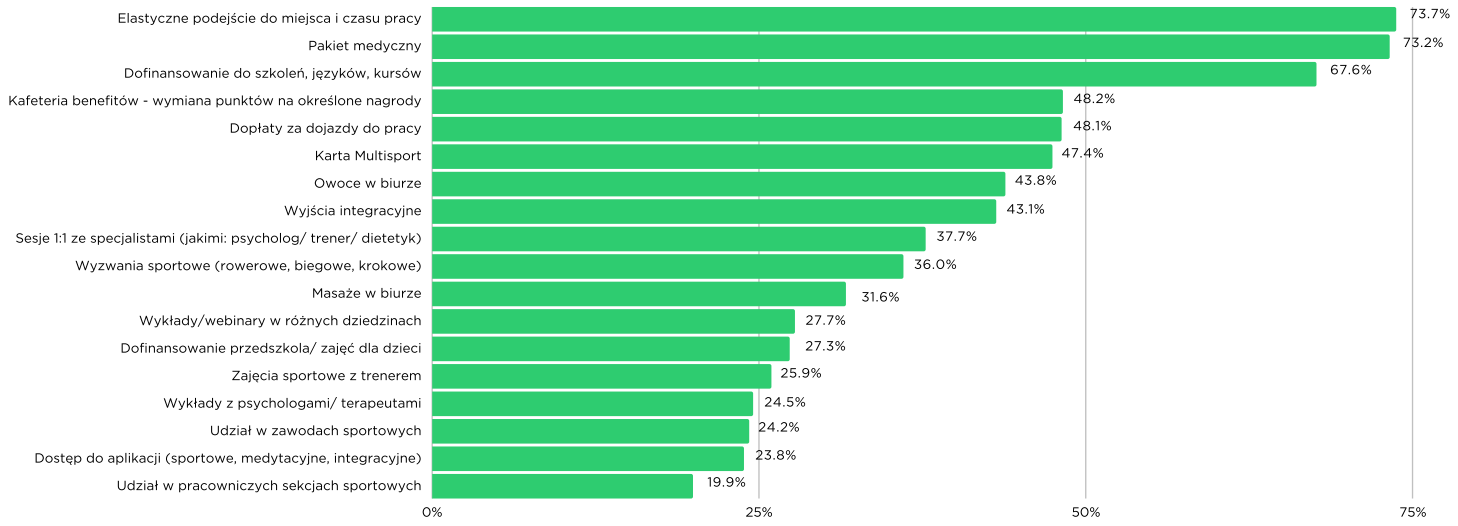
POTRZEBY PRZED PANDEMIĄ I W NOWEJ RZECZYWISTOŚCI NIE ZMIENIŁY SIĘ ISTOTNIE. STALE NAJWAŻNIEJSZĄ POTRZEBĄ W NASZYM WELLBEINGU JEST REGULARNA AKTYWNOŚĆ FIZYCZNA (67,5%). NA ZNACZENIU NAJBARDZIEJ ZYSKAŁA RÓWNOWAGA PSYCHICZNA (8,5 P.P.).

Jakie były/są Twoje największe potrzeby związane ze zdrowiem i dobrym samopoczuciem?

PRZED PANDEMIĄ	***W NOWEJ RZECZYWISTOŚCI***
1. Regularna aktywność fizyczna – 64,0%	1. ↑ Regularna aktywność fizyczna – 67,5%
2. Sen - dobra jakość snu – 55,8%	2. ↑ Zdrowe odżywianie – 51,5%
3. Czas - na przyjemności i rodzinę – 54,6%	3. ↓ Sen – dobra jakość snu – 50,4%
4. Zdrowe odżywianie – 47,4%	4. ↓ Czas – na przyjemności i rodzinę – 44,7%
5. Zminimalizowanie stresu – 38,4%	5. ↑ Równowaga psychiczna – 43,9%
6. Poczucie spełnienia zawodowego – 37,4%	6. ↓ Zminimalizowanie stresu – 40,7%
7. Rozwój osobisty – 36,5%	7. ↓ Rozwój osobisty – 32,8%
8. Równowaga psychiczna – 35,4%	8. ↓ Poczucie spełnienia zawodowego – 31,7%

NAJBARDZIEJ POŻĄDANYM BENEFITEM W NOWEJ RZECZYWISTOŚCI JEST ELASTYCZNE PODEJŚCIE DO MIEJSCA I CZASU PRACY

Jakie benefity najbardziej chciałbyś/chciałabyś aby oferował Twój pracodawca?



ANNA JANICZEK | PZU ZDROWIE SA

PANDEMIA PRZYŚPIESZYŁA CYFRYZACJE W OCHRONIE ZDROWIA

Prywatna opieka medyczna ma ugruntowaną pozycję na rynku benefitów w Polsce. Od kilku lat pracownicy wskazują ją jako najbardziej pożądany benefit pozapłacowy, szczególnie w wariancie rozszerzonym. Dlatego – pomimo kryzysu – pracodawcy są skłonni utrzymać ten rodzaj świadczeń. Poza funkcją motywacyjną, dostęp do opieki medycznej pełni jeszcze bardziej istotną rolę niż zazwyczaj. Troska o zdrowie pracownika jest z jednej strony wyrazem społecznej odpowiedzialności pracodawcy, a z drugiej zagadnieniem strategicznym z punktu widzenia utrzymania ciągłości operacyjnej przedsiębiorstwa.

> ***Niekwestionowaną zaletą opieki medycznej jako benefitu jest fakt, że w przeciwieństwie do wielu innych, można skorzystać z niej również w formie zdalnej. Pandemia przyspieszyła cyfryzację w ochronie zdrowia, która postrzegana jest już nie tylko przez pryzmat wygody, ale także bezpieczeństwa.***

Pacjenci PZU Zdrowie już dawno przekonali się do korzystania z telemedycyny w sprawach, które można realizować bez wychodzenia z domu. Szybka weryfikacja objawów i porada lekarska, omówienie wyników badań, otrzymanie e-recepty i e-skierowania, czy zamówienie leków do wybranej apteki – to wszystko posiadacze naszego pakietu medycznego mogą zrobić niezależnie od miejsca i pory dnia. Warto pamiętać, że telemedycyna jest rozwiązaniem wspierającym dla tradycyjnej opieki, dlatego centra medyczne PZU Zdrowie pozostają otwarte dla przez cały czas trwania pandemii przy zachowaniu odpowiedniego reżimu sanitarnego.

Anna Janiczek | Prezes Zarządu
PZU Zdrowie SA

Z Grupą PZU związana od 2016 roku, w której z sukcesem inicjowała i wdrażała cross obszarowe działania poprawiające doświadczenia klientów. Jednocześnie pełni funkcję Dyrektor Zarządzającej obszarem Ubezpieczeń Zdrowotnych, Marketingu i Relacji z Klientem w Grupie PZU.

Wśród benefitów oferowanych przez pracodawców nadal króluje pakiet medyczny i karta sportowa.

73,3% *pracowników bardzo chce żeby pracodawca oferował pakiet medyczny jako benefit.*

Jakie benefity oferował/uje Twój pracodawca?

PRZED PANDEMIĄ	***W NOWEJ RZECZYWISTOŚCI***
1. Karta Multisport – 73.9%	1. ↑ Pakiet medyczny – 68.6%
2. Pakiet medyczny – 64.6%	2. ↓ Karta Multisport – 65.8%
3. Owoce w biurze – 47.7%	3. ↑ Elastyczne podejście do miejsca i czasu pracy – 29.9%
4. Wyjścia integracyjne – 34.7%	4. ↓ Wyzwania sportowe – 21.5%
5. Dofinansowanie do szkoleń, języków, kursów – 31.7%	5. ↑ Kafeteria benefitów – 18.9%
6. Wyzwania sportowe – 25.8%	6. ↓ Dofinansowanie do szkoleń, języków, kursów – 16.8%
7. Elastyczne podejście do miejsca i czasu pracy – 25.4%	7. ↓ Owoce w biurze – 13.9%

AGATA PELC | WELLBEING INSTITUTE

BANANOWE ŚRODY, CZY JEDNAK COŚ INNEGO?

Czym jest wellbeing w organizacji?

Dobra polityka wellbeingowa w firmie jest ciągłym i dynamicznym zarządzaniem poczuciem dobrostanu pracownika, poprzez uwzględnienie jego potrzeb, które wynikają bezpośrednio z tego, czego doświadcza w swojej pracy. Dzięki temu poziom satysfakcji i samopoczucia ludzi w danej organizacji to rezultat ich codziennych doświadczeń (tzw. employee experience). Im lepsze doświadczenia, tym wyższy poziom wellbeingu.

Owocowe środy już nie wystarczą

Często między benefitem, a poczuciem dobrostanu stawia się znak równości. Tymczasem wellbeing to znacznie szersze pojęcie. Nie możemy koncentrować się tylko na rozwiązaniach w stylu „owocowe środy" czy ergonomiczne krzesła. Benefity to narzędzia wspierania doświadczeń pracowników i są ważnym elementem działań, jednak nie ich podstawą. Bazą dla zbudowania trwałego dobrego samopoczucia pracownika jest spójna, oparta o wartości kultura organizacyjna, menedżerowie rozumiejący kwestie wellbeingowe i posiadający wysokie kompetencje w tym zakresie, dobra atmosfera w pracy oraz pozytywna energia wpływająca na kreatywność i zaangażowanie.

Gdy na scenę wchodzi COVID-19...

Pandemia COVID-19 zmusiła nas (i nadal zmusza) do tego, aby na nowo zdefiniować doświadczenia pracowników i propozycję wartości dla nich, bo te są już dziś znacząco inne. Obecna przestrzeń zawodowa istotnie różni się od tej dobrze nam już znanej. Dom jest jednocześnie miejscem pracy i rodzinnym gniazdkiem, a przez chwilę był także „więzieniem" i zarazem azylem w jednym. Łączymy w nim wszystkie życiowe role i jest to nie lada wyzwanie.

Zaś ci którzy pracują stacjonarnie, mają niekiedy poczucie, że są na „polu walki". Minął pierwszy szok i osiadł trochę kurz całego zamieszania związanego z izolacją, ale jej skutki są nadal dobrze widoczne, dla tych, którzy potrafią patrzeć. Jesteśmy zmęczeni, sfrustrowani i czujemy napięcie. Jeśli mamy rodziny spędzamy ze sobą 24 godziny na dobę. Dzielimy obowiązki służbowe, rodzinne, naukę i pasje. Z kolei jeśli mieszkamy sami, to czujemy się osamotnieni w każdym obszarze życia. Tu rodzi się cała masa potrzeb, na które jako pracodawcy możemy (i powinniśmy) zareagować.

Pojawiło się też ogromne wyzwanie w postaci utrzymania więzi i poczucia przynależności. Próbowaliśmy odnaleźć się w świecie spotkań online i technicznie dziś już to umiemy. Jednak bardzo brakuje nam bliższego kontaktu mającego bardziej ludzki charakter, po prostu fizycznej obecności drugiego człowieka obok nas.

Nowe doświadczenia pracowników i nowe rozwiązania

Wiele firm zareagowało na tę kryzysową sytuację bardzo dobrze. Z ciekawszych rozwiązań na rynku pojawiły się na przykład szkolenia online z efektywności pracy zdalnej, zarządzania czasem i emocjami. Menedżerowie starali się wspierać swoje zespoły, tak jak potrafili najlepiej w tych warunkach. Niestety nie wszyscy. Byli tacy, którzy zupełnie się pogubili w tych specyficznych okolicznościach nie umiejąc im sprostać.
W ramach lepszej organizacji pracy zdalnej pracownikom wypożyczano do domu ergonomiczne fotele, laptopy, niezbędne sprzęty, zadbano również o dobre łącza internetowe.

W odpowiedzi na potrzeby związane z integracją pracownicy organizowali wspólne, nieformalne spotkania online, aby tylko porozmawiać, pośmiać się, pomarudzić, zwyczajnie pobyć ze sobą.

BANANOWE ŚRODY, CZY JEDNAK COŚ INNEGO?

Niektórzy jednoczyli się w ramach wspólnych ćwiczeń, rzucali sobie sportowe wyzwania. W organizacjach obudziły się talenty i często to właśnie pracownicy ujawniali swoje pasje, prowadzili zajęcia sportowe, hobbystyczne, grupy wsparcia dla mam czy warsztaty dla dzieci. Część firm zdecydowała się także na współpracę ze specjalistami w zakresie zdrowia psychicznego, psychologami w celu poprowadzenia warsztatów o tematyce radzenia sobie ze stresem lub na uruchomienie linii telefonicznego wsparcia dla pracowników i ich rodzin.

Przyszłość działań wellbeingowych w firmie

Co zatem organizacje powinny robić teraz? Przede wszystkim rozmawiać z ludźmi, obserwować i pytać. Świat się teraz bardzo szybko zmienia, dlatego musimy być w ciągłym kontakcie z naszymi pracownikami i reagować na bieżąco.

> ***Żyjemy w świecie VUCA, zmiennym, niepewnym, niejasnym i złożonym. Sytuacja związana z pandemią jest dla nas lekcją, gdyż musimy wspierać ludzi w radzeniu sobie z tą zmiennością, uczyć ich otwartości i elastyczności w działaniu.***

Warto więc inwestować we wszelkie rozwiązania, które pozwolą człowiekowi kształtować świadomość siebie i swoich potrzeb oraz rozumienia ich, tak aby potrafili zadbać o siebie. Stawiajmy na dbałość o zdrowie, zarówno to fizyczne jak i psychiczne, bo ono daje nam energię do działania i sprostania trudnym wyzwaniom. Uczmy także ludzi wzmacniać odporność psychiczną, bo wciąż jeszcze za mało mówimy o emocjach i o radzeniu sobie z nimi. Teraz (i zawsze) aktualny jest temat budowania relacji i więzi, prowadzenie dialogu, przy jednoczesnym akceptowaniu różnorodności. Menedżerów warto rozwijać w tym kierunku, bo dobry lider powinien być skoncentrowany na celu i jednocześnie na ludziach. Myślę, że ważnym tematem jest też nowy, hybrydowy model pracy, który będzie łączył wykonywanie obowiązków zawodowych w domu i w biurze. Odpowiedzią na to wyzwanie wydaje się być elastyczny czas pracy, gdzie liczy się rezultat, a nie czas wykonania zadania.

Ktoś kiedyś powiedział „Zadbajmy o ludzi, a oni zadbają o biznes", a to oznacza, że zadowolony człowiek po prostu będzie pracować bardziej efektywnie. Taka postawa może otworzyć nam drogę do bycia wellbeingową organizacją. A tych potrzeba nam jak najwięcej.

Agata Pelc | Chief Managing Director
Wellbeing Institute

Na co dzień dba o realizację strategii instytutu, tworzy strategie i procesy dla klientów, wdraża i wspiera programy wellbeingowe w organizacjach. Trener biznesu, doradca i praktyk, który towarzyszy ludziom i organizacjom od ponad 15 lat. Specjalizuje się w tworzeniu programów wellbeingowych dla firm opartych na potrzebach ludzi i organizacji oraz aktywnej pomocy w ich wdrażaniu.

CIEKAWOSTKA Z BADANIA

PODCZAS GDY PRZED PANDEMIĄ BENEFITY ZWIĄZANE Z KONDYCJĄ PSYCHICZNĄ OFEROWAŁO JEDYNIE 3%, AŻ

72,6% *pracowników uważa, że ich pracodawca powinien wprowadzić benefity związane z kondycją psychiczną.*

IWONA GROCHOWSKA | NAIS

ZMIANA PODEJŚCIA DO BENEFITÓW, CZYLI CO NAPRAWDĘ JEST DZISIAJ WAŻNE DLA PRACOWNIKÓW?

Zmodyfikowany model pracy oraz niepewność na rynku wymusiły zmianę stosunku także do benefitów pracowniczych. Z jednej strony mamy firmy, które z największą uwagą liczą koszty, szukając przede wszystkim optymalizacji procesów i borykają się z nowymi wyzwaniami w obszarze zarządzania ludźmi. Z drugiej strony mamy pracowników, którzy działają w warunkach niepokoju, są mniej skłonni do zmiany i szukają głównie bezpieczeństwa.

Większość firm niechętnie sięga dzisiaj po nowości, skupiając się raczej na optymalizowaniu obsługi funduszu socjalnego, z którego wciąż finansowana jest lwia część świadczeń pozapłacowych. Jednak portfolio tych świadczeń znacząco się zmienia. Wiele z nich, jak choćby karty fitness, tracą na znaczeniu. Pracownicy w trosce o swoje bezpieczeństwo nie wracają tak gremialnie do klubów sportowych, a aktywność fizyczną realizują w nowych formach. Coraz większą popularność zdobywa na rynku fitness online, który jest dla firm zdecydowanie tańszy, a dla ludzi bezpieczniejszy, a niekiedy również bardziej efektywny. Zaś ci, którzy decydują się na siłownię, mogą z niej korzystać w formacie “pay per entry”, który jest bardzo elastyczny dla finansujących oraz samych ćwiczących, oraz konkuruje atrakcyjnymi stawkami wyłącznie za rzeczywiste wejścia do obiektu.

Zupełnie niezagrożona wydaje się być za to prywatna opieka medyczna realizowana poprzez wykupienie abonamentów medycznych, ubezpieczeń zdrowotnych czy w modelu “pay per entry”. Ten benefit celnie trafia w potrzebę bezpieczeństwa. Podobnie jak zapomogi z funduszu socjalnego, na które zdecydowało się wiele firm będących klientami Nais.

> ***Dzisiaj jest szczególnie ważne, by zapewnić pracownikom szybki i transparentny dostęp do socjalnych środków oraz swobodę ich wydawania (oczywiście w granicach określonych prawem).***

Pozwoliły one na finansowanie z tego źródła codziennych potrzeb swoich pracowników, którzy korzystają z nich gremialnie. Rację bytu straciły zaś benefity ściśle związane z miejscem pracy jak stacjonarne zajęcia grupowe, lunche, catering firmowy czy usługi fizjoterapeutyczne.Te ostatnie zaczęto praktykować również w warunkach domowych, gdyż praca zdalna, często w niewygodnej pozycji, wpłynęła negatywnie na kondycję wielu kręgosłupów. Pracownicy oczekują, a wielu klientów Nais już wyszło im na przeciw, że firma pomoże w urządzeniu domowego biura tak, by dało się pracować komfortowo z własnego mieszkania - z laptopem na biurku, siedząc na biurowym krześle.

Pracownicy chętniej korzystają także z pomocy psychoterapeutycznej oferowanej przez firmę, chcąc poprawić swoją kondycję emocjonalną.

Świat benefitów “znormalniał”. Pracodawcy mają okazję w racjonalny sposób wspierać pracowników w ich prawdziwych potrzebach i z satysfakcją obserwuję, że mają nareszcie odwagę o nie pytać i je badać.

ZMIANA PODEJŚCIA DO BENEFITÓW, CZYLI CO NAPRAWDĘ JEST DZISIAJ WAŻNE DLA PRACOWNIKÓW?

Na koniec chciałabym zwrócić uwagę na starą prawdę, że najlepszym benefitem dla pracownika jest dobry szef. I dzisiaj wielkim wyzwaniem dla firm i każdego managera jest budowanie autentycznej i wspierającej relacji z pracownikiem w tych nowych warunkach tak, żeby czuł się doceniony i był zaangażowany na poziomie swoich obowiązków, ale przede wszystkim również na poziomie całej organizacji. Bo przecież ostatecznie instytucja benefitów ma służyć właśnie temu celowi.

Iwona Grochowska | CEO i Co-founder Nais

Psycholog, coach, trener oraz menedżer zmiany. Od czterech lat CEO Nais, polskiej aplikacji do doceniania, nagradzania, budowania satysfakcji i zaangażowania pracowników. Rozwiązanie bazuje na People Analytics, dostarczając wiedzę o tym, czy i w jaki sposób działania pracodawcy związane z docenianiem, w tym benefitowe, przekładają się na poziom satysfakcji i zaangażowania pracowników: www.nais.pl. Przez lata zarządzała zespołami w małych i bardzo dużych firmach, m.in. Agora S.A. i Benefit Systems S.A.

CIEKAWOSTKA Z BADANIA

PRACOWNICY LEPIEJ OCENIAJĄ PRACODAWCĘ W KONTEKŚCIE PODEJŚCIA DO WELLBEINGU, JEŻELI INWESTUJE W SPORT, ELASTYCZNY CZAS PRACY ORAZ WSPARCIE PSYCHOLOGICZNE (12% LEPIEJ NIŻ ŚREDNIA OCENA).

MAGDALENA PANCEWICZ | WELL.HR

NOWE POTRZEBY PRACOWNIKÓW – JAK IM SPROSTAĆ?

Pandemia Covid-19 bezpowrotnie zmieniła miejsca pracy, zwracając uwagę organizacji na aspekty wcześniej niedoceniane lub pomijane. Na naszych oczach modyfikowany jest styl pracy, organizacja biur, wygląd i wykorzystanie przestrzeni wspólnych. Sfery prywatna i zawodowa przenikają się jak nigdy dotąd, a pracodawcy na niespotykaną wcześniej skalę dostrzegają jak zdrowie, dobre samopoczucie i satysfakcja pracownika przekładają się na rezultaty biznesowe. Zmieniające się potrzeby pracowników i pracodawców oznaczają, że dotychczasowa paleta rozwiązań i świadczeń oferowanych zatrudnionym także musi się zmienić.

Zdrowie priorytetem

Świadczenia zdrowotne, zwłaszcza te związane z aktualną sytuacją pracowników, są przez nich wysoko oceniane. Wśród oferowanych opcji benefitowych znajdują się między innymi:

- Ubezpieczenie zdrowotne, prywatna opieka medyczna oraz dostęp do usług telemedycznych.
- Szkolenia z zespołem BHP dotyczące bezpiecznego powrotu do pracy oraz zasad higieny chroniących przed zarażeniem Covid-19.
- Szkolenia dla pracowników z pierwszej pomocy z dodatkowym uwzględnieniem pomocy w przypadku zachorowania na koronawirusa.
- Zakup sprzętu medycznego pozwalającego na diagnostykę koronowirusa u pracowników oraz udostępnienie usługi skorzystania z testów na Covid-19.
- Możliwość przeprowadzenia testu w bezpieczny sposób, bez opuszczania domu oferuje pracownikom m.in. BNP Paribas.
- Zakup niezbędnych leków wraz z dostawą do domu, oferowany na przykład przez Roche Pharmaceutical.

Komfort pracy zdalnej

Wiele firm już od pół roku funkcjonuje w całości lub częściowo w trybie zdalnym. Zarówno pracodawcy jak i pracownicy dostrzegają i pozytywne i negatywne skutki tej sytuacji. Aby wyjść naprzeciw potrzebom zespołów związanych z organizacją pracy w domu, firmy proponują rozwiązania takie jak:

- Zapewnienie pracownikom wygodnych i ergonomicznych krzeseł, biurek czy monitorów (wypożyczenie lub zwrot kosztów zakupu).
- Umożliwienie pracy z bliskiej przestrzeni coworkingowej zamiast z biura.
- Szkolenia dla pracowników na temat zdrowej i efektywnej pracy z domu, dotyczące na przykład ergonomii stanowiska pracy, zarządzania czasem, produktywności, ustalenia rytmu dnia wspierającego równowagę między życiem zawodowym a prywatnym.
- Prowadzenie zajęć sportowych online, aktywne przerwy w pracy.
- Tak zwane #wellbeingchallenge – cotygodniowe wyzwania motywujące do dbania o swoje zdrowie i samopoczucie (organizowane np. W Nokii).

Wellbeing mentalny

Dobrostan psychiczny i dbałość o dobre samopoczucie pracowników, stały się szczególnie ważne w czasie pandemii. Wśród wprowadzanych przez pracodawców świadczeń w tym obszarze popularnością cieszą się między innymi:

- Wellbeing Info Hub - dedykowany portal, gdzie umieszczane są różnego rodzaju treści - artykuły, filmy, porady, szkolenia z obszaru wellbeingu, dla tych, którzy chcą się na tym polu rozwijać.

- Spotkania online, chaty lub specjalna linia telefoniczna umożliwiająca zdalną konsultację ze specjalistami: lekarzami i psychologami, przeznaczona dla pracowników i ich bliskich.
- Personal Support Service – całodobowy numer telefonu, pod który pracownicy i członkowie ich rodzin w każdej chwili mogą zadzwonić i uzyskać wsparcie m.in. psychologa (stosowany na przykład w Nokii).
- Tworzenie wewnętrznych grup wsparcia, jak grupa Take CAre! działająca w Credit Agricole - pracownicy oferują sobie nawzajem koleżeńską pomoc w sprawach prywatnych, np. przy odrabianiu zadań domowych z dziećmi czy robieniu zakupów.
- Szkolenie i tworzenie sieci pracowników wspierających w zachowaniu wellbeingu mentalnego – „Mental Health First Aiders".

Oprócz działań wspierających wellbeing adresowanych do pracowników warto także pytać o ich potrzeby. Regularne badania typu 'pulse check' to dobry sposób na poznanie oczekiwań zatrudnionych. Jednym z często wdrażanych przez nas wspólnie z klientami działań – zarówno dla pracowników online jak i pracowników w zakładach produkcyjnych – są ankiety dotyczące samopoczucia, realizacji potrzeb oraz kondycji emocjonalnej. Wszystkie wdrażane benefity powinny być bowiem nie tylko być ze strategią firmy, ale przede wszystkim odpowiadać na oczekiwania pracowników.

Magdalena Pancewicz | Co-founder i Wellbeing Strategist Well.hr

Od 10 lat działa w branży HR oraz komunikacji i marketingu: rekrutuje do firm talenty, buduje zaangażowanie oraz motywację pracowników i dba o ich wellbeing. Zajmuje się komunikacją zmian zarówno strategicznych jak i operacyjnych. Interesuje się obszarem styku komunikacji i IT. Doświadczenie zawodowe zdobywała, pracując w firmach z różnych branż – od bankowości po branżę budowlaną – i różnej wielkości – od startupów do korporacji zatrudniających ponad 250 tys. pracowników.

CIEKAWOSTKA Z BADANIA

Pracownicy firm, które już przed pandemią oferowały elastyczne podejście do miejsca i czasu pracy, korzystali z tej opcji w 48%. W nowej rzeczywistości większość z nich (60.5%) pracuje w 100% zdalnie.

90,6% *pracowników (pracujących zdalnie) wskazuje, że jest to obecnie bardzo pożądany przez nich benefit.*

31% *tylko tyle rodziców jest zainteresowanych tematem godzenia pracy zdalnej z opieką nad dzieckiem.*

Większym problemem jest dla rodziców radzenie sobie ze stresem [47.1%] oraz spokój i mindfulness [45.7%], podobnie jak w całej grupie badanych.

REORGANIZACJA PODEJŚCIA DO KWESTII ZDROWIA I AKTYWNOŚCI FIZYCZNEJ NA PRZYKŁADZIE GRUPY TAURON

Sytuacja epidemiczna niejako wymusiła na nas wprowadzenie nowych rozwiązań wellbeingowych. To, co dotychczas odbywało się w rzeczywistości, teraz zostało przeniesione do sieci. A ponieważ nie wszystkie akcje można było przeprowadzić wirtualnie 1:1, pojawiło się wiele modyfikacji i nowych pomysłów w zakresie zarządzania obszarem zdrowia pracowników.

Koronawirus nie zmienił naszego podejścia do kwestii zdrowia i aktywności pracowników, ale wymusił reorganizację tego obszaru.
Wydarzenia, które dotychczas cyklicznie odbywały się w rzeczywistości, przenieśliśmy, na tyle, na ile było to możliwe do sieci. Poszukiwaliśmy również nowych rozwiązań. W okresie lockdownu zachęcaliśmy pracowników do ćwiczeń on-line za pomocą specjalnej platformy, rozwinęliśmy nowe kanały kontaktu, w tym również telefoniczne wsparcie ze strony psychologów, w intranecie Grupy wzmocniliśmy przekazy dotyczące profilaktyki i zasad bezpieczeństwa.

Nie trać formy, ćwicz z domu! - program zajęć dla pracowników zdalnych
W jednej chwili mieszkania stały się nie tylko miejscem życia rodzinnego, ale także pracy i edukacji. Mając świadomość tego, że ograniczenia dotyczące zamknięcia m.in. klubów fitness, siłowni, basenów, siedzący tryb pracy w domu, mała aktywność fizyczna w ciągu dnia mogą odbić się na zdrowiu, zdecydowaliśmy o uruchomieniu dla pracowników Grupy TAURON projektu pn. Nie trać formy, ćwicz z domu! W jego ramach udostępniliśmy pracownikom dostęp do platformy, w której trzy razy w tygodniu odbywają się zajęcia jogi w formie on-line.

Po ustaniu lockdownu zdecydowaliśmy o kontynuacji zajęć. Zastąpiliśmy je jednak wirtualnymi warsztatami z zakresu zdrowego odżywiania oraz treningami ogólnorozwojowymi. Projekt realizujemy pod nazwą #ZostańwZdrowiu!

Nieodłącznym elementem dbania o zdrowie blisko 26 tysięcy pracowników TAURONA w dobie COVID-19 jest również cykl publikowanych w intranecie Grupy artykułów dotyczących zachowania odpowiednich środków bezpieczeństwa i poprawy odporności.

> ***Nie ulega wątpliwości, że zalecana izolacja społeczna to trudny czas dla wielu osób. Z tego względu uruchomiliśmy dla pracowników Grupy TAURON specjalną infolinię konsultacji z psychologiem.***

Zachęcamy także pracowników do tego, by czas spędzony w domu potraktować jako dobrą okazję do powrotu do dawnych pasji lub znalezienia nowych, zadbania o relację z bliskimi i przyjaciółmi, nadrobienia rzeczy, na które wcześniej nie mieliśmy czasu.

WIOLETTA MARCINIAK-MIERZWA |
BNP PARIBAS BANK POLSKA

BNP PARIBAS

PANDEMIA PRZYSPIESZYŁA WPROWADZENIE KOMPLEKSOWEGO PROGRAMU CORPORATE WELLNESS

W BNP Paribas Bank Polska podejście do zdrowia i dobrej kondycji naszych pracowników zawsze było ważne. W 2018 roku, wraz z wprowadzeniem nowej strategii benefitowej i programu BEneFIT, podjęliśmy jeszcze bardziej świadomie i długofalowe działania na rzecz kreowania przyjaznego środowiska pracy, poprawy kondycji psychofizyczej oraz bezpieczeństwa pracowników, a także ich bliskich.

Strategia benefitowa BNP Paribas Bank Polska jest realizowana w ramach czterech filarów: bezpieczeństwo, zdrowie, work-life balance oraz przyjazne środowisko pracy. Zapewniamy pracownikom dostęp do szeregu benefitów, inicjatyw, ofert, narzędzi i rozwiązań (stacjonarnych oraz mobilnych, realizowanych z wiodącymi partnerami na rynku), które wspierają pracowników w zakresie zarządzania zdrowiem, promują aktywność fizyczną, wzajemne inspirowanie się i realizację pasji. Wiele benefitów oferujemy w modelu umożliwiającym korzystanie z nich przez bliskich pracowników (partnerów, dzieci, seniorów), co pozwala zadbać o całe rodziny i ułatwia pracownikom harmonijne godzenie pracy zawodowej z życiem prywatnym.

Jednak w czasie pandemii szybko okazało się, że dobre samopoczucie, posiadanie satysfakcjonującej relacji z ludźmi, zdolność radzenia sobie z problemami oraz umiejętność dbania o kondycję fizyczną stały się towarem deficytowym.

> ***Okazywanie troski, wsparcia mentalnego oraz zapewnienie pracownikom poczucia bezpieczeństwa podczas pandemii, jak również po, traktujemy jako współodpowiedzialność i obowiązek świadomego, nowoczesnego pracodawcy.***

Obecna sytuacja dla większości pracowników stanowi duże obciążenie psychiczne. Do codziennych wyzwań zawodowych i prywatnych, dołączył lęk o zdrowie własne, bliskich oraz o przyszłość. Dodatkowo lockdown spowodował, że wiele dotychczasowych aktywności, w tym fizycznych, zostało ograniczonych, bądź wstrzymanych.

Dlatego, aby zminimalizować niekorzystne skutki pandemii i maksymalnie wesprzeć pracowników, bardzo szybko zorganizowaliśmy szereg akcji wspierających kondycję psychofizyczną, bezpieczeństwo i rozwój pracowników oraz ich bliskich.

Bank przygotował zestawienie kursów oraz materiałów edukacyjnych, aby wesprzeć rodziców w organizacji czasu dzieciom. W aplikacji Worksmile w sekcjach „Mapa do Mentalnego Fitnessu", „Healthy Lifestyle by Worksmile" pracownicy mogli uzyskać informacje na temat zdrowia psychicznego i dobrostanu. Posiadacze Karty Multisport mogli korzystać z dostępu do audiobooków, e-booków oraz wielu zajęć sportowych online. Bank udostępnił pracownikom telefoniczne wsparcie psychologiczne i wiele szkoleń. Wśród nich webinary dla menedżerów: „Jak efektywnie pracować z domu?", czy dostępne dla wszystkich pracowników wirtualne szkolenia rozwojowe oraz podnoszące kompetencje, a także nt. radzenia sobie z konfliktem czy stresem.

W zakresie komunikacji uruchomiliśmy kampanię #zostanwdomu, która porusza tematy dotyczące zasad bezpieczeństwa i funkcjonowania w czasach pandemii. Zorganizowaliśmy także warsztaty z komunikacji empatycznej, zajęcia dla dzieci, wsparcie technologiczne pracowników.

PANDEMIA PRZYSPIESZYŁA WPROWADZENIE KOMPLEKSOWEGO PROGRAMU CORPORATE WELLNESS

Wszystkie inicjatywy edukacyjne i pro-pracownicze zostały przeniesione do online, tj. organizacja Dni CSR, Dzień Dziecka. Wprowadziliśmy tele-medycynę z grafikiem internisty dedykowanym tylko pracownikom BNP Paribas. Pracownicy mieli także stały dostęp do materiałów i porad na temat mindfulness, które podnoszą efektywność osobistą i odporność psychiczną.

To, czego się nauczyliśmy to, że potrafimy dynamicznie, skutecznie i jednocześnie w elastyczny sposób reagować na potrzeby pracowników oraz dbać o ich dobrostan, nie zapominając o otaczającym nas społeczeństwie. Kadra zarządzająca jest zaangażowana i podejmuje działania prewencyjne, żeby pracownicy czuli się bezpiecznie.

Pandemia spowodowała również, że przyspieszyliśmy działania dotyczące uruchomienia kompleksowego programu corporate wellness, nad którym pracowaliśmy od początku 2020 r.

W czerwcu 2020 r. BNP Paribas Bank Polska wdrożył wyróżniający nas na rynku program corporate wellness pod hasłem Dobrze, który jest elementem programu „Banki Bliski Bliskim" oraz częścią filaru „Przyjazne środowisko pracy" strategii BEneFIT. To odpowiedź na potrzeby pracowników banku, a także ich bliskich w czasie pandemii.

Program nazwaliśmy DOBRZE, ponieważ wellbeing to dobre samopoczucie, sztuka życia tak, żeby na większość pytań odpowiedź brzmiała DOBRZE. Trudno o bardziej pozytywne słowo – to zgoda, pochwała, afirmacja i wyraz szczęścia. To także świadectwo, że pracodawca troszczy się o pracowników i ich bliskich, zarówno w sferze zawodowej jak i prywatnej.

Program jest ułożony w oparciu o cztery filary zdrowia: obniżenie stresu, odżywianie, aktywność, regeneracja i realizowany z firmą All for Body, który od dziesięciu lat wspiera pracowników w tworzeniu programów wellnessowych dopasowanych do potrzeb pracowników i kultury organizacyjnej danej firmy.

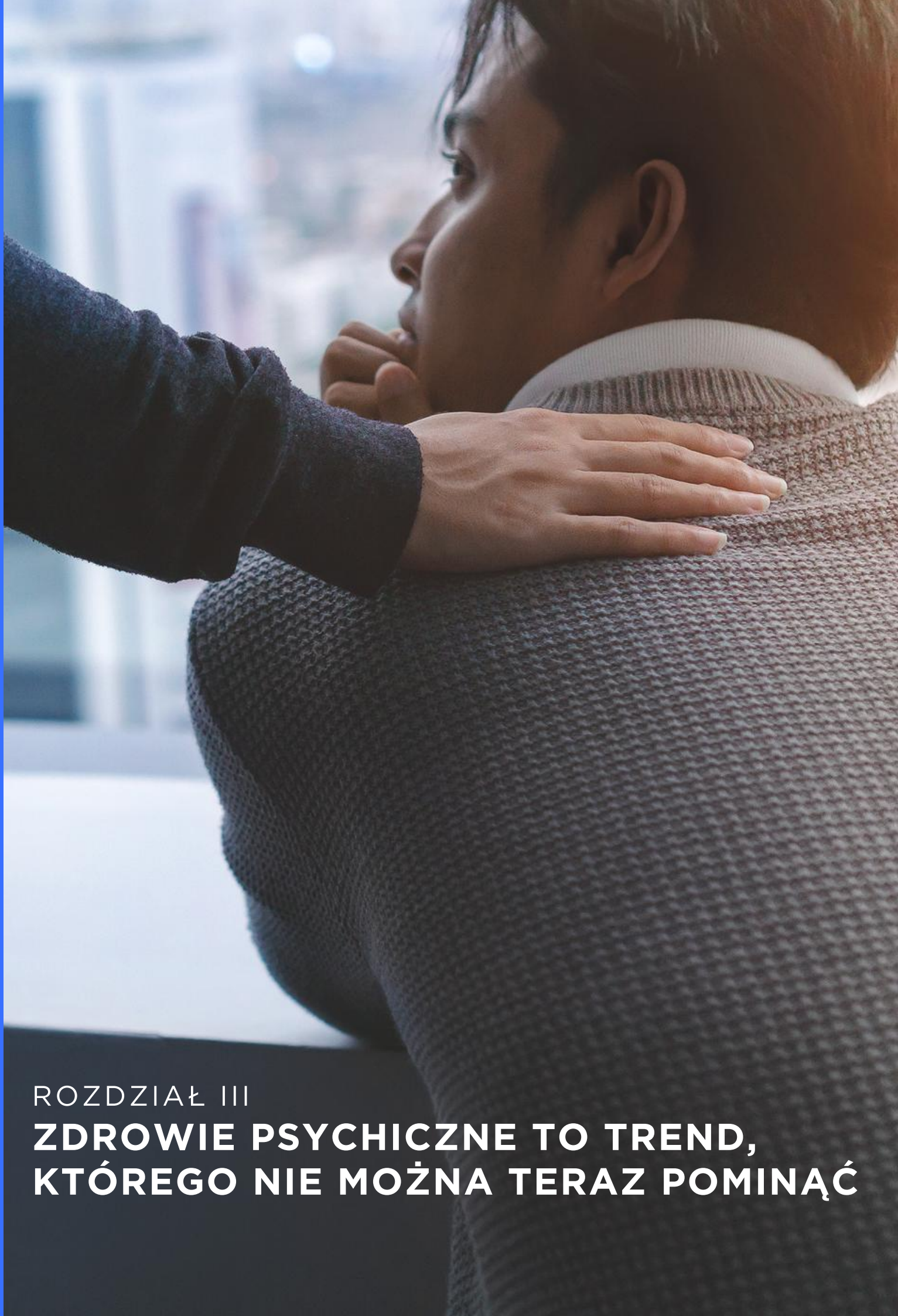
Program jest realną pomocą w dbaniu o dobrą jakość życia oraz wzmocnienie kondycji psychofizycznej. Pomaga zredukować stres, uspokoić umysł, uwalniać blokady fizyczne i emocjonalne, zadbać o układ odpornościowy, zdrowe odżywanie, poprawić wydolność organizmu, zachęcić do aktywności fizycznej.

Pracownicy mają możliwość wzięcia udziału w codziennych zajęciach na Webex budujących zdrowe nawyki. Mogą skorzystać z finansowanych prze bank porad on-line na zapisy: dietetyka, fizjoterapeuty, trenerów sportowych, psychologa, jak również wziąć udział w webinarach. Pomaga także zachować harmonijny work life balance przy ograniczeniach w związku z pandemią. Pracownicy mogą być w stałym kontakcie ze sobą i być na bieżąco z informacjami o programie DOBRZE, dzięki wdrożonej dwa lata temu aplikacji społecznościowej Worksmile.

Wdrażając program wellness DOBRZE nie mieliśmy wątpliwości, że zyska zwolenników. Od włączenia mija miesiąc, a do programu dołącza coraz więcej pracowników. Każda przekonana osoba, wykonane ćwiczenie/aktywność z jej udziałem, skomentowany post jest dla nas powodem do radości.

Wioletta Marciniak-Mierzwa | Dyrektor Departamentu Wynagrodzeń, Benefitów i Raportowania BNP Paribas Bank Polska

Dyrektor HR z wieloletnim doświadczeniem w zarządzaniu pełnym spektrum funkcji HR, specjalizująca się w zakresie wynagrodzeń, benefitów, controllingu HR i HR Business Partneringu oraz ekspert rynku pracy.



ROZDZIAŁ III

ZDROWIE PSYCHICZNE TO TREND, KTÓREGO NIE MOŻNA TERAZ POMINĄĆ

CZĘŚĆ III

WYNIKI BADAŃ

AŻ 72.6% PRACOWNIKÓW UWAŻA, ŻE ICH PRACODAWCA POWINIEN WPROWADZIĆ BENEFITY ZWIĄZANE Z KONDYCJĄ PSYCHICZNĄ.

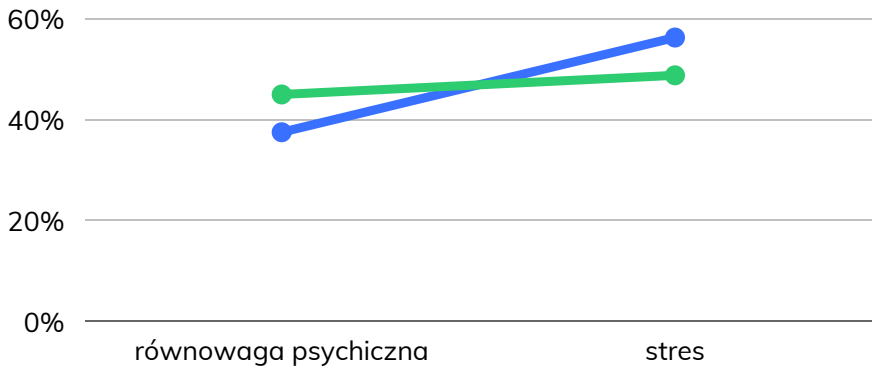
Przed pandemią benefity związane z kondycją psychiczną oferowało (na przykładzie wykładów z psychologami lub sesjami 1:1) jedynie 3%, a w nowej rzeczywistości nadal mniej niż 7%.

77,2% **68,2%**

Kobiety znacznie częściej wskazywały chęć wprowadzenia benefitów związanych z kondycją psychiczną

NAJBARDZIEJ INTERESUJĄCE TEMATY ZWIĄZANE Z KONDYCJĄ PSYCHICZNĄ

U osób, które swoje obecne samopoczucie w porównaniu do samopoczucia przed początkiem pandemii oceniają negatywnie widać spory wzrost równowagi psychicznej we wskazywanych potrzebach (z 37,5% na 56,3%) podczas gdy stres nie ma tak istotnej zmiany (z 45% na 48,8%).



MAJA KOŁODZIEJCZAK | 180HEARTBEATS/JVM

DOSTĘP DO PSYCHOLOGÓW ZAMIAST KARTY MULTISPORT – DŁUGOFALOWA INWESTYCJA W MENTAL HEALTH PRZYSZŁOŚCIĄ BENEFITÓW

Główna idea, która powinna właśnie teraz przyświecać pracodawcom to zadbanie o zdrowie psychiczne pracowników. Temat ten nie jest nowością, ale pandemia uwypukliła wiele problemów, które wcześniej nie były tak widoczne. Teraz jest czas na działanie. To teraz firmy powinny inwestować w działania związane z mental health.

Niestety wiele firm wciąż nie zauważa tego problemu. Niektórzy pracownicy przeszli przez pandemię w sposób bezproblemowy, ale inni bardzo podupadli na zdrowiu psychicznym, głównie z powodu izolacji, utraty pracy, gorszej sytuacji finansowej. Stres opanował wiele sfer życia.

Usługi psychologiczne dla firm - anonimowość przede wszystkim

Na szczęście widzę lekkie poruszenie. Słyszałam o HearMe - pracownik może umówić się na konsultację online (rozmowę telefoniczną, chat, video), całość usługi jest anonimowa. Bezpieczeństwo danych jest w tego typu usługach najważniejsza.

Tak naprawdę tylko rozwiązania online są w stanie zapewnić poczucie bezpieczeństwa. Jeżeli pracodawca zaprasza psychologa/ terapeutę do biura, każdy może zobaczyć kto się z nim umawia. Wiele osób może nie czuć się gotowych, żeby przyznać się przed kolegami z pracy, że potrzebuje wsparcia.

Małe kroki - praca nad zdrowiem psychicznym to długi proces

Można zacząć od mniejszych kroków, opłacić dostęp do aplikacji medytacyjnych, zorganizować warsztaty walki ze stresem. Ważne jest nawet samo zauważenie problemu.

> ***Nie musimy od razu rzucać się na dużą rybkę. Jednym z rozwiązań dla pracodawców jest dopłata do usług psychologicznych, na tej samej zasadzie co dopłata do karty Multisport.***

Można zacząć od mniejszych kroków, czyli umożliwić dostęp do aplikacji medytacyjnych, czy warsztatów z medytacji. Tylko, że przy tych mniejszych krokach problem jest taki, że efektów nie da się zmierzyć od razu. Jeden webinar czy sesja 1:1 nie rozwiąże problemu. Tego typu działania warto planować długofalowo, tylko wtedy jesteśmy w stanie doczekać się widocznych efektów.

Dlaczego mam rozwiązywać prywatne problemy pracowników?

Wiele firm zapewne zastanawia się nad wartością, jaka płynie z dbania o zdrowie psychiczne zespołów. Niektórzy pracownicy mogą mieć problemy w domu, a w pracy bardzo dobrze się sprawdzać, dlaczego więc pracodawca miałby dopłacać do rozwiązywania prywatnych problemów?

Na pracownika powinniśmy patrzeć holistycznie. Nie wystarczy zapewnić tylko benefitów dotyczących samej pracy. To jak śpimy, jakie mamy relacje z rodziną, to czy jesteśmy zestresowani wpływa na efektywność pracy. I może na początku jest to niezauważalne, ale badania jasno pokazują (Praca, Moc, Energia 2017), że to jak żyjemy i co robimy po pracy wpływa na to jakimi jesteśmy pracownikami.

Benefit Mental Health - czy wszystkie firmy są na to gotowe?

Przekonać Zarząd do benefitów związanych ze sportem czy dietą jest znacznie prostsze.

DOSTĘP DO PSYCHOLOGÓW ZAMIAST KARTY MULTISPORT – DŁUGOFALOWA INWESTYCJA W MENTAL HEALTH PRZYSZŁOŚCIĄ BENEFITÓW

Każdy wie, że aktywność fizyczna dobrze wpływa na pracownika. O wiele trudniej jest rozmawiać o benefitach psychologicznych, szczególnie jeżeli firma jest mocno nastawiona na wyniki i normą jest praca po godzinach.

Firmy mogą się nie zgodzić na wprowadzenie nowego benefitu, ponieważ będzie wiązało się to ze zmianą kultury firmy. Jeżeli od wielu lat stres jest nieodłącznym elementem pracy, pracownicy pracują na krótkich deadlineach, to zarząd najpierw musi zrozumieć, że ludziom potrzeba trochę luzu psychicznego, a potem dopiero zaoferować usługi psychologa.

W tego typu firmach są potrzebni managerowie z otwartymi głowami, którzy zrozumieją, że medytacja obniża ciśnienie krwi, zmniejsza stres i warto inwestować w ludzi, którzy są spokojni psychicznie. Edukację trzeba rozpocząć od podstaw, próbować zmienić podejście kadry zarządzającej. Zdaję sobie sprawę, że nie jest to łatwe. Ale warto!

Możliwe, że wiele firm wprowadzi benefit związany ze zdrowiem psychicznym dopiero jak będzie on w trendzie. Kandydaci będą dopytywali się o takie usługi tak jak o kartę Multisport, czy home office.

Powinniśmy już dawno zacząć inwestować w mental health, to jest podstawa dobrego funkcjonowania. Wcześniej pracodawcy stawiali na integrację, dodatki, gadżety, gaming roomy. Przez najbliższy czas możemy odłożyć pozostałe benefity i postawić na mental health. Świat już jest inny, nie będzie taki sam. Trzeba przyzwyczaić się do nowej rzeczywistości, w której przyszłość jest niepewna. Inwestycja w długoterminową strategię dbania o zdrowie psychiczne pracowników, sprawdzi się nawet przy drugiej fali.

CIEKAWOSTKA Z BADANIA

WŚRÓD OSÓB NAJSTARSZYCH WIDAĆ ZNACZNIE WIĘKSZĄ NIECHĘĆ DO POMOCY W OBSZARZE KONDYCJI PSYCHICZNEJ

59,4% *pracowników w wieku 51+ wskazało, że zdrowie psychiczne to ich osobista sprawa lub nie są zainteresowani żadnym z usług psychologicznych.*

Maja Kołodziejczak | Senior HR Partner 180heartbeats/JvM

Psycholog z wykształcenia, HR'owiec z powołania. Obecnie pełnię rolę Senior HR Managera w agencji kreatywnej 180heartbeats/JvM. Od 2012 roku, kiedy to rozpoczęłam swoją przygodę z obszarem HR napędza mnie do działania praca z drugim człowiekiem. W swojej pracy najbardziej skupiam się na relacjach, bo wiem jaką wartość dają organizacjom. Uwielbiam wymyślać, kreować i wdrażać nowe procesy. Zarówno te w obszarze zarządzania i rozwoju oraz employer branding oraz candidate experience. Cenię sobie współpracę z Zarządem, bo dzięki temu lepiej rozumiem biznes dla którego pracuję.

PATRYCJA WOSZCZYK | HUMAN POWER

ZMIANA TRYBU ŻYCIA PRACOWNIKÓW – ROZWIĄZANIA, KTÓRE POMAGAJĄ ŁĄCZYĆ ŻYCIE PRYWATNE Z ZAWODOWYM

Trudno nakreślić jeden spójny obraz w zakresie dbania firm o zdrowie i ogólny dobrostan pracowników w obecnym czasie. Część organizacji ze względu chociażby na redukcję kosztów zawiesiła działania w tym obszarze, inne wręcz przeciwnie - zintensyfikowały prowadzone programy i wprowadziły nowe rozwiązania.

Nagła konieczność poddania się kwarantannie pokazała, że w bardzo krótkim czasie jesteśmy w stanie przeprowadzić znaczące, jeśli nie rewolucyjne zmiany. Praca z domu stała się normalnością i ku zaskoczeniu wielu zarządzających bez straty dla wydajności firmy. Więcej trudności i wyzwań doświadczyli (i wciąż doświadczają) pracownicy, szczególnie ci którzy mają dzieci – większość z nich ma problemy z łączeniem życia zawodowego i prywatnego, co powoduje narastające zmęczenie i frustrację.

Okres społecznej izolacji wymusił na wielu osobach przejście z zewnętrznie aktywnego trybu życia na bardziej pasywną formę funkcjonowania. Część naszych klientów w odpowiedzi na tę sytuację zaoferowała swoim pracownikom ćwiczenia online na żywo z trenerami, dając namiastkę profesjonalnego treningu w warunkach domowych. Zajęcia przybierały różną formę - od porannych rozruchów, aktywnych przerw lunchowych, po wieczorne rytuały wyciszające, mające na celu rozluźnić ciało po całym dniu intensywnej pracy. Działania te były prowadzone w kilku trybach – codziennym, kilka razy w tygodniu lub jako jednorazowe akcje eventowe.

Wśród naszych klientów obserwujemy również wzrost zainteresowania tematami związanymi z emocjami, radzeniem sobie ze stresem, uważnością, zarządzaniem energią osobistą oraz zdrowiem psychicznym.

Pandemia pozwoliła nam zobaczyć pracowników i liderów w innym świetle – mogliśmy podejrzeć kulisy ich życia prywatnego, relacje z bliskimi, zwierzętami. Część pracodawców sięga po rozwiązania dotyczące kwestii do tej pory nie poruszanych w ich organizacji jak zmęczenie, lęk, strach, depresja, godzenie życia zawodowego z prywatnym.

Obecnie firmy stawiają przede wszystkim na aktywności on-line, np. zdalne zajęcia jogi, rozciąganie, ćwiczenia wspierające prawidłową postawę i funkcje ruchowe, możliwe do wykonania przy biurku lub w przestrzeni domowej. W wielu organizacjach uruchomione zostały linie telefoniczne z pomocą psychologiczną. Część z nich zdecydowała się także na wypożyczenie swoim pracownikom foteli biurowych i biurek w celu poprawienia ergonomii pracy w domu. Częstą praktyką jest też organizacja cyklu webinarów edukujących w zakresie organizacji pracy zdalnej, radzenia sobie z emocjami oraz ich intensywnością, technik relaksacyjnych i dbania o siebie.

Innym rozwiązaniem było przygotowanie specjalnych pakietów wysyłanych bezpośrednio do domów pracowników, na przykład z herbatami ziołowymi, skakanką, opaską na oczy do spania, licznikiem kroków czy prostymi przepisami na zdrowe posiłki. Działy HR moderowały także powstanie lub przeniesienie istniejących już tematycznych grup do rzeczywistości online, by kultywować ducha zespołu i kontynuować integrację. W części firm funkcjonują newslettery poruszające tematykę radzenia sobie w tej sytuacji. Dostarczają pracownikom wskazówek i porad, informują o ciekawych stronach,

aplikacjach, korzystanie z których umila czas izolacji i inspiruje do zadbania o siebie.

Firmy szukały i dalej szukają nowej formuły na dotychczasowe działania wellbeingowe. Obserwujemy, że część działów HR opracowuje różne scenariusze w związku z możliwym rozwojem pandemii i w oparciu o nie stara się przygotować dedykowane rozwiązania.

> ***Głównym wyzwaniem jest pomoc efektywnym łączeniu życia zawodowego i prywatnego, radzeniu sobie ze zmęczeniem psychicznym i fizycznym oraz wsparcie w kwestii rozpoznania i pracy z trudnymi emocjami (takimi jak złość, niepokój, strach, lęk) i stresem.***

My podpowiadamy zarządzającym, że w obecnym czasie warto także promować wśród pracowników zadbanie o nabycie odporności immunologicznej przed nadchodzącym sezonem jesienno-zimowym, poprzez odpowiednią dietę, sen, aktywność fizyczną czy odpoczynek.

Wsparcie menedżerów kluczem do właściwego zarządzania

Z naszej perspektywy grupą, która wymaga szczególnego wsparcia są menedżerowie, gdyż to na ich barki spadło najwięcej wyzwań. Obecna sytuacja wymaga, aby liderzy byli blisko ludzi, potrafili m.in. zarządzać emocjami własnymi i zespołu, rozładowywać sytuacje konfliktowe, działać efektywnie w warunkach niepewności oraz ciągłych zmian, budować zaangażowanie i zaufanie wśród pracowników na odległość. Tymczasem w wielu polskich firmach menedżerowie obok funkcji kierowania zespołem mają do wykonania pracę operacyjną, która jest bardzo czasochłonna. Sytuacja przeciążenia obowiązkami przekłada się na negatywny stan psycho-fizyczny zarządzających, który z kolei rzutuje na to co dzieje się w zespole.

Widocznie rośnie jednak znaczenie zagadnień związanych z zaburzeniami zdrowia psychicznego i udzielania profesjonalnego wsparcia w tym zakresie. Firmy funkcjonują coraz częściej w systemie rotacyjnym, tzn. część osób pracuje przez określony czas zdalnie, a następnie przychodzi do biura. Wymaga to stworzenia rozwiązań, które uwzględniać będą bezpieczeństwo i dobrostan pracownika w każdej z tych sytuacji. Ponadto, pracodawcy są zobowiązani do wprowadzenia procedur związanych z minimalizowaniem ryzyka transmisji koronawirusa na terenie firmy. Biorąc pod uwagę różnice w podejściu pracowników i menedżerów do przestrzegania tych zasad, jest to istotny aspekt działań związany z promowaniem i wdrażaniem rozwiązań, ale także podpowiadaniem, jak poruszać się w nowej „biurowej" rzeczywistości.

Patrycja Woszczyk | ekspertka Human Power

Ekspertka Human Power ds. produktywności i wellbeing, współautorka narzędzia badawczego Power Audit do pomiaru poziomu energii pracowników w organizacji.

CIEKAWOSTKA Z BADANIA

RÓWNOWAGA PSYCHICZNA ODNOTOWAŁA NAJWIĘKSZY WZROST WŚRÓD WSZYSTKICH ZGŁASZANYCH POTRZEB

43,9% *pracowników w porównaniu do 35,4% przed pandemią zgłosiło potrzebę związaną z równowagą psychiczną.*

W DEKLARACJACH ZNÓW WIĘKSZY UDZIAŁ MIAŁY OSOBY MŁODSZE (52,1% WZGLĘDEM 30,8% NAJSTARSZYCH).

PRZEMYSŁAW JACZEWSKI | HEALTHDESK

ZDROWIE PRACOWNIKA I JEGO POTRZEBY W CZASACH DOTKNIĘTYCH COVID-19

Zdrowie pracownika przed koronawirusem

Jeszcze w lutym sytuacja pracowników w Polsce wyglądała zupełnie inaczej niż dziś. Rynek pracownika dyktował warunki firmom – zaś te próbując przyciągnąć do siebie najlepszych kandydatów i aby utrzymać istniejących pracowników, sięgały po różnego rodzaju aktywności employer brandingowe i zestawy benefitów. Praca biurowa często kojarzona ze stabilnością zatrudnienia i dochodów była pewnym i bezpiecznym wyborem, który jak wszystko - miał swoją cenę. Cichą walutą było tu zdrowie pracownika.

Ból codziennej pracy i stres przed pandemią

W dobie sprzed pandemii, wykonywanie pracy biurowej niosło za sobą istotne konsekwencje w obszarze zdrowia fizycznego i psychicznego. Z ogólnopolskiego Raportu HealthDesk, przeprowadzonego na 1300 osobach, wynika że aż 79,1% pracowników biurowych odczuwało ból bezpośrednio związany z wykonywaną pracą.

U pracowników biurowych została zdiagnozowana strefa bólowa dotykająca górnych partii ciała. Ponad połowa zatrudnionych czuła dyskomfort bólowy szyi podczas codziennego dnia pracy. Pracownicy wskazywali również na ból takich części ciała jak: łopatka (42,3%), głowa (35%) i barki (31,3%) zaś w dolnych partiach ciała pracownicy najczęściej skarżyli się najczęściej na ból kości krzyżowej (51,5%). Co piąty pracownik cierpiał także na ból oczu w pracy.

Także przed pandemią, aż 80,9% osób w biurach pracowało pod wpływem stresu, z czego dla co czwartego zatrudnionego poziom stresu był uporczywy. Co drugi pracownik biurowy w Polsce dotknięty stresem w pracy reagował rozdrażnieniem (51,2%), 39,8% doskwierało złe samopoczucie i prawie tyle samo miało problemy ze skupieniem się. Co trzeci pracownik pod wpływem stresu czuł się wówczas przytłoczony obowiązkami, a co czwarty miał z powodu stresu niższą efektywność. Prawie jeden na pięciu zatrudnionych doświadczał z powodu pracy, problemów z zasypianiem lub o niej śnił.

Warto zaznaczyć, że wyniki te odzwierciedlały stan pracowników wykonujących swoją pracę często w dobrze zoptymalizowanych biurach, gdzie za ergonomię i BHP pracowników odpowiadały wyspecjalizowane działy firm.

Pandemia i co dalej?

W momencie pojawienia się zagrożenia epidemiologicznego w Polsce stare problemy nie zniknęły. Stan pandemii mógł tylko poszerzyć znane już fakty związane ze zdrowiem pracowników o nowe wyzwania, które bardzo szybko zmieniły priorytety firm. Wiele przedsiębiorstw ukierunkowuje swoje działania na wspieranie zdrowia i dobrostanu pracowników, często w sposób ad-hocowy. Natomiast firmy, które posiadały już wypracowaną strategię wellbeing, musiały ją zaadaptować do nowej rzeczywistości z wirusem.

Zapewnienie optymalnego miejsca pracy zostało przerzucone na pracownika, który z dnia na dzień rozpoczął pracę zdalną. Rynek HR będący rynkiem pracownika przeszedł szybką transformację, stając się rynkiem pracodawcy, a miks stosowanych benefitów pozapłacowych zaczął być w pośpiechu zmieniany tak, aby dopasować się do nowych potrzeb pracowników na home office.

Pracownicy stracili poczucie stabilizacji, w momencie gdy ich pensje i etaty zostały obcięte o 20% dzięki programowi rządowej tarczy. Obecnie, lęk związany z epidemią stopniowo przenosi się na zachwianie poczucia stabilizacji i utrzymania pracy, ponieważ bezrobocie na koniec czerwca urosło do 6,1% aby dotrzeć do przewidywanych 7-8% na koniec roku. Lęk dotyczący pandemii może jednak wrócić w przypadku pojawienia się drugiej fali zachorowań, która obecna jest już w Chinach i Japonii.

Wellbeing w firmach w obliczu pandemii - zdecydowanie potrzebny

> ***Dobrostan pracowników jest teraz ważny jak nigdy. Zmieniła się tylko hierarchia potrzeb pracowników, ponieważ wskutek nowych realiów pracy i nieustannie zmieniających się czynników zewnętrznych, personel może odczuwać utratę równowagi, zwiększony niepokój, spadki efektywności, zaburzone relacje z najbliższymi oraz ze współpracownikami a także obniżoną kondycję fizyczną.***

Stąd większość firm chcąc zapewnić wysoką efektywność i zaangażowanie zatrudnionych, będzie musiała mądrze przeorganizować swoją dotychczasową politykę aktywności i benefitów. Działanie takie pozwoli zaoferować pracownikom tylko efektywne rozwiązania, nawet przy zredukowanych budżetach. Podstawą pozostanie prywatna opieka medyczna. W dobie zwiększonego zapotrzebowania na usługi opieki zdrowotnej – będzie to baza każdego koszyka świadczeń. Dobrym pomysłem jest spojrzenie na aplikacje zwiększające zaangażowanie pracowników, np. poprzez zachęcanie do wspólnego biegania lub jazdy na rowerze tak, aby budować poczucie wspólnoty i wzmacniania relacji zatrudnionych, tak ważnych przy obecnej pracy zdalnej i dystansie współpracowników.

Warto również zwrócić uwagę na nowy trend, który w prosty, szybki sposób wspiera kondycję psycho-fizyczną pracowników poprzez warsztaty psychologiczne, warsztaty wsparcia kondycji fizycznej i ergonomii pracy zdalnej, które dostępne są o każdej porze dnia i nocy, 24/7 i na każdym urządzeniu na Platformie wsparcia online dla firm.

Kwestie dotyczące zdrowia pracownika sprzed pandemii nie zniknęły. Nasiliły się, a przez COVID-19 doszły do nich nowe wyzwania, które firmy będą musiały uwzględnić w swoich działaniach i strategiach wellbeing. Lęk, niepewność, brak poczucia stabilizacji, zaburzone więzi, home office czy ergonomia pracy zdalnej są nowymi priorytetami do zaadresowania. Będą one bowiem wpływać na efektywność pracowników, a tym samym na konkurencyjność przedsiębiorstw i przetrwanie w tych niestabilnych czasach, czego serdecznie życzę wszystkim odbiorcom tego Raportu.

Przemysław Jaczewski | Strateg i ekspert wellbeing oraz CEO HealthDesk

Ekspert i strateg wellbeing. CEO w firmie HealthDesk - dostarczającej zdrowe benefity dla przedsiębiorstw. Jest również strategiem marketingowym z 14-letnim doświadczeniem oraz twórcą i wykładowcą programu "Pozycjonowanie i repozycjonowanie marek" na studiach podyplomowych Uniwersytetu SWPS. Wcześniej odpowiedzialny za sukcesy marek Żubrówka i Soplica na polskim rynku (m.in. nagrodzone w 2012 srebrnym EFFIE oraz "Created in Poland" Superbrands Award). Pracował w: XL Energy Drink (rynek Izraela i Palestyny), CEDC International (Żubrówka, Soplica), L'Oreal Polska (Garnier), Polkomtel (Plus) oraz w Banku Millennium. Absolwent Oxford Brookes University z tytułem Master of Science.

DAMIAN MARKOWSKI | THERAPIFY

DLACZEGO PRACODAWCY POWINNI DBAĆ O ZDROWIE PSYCHICZNE SWOICH PRACOWNIKÓW?

Co czwartą osobę na świecie dotykają problemy na tle emocjonalnym

Na depresję cierpi dziś już 350 mln ludzi na świecie, z czego w Polsce aż 1.5 mln. Statystyki nie napawają optymizmem – według danych Światowej Organizacji Zdrowia (WHO), depresja będąca dziś czwartą najbardziej powszechną chorobą cywilizacyjną XXI wieku, do 2030 r. może „awansować" na pierwsze miejsce. Stany depresyjne nie są jedynym powodem, dla którego ludzie zgłaszają się do gabinetów psychologicznych. Stres, lęk, przemęczenie, problemy z koncentracją, bezsenność, trudności w relacjach międzyludzkich – czy nie brzmi to znajomo? Zdaniem WHO dolegliwości na tle psychicznym mogą dotykać nawet co czwartą osobę. Naturalnym pozostaje pytanie jak pandemia COVID-19 wpływa na występowanie tych problemów?

COVID-19, czyli bomba z opóźnionym zapłonem

Amerykańskie Stowarzyszenie Psychiatryczne (American Psychiatric Association) przeprowadziło badanie dotyczące wpływu pandemii na zdrowie psychiczne, w którym wzięło udział ponad 1000 dorosłych Amerykanów. Wynika z niego, że:

- niemal połowa Amerykanów odczuwa lęk związany z możliwością zakażenia (48%)40% odczuwa lęk związany z ciężkim przebyciem choroby lub śmiercią w wyniku COVID-19
- 62% obawia się zakażenia u bliskich osób
- 36% twierdzi, że COVID-19 ma znaczący wpływ na ich zdrowie psychiczne
- 59% ocenia, że COVID-19 ma znaczący wpływ na ich codzienne życie
- 57% obawia się, że COVID-19 będzie mieć istotny, negatywny wpływ na ich kondycję finansową i pozbawi ich żywności, leków i suplementów
- 68% obawia się, że COVID-19 będzie miał długotrwały, negatywny wpływ na gospodarkę kraju

Podobne badania przeprowadzono w wielu krajach europejskich, a płynące z nich konkluzje są jednakowe –

pandemia COVID-19 spowodowała znaczny wzrost występowania problemów na tle psychicznym, w szczególności zaburzeń na tle lękowym i depresyjnym. Czy związane z nimi konsekwencje dotyczą tylko indywidualnych osób?

Ekonomiczny koszt problemów ze zdrowiem psychicznym

Problemy związane ze sferą psychiczną nie wpływają jedynie na życie osób bezpośrednio nimi dotkniętych. Zwolnienia lekarskie, nieobecność w pracy, niższa efektywność – to niezmiernie istotne z perspektywy ekonomicznej koszty, które ponoszą zarówno pracodawcy jak i państwo. Z opublikowanego przez Uczelnię Łazarskiego w 2014 r. raportu wynika, że z powodu chorujących na depresję NFZ wydawał 170 mln, a ZUS 762 mln złotych! Co więcej, pośrednie koszty (wynikające z obniżonej produktywności, opuszczonych dni pracy czy wycofania się pracownika z rynku) oceniono na ok. 1-2.6 mld złotych rocznie. Czy możemy w jakiś sposób temu przeciwdziałać?

Nowy wymiar benefitów pracowniczych

Przeglądając oferty pracy w różnych firmach i korporacjach, bez problemu znajdziemy w nich zapewnienie o dostępie do benefitów pracowniczych – np. karty MultiSport czy prywatnej opieki medycznej.

W ten sposób pracodawcy wyrażają troskę o rozwój i zdrowie fizyczne swoich pracowników. COVID-19 diametralnie zmienił jednak rzeczywistość, w której żyjemy.

DLACZEGO PRACODAWCY POWINNI DBAĆ O ZDROWIE PSYCHICZNE SWOICH PRACOWNIKÓW?

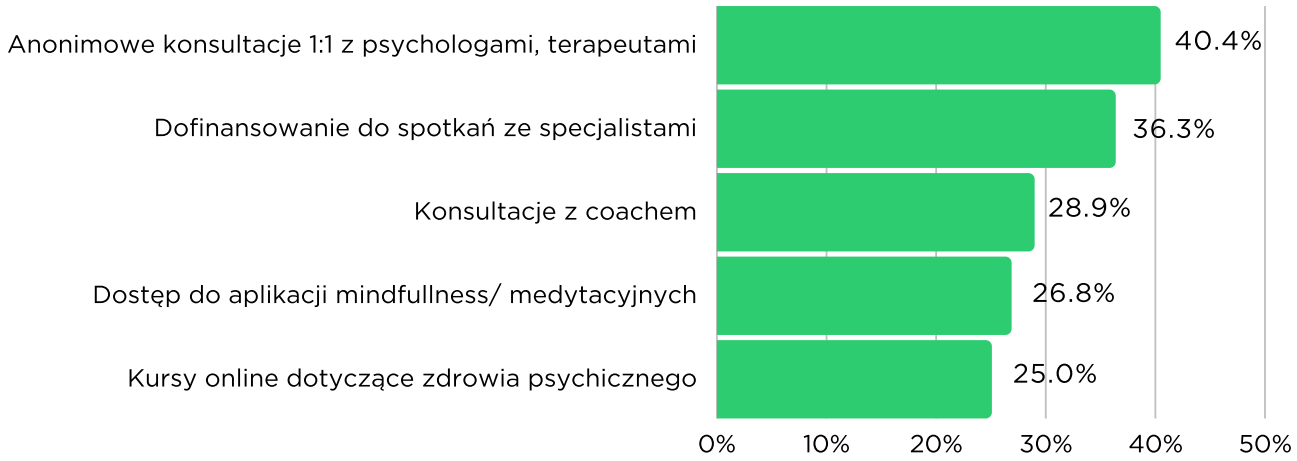
> ***W świetle przedstawionych powyżej danych, nie możemy już dłużej milczeć i udawać, że zdrowie psychiczne jest mniej ważne niż to fizyczne. Czy nie nadszedł już czas na to abyśmy zaczęli także dbać o tę sferę naszych pracowników?***

Stały dostęp do psychologa czy programy pozwalające nabyć umiejętności radzenia sobie ze stresem będą nie tylko PR-owym gestem, ale mogą realnie wpłynąć na jakość życia pracowników, jak i wyniki firmy. To inwestycja pozwalająca wyeliminować wspomniane powyżej koszty. Czy w post-covidowej rzeczywistości zobaczymy nowe benefity pracownicze związane ze zdrowiem mentalnym? Miejmy nadzieję, że tak.

Damian Markowski | Co-founder i CEO Therapify

Współtwórca aplikacji mobilnej umożliwiającej efektywną psychoterapię online i offline. Absolwent psychologii Uniwersytetu SWPS w Warszawie. Finalista X edycji konkursu "Droga na Harvard". Zaangażowany w projekty społeczne. Od 5 lat związany z branżą IT, gdzie zarządzał projektami na rynku polskim i amerykańskim.

NAJCZĘŚCIEJ WSKAZYWANĄ OPCJĄ BENEFITOWĄ W ZDROWIU PSYCHICZNYM SĄ ANONIMOWE KONSULTACJE 1:1 Z PSYCHOLOGAMI I TERAPEUTAMI (40,4%)

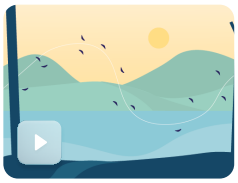


Mindy

Spokój zawsze pod ręką

Największa polska aplikacja wspierająca umysł. To prawie **1000 różnorodnych nagrań audio i wideo** stworzonych przez **40 specjalistów.**

Psychoedukacja | Muzyka na sen i relaks | Medytacje i relaksacje | Kursy rozwojowe



UWAŻNOŚĆ

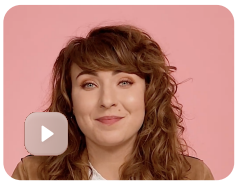
Mindfulness

Wszystko to, co pomoże Ci się skupić, wyciszyszyć, przyjrzeć myślom z pomocą medytacji i dźwięków.

ROZLUŹNIENIE

Sen i relaks

Znajdziesz tu nagrania, które pomogą Ci się zrelaksować oraz poprawią jakość Twojego snu.



AUTOTERAPIA

Rozwój i wsparcie

Tu znajdziesz treści od psychologów i psychoterapeutów, które pomogą Ci lepiej zrozumieć siebie.

ZESKANUJ MNIE

PRZETESTUJ ZA DARMO PRZEZ 14 DNI

Pobierz w App Store

POBIERZ Z Google Play

Jesteś zainteresowany dostepem dla firm? Napisz do nas:

Julia Markowska
julia@activy.pl

mindyapp.com

@mindy_health

JOANNA WOJDAN-LISZEWSKA |
ROBERT BOSCH SP. Z O.O.

ZBADALIŚMY POTRZEBY PRACOWNIKÓW: ZMIANA PODEJŚCIA DO WORK-LIFE BALANCE, OBCIĄŻENIA PSYCHICZNE ORAZ SPADEK AKTYWNOŚCI FIZYCZNEJ – NOWE WYZWANIA W BOSCH

Podczas długotrwałego okresu pandemii zbadaliśmy bieżące potrzeby pracowników naszej firmy.

W badaniu pojawiło się kilka aspektów, na które szczególną uwagę zwrócili pracownicy. Wśród nich jest nowe podejście do tzw. work-life balance większe zainteresowanie tematyką zdrowia psychicznego oraz zmniejszenie aktywności fizycznej.

Podejście do wellbeingu zmieniło się o 180 stopni

W pojęciu work-life balance wcześniej zwracano uwagę na aspekt "life", czyli jak pogodzić życie prywatne z pracą. Teraz zastanawiamy się jak pogodzić pracę z życiem prywatnym. Szczególne wyzwanie pojawia się w sytuacji, gdy dzieci zostają w domu. Zazwyczaj w okresie wakacyjnym rodzice dawali sobie radę, ale gdy taki stan trwa 5 miesięcy, i wcale nie jest pewne, jak będzie wyglądała sytuacja po otwarciu szkół we wrześniu, trzeba zacząć działać.

Skupiliśmy się więc na działaniach na rzecz rodziców. W okresie wakacyjnym zorganizowaliśmy półkolonie dla dzieci, aby chociaż trochę odciążyć pracowników w godzinach pracy. A w czasie telepracy, na początku pandemii, powstał Bosch Virtual Camp, w trakcie którego przeprowadziliśmy wirtualne zajęcia dla dzieci w różnym wieku. Takie działania pozwoliły dzieciom pracowników zapełnić ich wolny czas. Nasi pracownicy, tak jak wszyscy, przez ostatnie miesiące byli narażeni na stres, niepokój, lęk związany z sytuacją epidemiologiczną i gospodarczą. Zmieniły się cele, zadania i styl pracy, a przyszłość stała się niepewna. Zadaniem firmy było więc podjęcie próby złagodzenia tego stanu. Dlatego zaprosiliśmy na wirtualne spotkanie z pracownikami specjalistkę z dziedziny psychologii, aby wyjaśniła nam, jak naładować "psychiczne" baterie, gdzie szukać źródeł stanów niepokoju i jak sobie radzić w obecnej sytuacji. Psycholog wyjaśnił na podstawie aktualnych badań m.in. reakcję mózgu na stres.Takie naukowe podejście bardzo spodobało się naszym pracownikom, z których większość ma wykształcenie z zakresu nauk ścisłych. W webinarze wzięło udział ponad 400 osób. Myślę, że to niezwykle ważne, żeby dostosować formę przekazu do grupy docelowej.

> ***Obciążenie psychiczne należy traktować jak nowe ryzyko zawodowe.***

Naszym priorytetem jest bezpieczeństwo.

Zarząd Grupy Bosch powtarza "safety first, business second". Zdajemy sobie sprawę, że najważniejsze jest poczucie bezpieczeństwa i my jako pracodawca nie możemy go zakłócić. Pamiętajmy, że czynników zwiększających ryzyko zachorowania na COVID-19 (jest wiele, m.in. choroby sercowo-naczyniowe, nowotworowe, układu oddechowego, a niektóre źródła podają nawet alergie i nadwagę). Ponieważ są to często występujące schorzenia, nietrudno wywnioskować, że mogą dotyczyć naszych pracowników lub kogoś z ich bliskiego otoczenia.

ZBADALIŚMY POTRZEBY PRACOWNIKÓW: ZMIANA PODEJŚCIA DO WORK-LIFE BALANCE, OBCIĄŻENIA PSYCHICZNE ORAZ SPADEK AKTYWNOŚCI FIZYCZNEJ – NOWE WYZWANIA W BOSCH

Powinniśmy szanować obawy takich osób i nie doprowadzać niepotrzebnie do bliskich kontaktów z innymi pracownikami. Jednocześnie nie możemy i nie chcemy pytać pracowników o stan zdrowia ich i ich bliskich, dlatego też musimy kierować się zaufaniem i opierać się na ich ocenie sytuacji. W związku z tym w firmie pojawiła się możliwość długotrwałej pracy z domu - Home Office.

Ograniczenie kontaktów wpływa oczywiście negatywnie na integrację pracowników i ich sferę społeczną.
Sposób przeprowadzenia wirtualnych spotkań zależy od kultury firmy, a także od stylu komunikacji w poszczególnych zespołach. Dlatego dajemy managerom wolną rękę, sugerując jedynie takie rozwiązania jak np. wirtualne "kawki" czy video-skype. Więcej uwagi poświęcamy działaniom wokół rozwoju. Zorganizowaliśmy cykl wykładów od pracowników dla pracowników zwanych "Webski Bosch". Poruszane są na nich nowe tematy, przydatne w codziennej pracy jak np.: efektywność zawodowa, nowe narzędzia digitalowe czy obszar marketingu. Szukamy wiedzy wewnątrz organizacji, dzięki temu pracownicy mają więcej kontaktu z osobami z różnych działów i swobodnie, a także w nowoczesny sposób mogą dzielić się swoimi doświadczeniami.

Aspekt, który nas niepokoi to spadek aktywności fizycznej wśród pracowników. Dostęp do ośrodków sportowych jest utrudniony, siłownie były zamknięte, odwołano zawody, które motywowały naszych pracowników Dodatkowo samo przemieszczanie się jest ograniczone - pracownicy przestali chociażby dojeżdżać do pracy (wcześniej wielu z nich wybierało rower) i chodzić po biurze. Wiemy, że bez motywacji ciężko jest wstać z wygodnej kanapy w domu.

Trzeba znaleźć inne sposoby uprawiania sportu i zachęcić do aktywności fizycznej na nowych warunkach.Planując rozwiązania pamiętajmy o różnych grupach pracowników. W tej nowej, innej rzeczywistości nadal wiele osób jest bardziej narażona na ryzyko zachorowania, a nie możemy ich wykluczyć z działań firmowych. Kierujmy się empatią, a pracownicy to docenią.

Joanna Wojdan-Liszewska | Employer Branding Expert Robert Bosch Sp. z o.o.

Absolwentka Psychologii Społecznej Uniwersytetu SWPS oraz studiów podyplomowych z Zarządzania Wizerunkiem Pracodawcy na Akademii Leona Koźmińskiego. Od 2011 roku pracuje w dziale HR w firmach zajmujących się nowymi technologiami. Jako doświadczony employer brandingowiec kieruje się zasadą mówiącą, że sukcesy biznesowe firmy i sukcesy osobiste jej pracowników są ze sobą silnie powiązane. Od lat z sukcesem wdraża inicjatywy mające na celu wsparcie pracowników w utrzymaniu równowagi między życiem zawodowym a osobistym.

ROZDZIAŁ IV

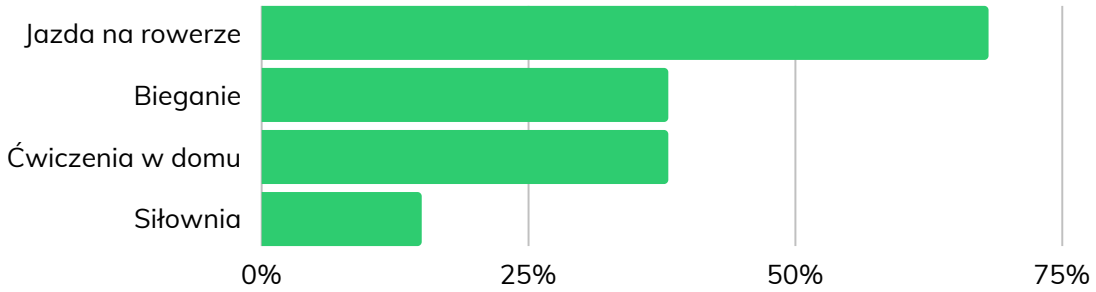
NAJWIĘKSZĄ POTRZEBĄ JEST AKTYWNOŚĆ FIZYCZNA – ZDROWY PRACOWNIK TO AKTYWNY PRACOWNIK

CZĘŚĆ IV

WYNIKI BADAŃ

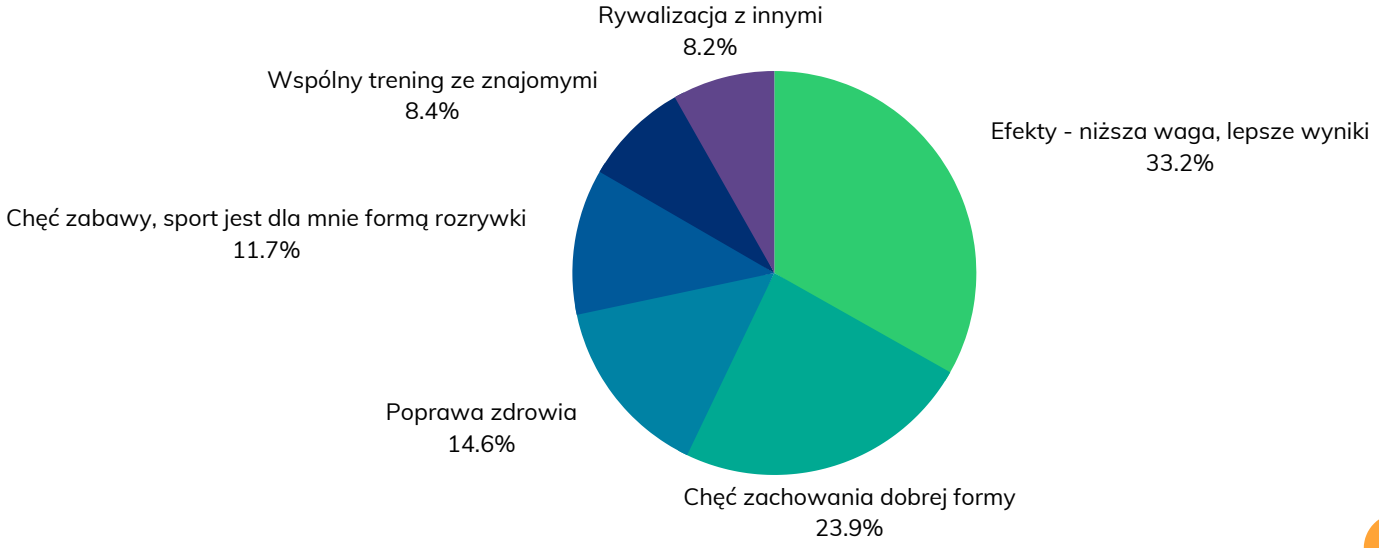
NASZA AKTYWNOŚĆ FIZYCZNA NIE ZMALAŁA ZNACZĄCO PRZEZ PANDEMIĘ - NADAL 62% OSÓB ĆWICZYŁO MINIMUM KILKA RAZY W TYGODNIU, CHOĆ NA PEWNO MA TU ZNACZENIE BARDZIEJ AKTYWNY STYL SPĘDZANIA CZASU W OKRESIE LETNIM. JEDNAK AŻ 54% OSÓB ZAUWAŻYŁO, ŻE W NOWEJ RZECZYWISTOŚCI ICH RYTM ĆWICZEŃ ULEGŁ POGORSZENIU.

NAJPOPULARNIEJSZE SPORTY WŚRÓD PRACOWNIKÓW



W związku z pandemią dwukrotnie spadł udział zajęć fitness, pływania czy gier zespołowych.

Pandemia nie zmieniła znacząco naszych motywacji wewnętrznych. Zarówno przed pandemią jak i w nowej rzeczywistości największym motywatorem do aktywności fizycznej są widoczne efekty np. niższa waga, lepsze wyniki, lepsze samopoczucie po treningu.



RADOSŁAW KRUCZEK | ALL FOR BODY

METODA MAŁYCH KROKÓW KLUCZEM DO SUKCESU W PROGRAMACH WELLNESS

Patrząc na kluczowe wskaźniki efektywności najlepszych programów wellness w USA, wskazują one na cel pięćdziesięciu interakcji w obszarze zdrowia na każdego pracownika w cyklu rocznym. Przy obecnych budżetach na tego typu przedsięwzięcia w polskich firmach, które oscylują między 5 zł a 30 zł na osobę w ciągu miesiąca, osiągnięcie takich wyników zaangażowania jest możliwe tylko dzięki działaniom online lub stacjonarnym w trybie grupowym (na przykład 15-minutowe sesje w biurze). A jeśli praktyki wellness uda się wesprzeć stałą komunikacją w newsletterze firmy oraz e-mailami od usługodawcy to mamy gwarancję na bardzo dobre opinie i efekty już po sześciu miesiącach od wdrożenia inicjatywy.

Programy wellness w Polsce to stosunkowo młody temat. Zdecydowana większość firm realizuje pojedyncze działania, na przykład wydarzenia o charakterze edukacyjnym jak dzień zdrowia, konsultacje ze specjalistami - dietetykiem, trenerem, fizjoterapeutą czy psychologiem.

Część organizacji wyewoluowała w kierunku bardziej systematycznych aktywności jak cotygodniowe masaże biurowe czy kilkuminutowe sesje ćwiczeń przy biurkach, które mają zapewnić minimalną porcję ruchu m.in. odciążając kręgosłup, rozciągnąć spięte mięśnie i zrelaksować ciało. Jednak większość tych działań do tej pory odbywało się stacjonarnie. Od momentu wprowadzenia lockdown'u wiele firm rozpoczęło praktyki online widząc rosnącą potrzebę wsparcia pracowników w obszarze wellness.

Wśród wielu proponowanych opcji pojawiły się między innymi indywidualne konsultacje online z psychologiem, webinary edukacyjne, panele Q&A z ekspertami oraz sesje jogi i treningi mindfulness.Nawet piętnaście minut przerwy od pracy przed komputerem potrafi uspokoić i zrelaksować pracownika.

Popularny jest tak zwany "power meeting" czyli krótki przerywnik w porze lunchu, który służy mobilizacji ciała poprzez wykonanie sekwencji 6-8 ćwiczeń fizycznych. Można go przeprowadzać również w formie zdalnej.

Kluczem do efektywności takich programów jest długofalowe podejście, nie są one nastawione na sukces jednego miesiąca. Z mojej perspektywy liderami w tym obszarze w Polsce, spośród poznanych ponad stu firm w kraju, są zdecydowanie BNP Paribas, Royal Canin i Orange. Organizacje te prowadzą od kilku lat szerokie działania, które mają charakter stały i są konsekwentnie uzupełniane w celu stworzenia struktury całorocznego wsparcia zdrowia.

Pamiętajmy o tym, że tak zwany wellness to więcej niż tylko aktywność fizyczna. Wiele osób jest gotowych podjąć działania związane z prawidłowym odżywianiem, a jeszcze więcej deklaruje, że najbardziej zależy im na lepszym radzeniu sobie ze stresem, poprawą umiejętności regeneracji i jakości snu. Pracownicy coraz bardziej świadomie podchodzą też do kwestii relacji i kultury organizacyjnej w środowisku pracy czy satysfakcjonującego życia rodzinnego. Dlatego dostęp do materiałów (książek, publikacji, blogów) o charakterze poradnikowym w temacie poprawy jakości życia budzi zainteresowanie w wielu zespołach.

METODA MAŁYCH KROKÓW KLUCZEM DO SUKCESU W PROGRAMACH WELLNESS

> ***Prowadząc programy wellness dla firm już od dziesięciu lat w Polsce, a także pomagając klientom indywidualnym, widzimy że coraz więcej nowoczesnych i wykształconych mieszkańców miast przestaje wierzyć w obietnice firm suplementacyjnych czy kartę do klubu fitness. Dostrzegamy wartość regularnej motywacji, edukacji i metody małych kroków, które dają najbardziej trwałe efekty.***

Dbanie o zdrowie jest naszym obowiązkiem, który najlepiej realizować konsekwentnie każdego dnia. Jako osoby mierzące skuteczność programów wellness obserwujemy poprawę samopoczucia we wszystkich grupach zawodowych od pracowników z produkcji, przez call center, działy logistyczne, po osoby świadczące usługi z poziomu biur. Warunkiem osiągnięcia dobrych rezultatów jest regularność, edukacja oraz różne formy komunikacji i dystrybucji treści.

Ponadto jeżeli chcemy zrealizować profesjonalny program wellness warto postawić na technologię. Pozwoli to obniżyć koszty i dotrzeć do większej liczby osób. Wsparciem rozwiązań online mogą być stacjonarne zajęcia grupowe przy stanowiskach pracy, które zajmują około 15 minut w tygodniu. Dodatkowo mają funkcję integracyjną, motywują i są znacznie tańsze niż indywidualne konsultacje. Całe przedsięwzięcie w pierwszym roku realizacji powinno być skupione na budowaniu zaangażowania i zaktywizowaniu około 60/80% całego zespołu.

Dbałość o dobrostan pracownika to już nie tylko zapobieganie wypaleniu zawodowemu, poprawę produktywności czy wpływ na zminimalizowanie liczby dni na zwolnieniu zdrowotnym.

Zachodzące obecnie zmiany w kulturze pracy i stylu życia wymuszają regularne wspieranie kondycji zdrowotnej pracowników firm. Nie jesteśmy przystosowani jako gatunek do trybu życia w jakim funkcjonujemy. Nasz organizm jest rozdarty pomiędzy naturą, a kulturą którą stworzyliśmy wraz z postępem technologicznym.

Pracodawcy przyszłości czyli obecnie odważne i świadome organizacje, będą prowadzić działania wellness mające na celu wsparcie zdrowia i równowagi psychicznej zarówno w trakcie, jak i po godzinach pracy.

Radosław Kruczek | Koordynator Programów Wellness All for Body

12 lat doświadczenia zawodowego w branży wellness, uczestnik ponad 40 szkoleń z zakresu poprawy zdrowia i wellness. Ultramaratończyk (26 godzinnu bieg Mount Blanc, Maraton Poznań poniżej, Ironman Niemcy, Elbrus Race). Finalista okładki MensHealth Coach zdrowia gwiazd TV oraz 2 osób z listy Forbes 100. Posiada 2-letnie doświadczenie zawodowe w Nowym Jorku.

CIEKAWOSTKA Z BADANIA

56% *osób, które przed pandemią "raczej nie ćwiczyły" podjęło jakiś rodzaj aktywności fizycznej, a co trzecia z nich ćwiczy teraz co najmniej 2x-3x w tygodniu.*

SPOŚRÓD TYCH OSÓB 57,1% WYBRAŁO JAZDĘ NA ROWERZE

IGOR PIELAS | ACTIVY

BRAK RUCHU DRUGĄ PANDEMIĄ, ALE SPORT (DOSŁOWNIE) TRAFIA POD NASZE STRZECHY

Według WHO na całym świecie 1 na 10 śmierci spowodowana jest brakiem aktywności fizycznej. Dlatego też niewystarczająca dawka ruchu jest nieoficjalnie określana największą pandemią cywilizacyjną, szczególnie w krajach z przeważającą liczbą osób pracujących umysłowo, w trybie siedzącym.

Ten problem to tykająca bomba, która w samej tylko Polsce kosztuje nas rocznie 2,2 mld EUR czyli prawie dwa razy więcej niż wydajemy na naukę. Gdyby tylko 1 na 5 nieaktywnych osób zaczęła regularnie ćwiczyć moglibyśmy uratować jedno życie co każde 90 minut. Dodatkowo koszty związane z absencją pracowników zmalałyby o 1,2 mld złotych, a w polskiej gospodarce aktywnych byłoby o 100 tys. więcej pracowników.

Oprócz zdrowia w sferze ciała, jest także wiele korzyści dotyczących kondycji psychicznej płynących z większej ilości ruchu. Należą do nich m.in. lepsza jakość snu, redukcja stresu i poprawa wydajności. Według badań Medicover w okresie między 2012 a 2018 rokiem liczba dni nieobecności pracowników z powodu problemów psychicznych wzrosła z 14 mln do 19,5 mln, a skala problemu może dotykać nawet 6 mln Polaków. Lepsze zdrowie i samopoczucie to także większa odporność i mniej tzw. “chorób współistniejących” w przypadku zakażenia wirusami.

> ***Wspieranie działań sportowych i promocja ruchu jest w interesie pracodawcy. Można powiedzieć, że w zdrowym ciele zdrowy duch, ale też szczęśliwszy i bardziej efektywny pracownik. Od zawsze aktywności fizyczne w środowisku pracy były także doskonałym sposobem na integrację, wspólne spędzanie czasu i nawiązywanie nieformalnych więzi pomiędzy pracownikami.***

Co zmieniło się w czasie pandemii?

Okazuje się, że nie tak wiele. Wprawdzie podczas tzw. lockdownu nasza aktywność zmalała praktycznie do zera, jednak w badaniu ankietowym wiele osób wykazywało, że są obecnie bardzo aktywni sportowo. Oczywiście sprzyja temu sezon letni, zniesienie obostrzeń oraz rosnąca moda na ćwiczenia wykonywane w domu. Nadal jednak aż 54% badanych zauważa, że w nowej rzeczywistości ich rytm treningowy uległ pogorszeniu. Wśród czynników motywujących do ćwiczeń ruchowych najważniejsze są efekty (niższa waga, lepsze wyniki i samopoczucie) oraz chęć zachowania dobrej formy, wskazywane łącznie przez prawie połowę respondentów.

> ***Wydaje się, że świadomość benefitów płynących z aktywności fizycznej jest wysoka - jako najważniejszą potrzebę związaną ze zdrowiem i dobrym samopoczuciem wskazało ją 63,9% badanych przed pandemią i aż 66,8% w nowej rzeczywistości.***

Wśród sportów uprawianych przez polskich pracowników nadal króluje jazda na rowerze i bieganie. Znaczący spadek odnotowały zaś ćwiczenia na siłowni, zajęcia fitness oraz sporty zespołowe. Ze względu na zagrożenie zakażeniem koronawirusem tak pozostanie pewnie jeszcze przez dłuższy czas.

Obserwujemy za to coraz większą modę na jazdę rowerem, który pełni rolę już nie tylko sportową, ale jest też zdrowym i bezpiecznym zamiennikiem transportu publicznego, w którym nadal ryzyko transmisji wirusa będzie wysokie. W wielu krajach, takich jak Wielka Brytania czy Włochy, wprowadzono nawet dopłaty do zakupu jednośladów.

BRAK RUCHU DRUGĄ PANDEMIĄ, ALE SPORT (DOSŁOWNIE) TRAFIA POD NASZE STRZECHY

W Polsce, tuż po zniesieniu obostrzeń w handlu, Decathlon wskazywał na rekordową sprzedawalność rowerów, a polski producent KROSS, w odpowiedzi na tak duże zainteresowanie, uruchomił usługę wynajmu rowerów przez pracodawcę jako nową opcję benefitową.

Rozwiązania cyfrowe w cenie

Naturalnie w trakcie trwania pandemii musimy na dłużej zrezygnować ze wspólnych treningów grupowych dla pracowników. Mniej aktywne są także sekcje, które organizowały wyjazdy na sportowe imprezy lub obozy treningowe. Nie oznacza to jednak, że pracodawca nie może teraz zrobić niczego by promować zdrowy ruch i budować więzi pomiędzy pracownikami.

Możemy nadal zachować bezpieczny dystans i dobrze się razem bawić. Pomagają w tym sportowe wyzwania, takie jak np. rowerowe i biegowe rozgrywki z aplikacją Activy.

Zabawa polega na tym, że każdy wykonuje aktywności samodzielnie, ale jednocześnie otrzymuje za nie punkty i rywalizuje z innymi, zdobywając nagrody. Użytkownicy zyskują dodatkową motywację do ruchu dzięki działaniu w grupie, osiągnięciom w klasyfikacji zespołowej czy podczas zamiany spalonych kalorii na wsparcie celów charytatywnych. W ten sposób wirtualnie integrujemy się ze współpracownikami, budujemy zdrowe nawyki poprzez dobrą zabawę i kształtujemy kulturę organizacji.

Według badania Activy wyzwania sportowe w nowej rzeczywistości są już obecne w 1 na 5 polskich firm. Są one dobrym rozwiązaniem dwóch częstych problemów pracowniczych w trakcie pandemii - braku motywacji do aktywności i zdrowego stylu życia oraz ograniczonej możliwości integracji pracowników. Activy dostarcza nie tylko aplikację, ale też wszystkie elementy programu (np. dedykowaną stronę, obsługę, materiały promocyjne i przygotowanie raportów), dzięki czemu zabawę w firmie można uruchomić zaledwie w kilka dni. Autorski system grywalizacji oparty o zaangażowanie, a nie poziom zaawansowania sprawia, że inicjatywa trafia do większej liczby pracowników i zachęca nawet tych najbardziej opornych. Jej zaletą jest także długofalowość działań, które są skuteczniejsze od jednodniowych wydarzeń.

Ćwiczenia z domu i wirtualne zawody biegowe

W czasie pandemii na popularności zyskały ćwiczenia z domu oraz wirtualne spotkania z trenerem przez platformy wideokonferencyjne. W taki sposób na przykład pracownicy Tauron we współpracy z Activy uczęszczali na zajęcia z jogi i stretchingu, które pomagały zwalczać ból pleców dokuczliwy w związku ze stałym, siedzącym trybem pracy. Powstały również dedykowane pracodawcom platformy oferujące zajęcia na żywo i w formie video na żądanie. Przykładami ich dostawców są FitAdept, HealthDesk, Benefit Systems czy OK Systems.

> ***Coraz częściej pracodawcy dofinansowują także zakup popularnych płatnych aplikacji dających dostęp do profesjonalnych zestawów ćwiczeń dostosowanych do wykonywania w domu. Badani wskazywali na takie produkty jak Freeletics, 8fit czy Aptiv.***

Do tej pory w Polsce rocznie odbywało się około 4000 imprez biegowych, w których startowało prawie milion Polaków, często reprezentując swoje firmowe barwy. Trzy najpopularniejsze firmowe biegi - Poland Business Run, Bieg Firmowy i Ekiden zrzeszały dziesiątki tysięcy pracowników z kilku tysięcy organizacji podczas zawodów w głównych miastach kraju. Dwie pierwsze inicjatywy, podobnie jak wiele biegów i maratonów, odbywają się w tym roku w trybie wirtualnym i nadal wywołują wiele sportowych, pozytywnych emocji.

BRAK RUCHU DRUGĄ PANDEMIĄ, ALE SPORT (DOSŁOWNIE) TRAFIA POD NASZE STRZECHY

Firmowe imprezy biegowe to element, który na stałe wpisuje się w kalendarze aktywności integrujących poprzez sport. Zarówno publiczne biegi masowe jak i wewnętrzne zawody mogą być z powodzeniem zorganizowane w nowym module aplikacji Activy.

Aktywność fizyczna jest fundamentem naszego zdrowia i dobrego samopoczucia, wartości szczególnie istotnych w nowym, niepewnym świecie. By uprawianie sportu stało się nawykiem, potrzebna jest jednak motywacja i regularność. Rolę inicjatora i propagatora aktywnego stylu życia mogą pełnić firmy, nasze naturalne komórki społeczne. Dbałość o swoich pracowników i silną kulturę organizacyjną na pewno im się opłaci. A wtedy pandemia może choć trochę wyjdzie nam na zdrowie.

Igor Pielas | CEO Activy

Twórca firmy Activy, były pracownik Google w Polsce. Pomaga firmom tworzyć szczęśliwsze i zdrowsze miejsca pracy poprzez wellbeingowe wyzwania rowerowe i biegowe. Wierzy, że poprzez dobrą zabawę najskuteczniej motywujemy się do zdrowego i ekologicznego stylu życia. Ekspert w obszarze naukowych metod zmiany zachowań oraz transportu rowerowego w miastach. Promuje zrównoważone podejście do biznesu i życia. Pasjonat kolarstwa i nowych technologii, laureat rankingu 50 Najbardziej Kreatywnych w Biznesie.

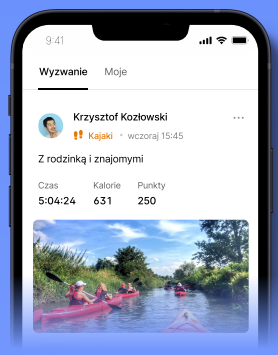
CIEKAWOSTKA Z BADANIA

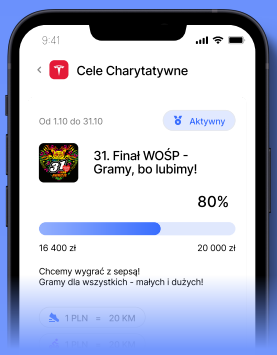
REGULARNOŚĆ BUDUJE TRWAŁY NAWYK.

76,3% *pracowników, które przed pandemią ćwiczyły codziennie lub prawie codziennie nie zmieniło swoich nawyków w nowej rzeczywistości.*

Activy

88% uczestników wyzwań zyskało motywację do codziennej aktywności





tablica społecznościowa

liczenie kroków

cel charytatywny

wszystkie sporty

regularność i zabawa

rowerem do pracy

zespoły

budowanie zdrowych nawyków

ograniczenie emisji CO2

Co dało mi Activy w 2022 roku?

Regularne ćwiczenie, zmianę nawyków i poprawę kondycji fizycznej, a przy okazji dobrą zabawę i szansę na dołożenie cegiełki na cel charytatywny :)

Jesteś zainteresowany wyzwaniem firmowym? Napisz do nas:

Basia Jakubowska
basia@activy.pl

www.activy.app

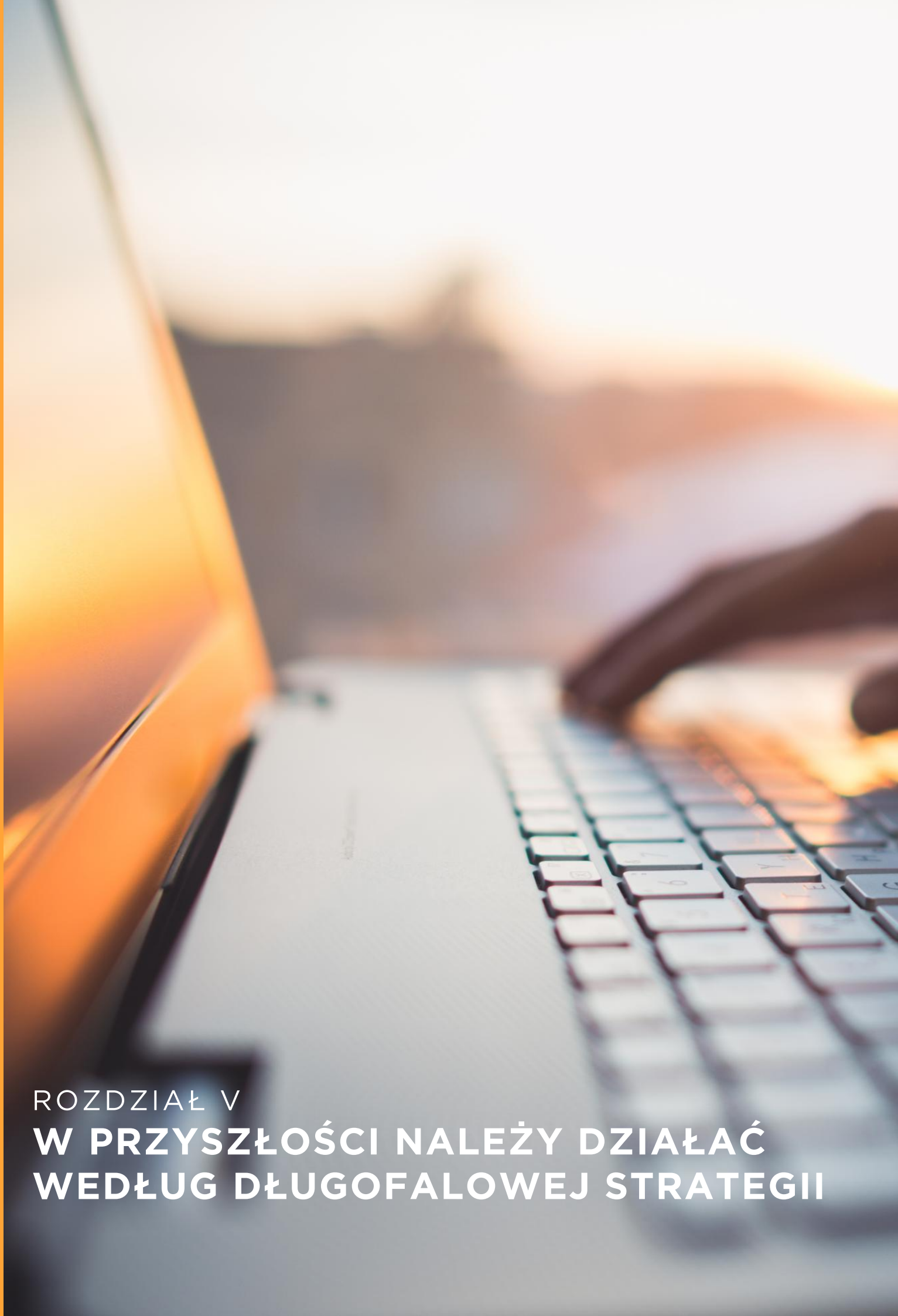
SYNCRON – SPORTOWE INICJATYWY ONLINE

W Syncron mamy to szczęście, że od dawna promowaliśmy zdrowy tryb życia i aktywność fizyczną. Właściwie tuż po ogłoszeniu stanu pandemii, zaczęliśmy zastanawiać się jak przekształcić dotychczasowe inicjatywy na formę online. Bardzo pomogło nam zmapowanie ambasadorów aktywności fizycznej wewnątrz organizacji. Oprócz zespołu HR to właśnie Ci ambasadorzy zachęcali pozostałych Pracowników do inicjatyw sportowych, co zaowocowało tym, że zgłaszało się do nas coraz więcej Pracowników chętnych poprowadzić, np. sesję ćwiczeń online.

W Syncron zorganizowaliśmy dwie nowe inicjatywy sportowe. Pierwszą z nich jest Acti-Break, czyli 15-minutowa przerwa w pracy w formie wspólnych ćwiczeń online, prowadzonych przez naszych Pracowników. Druga inicjatywa to wspólne pokonywanie kilometrów. Każdy Pracownik może dodać swoje aktywności i tym samym wspólnie „przemieszczamy się" z biura w Warszawie do naszej siedziby z Sztokholmie – mamy do pokonania 1445 kilometrów.

Dla naszych Pracowników ważna jest ergonomia miejsca pracy. Dlatego od samego początku zdecydowaliśmy się na udostępnienie im monitorów oraz ergonomicznych krzeseł z naszego biura na czas trwania pandemii i pracy zdalnej. Dodatkowo słysząc, że nasi Pracownicy miewają trudności z bólem pleców, wszyscy chętni mieli możliwość udziału w dedykowanym webinarze z fizjoterapeutą, który opowiadał jakie postawy sprzyjają kręgosłupowi oraz zaprezentował kilka ćwiczeń wspomagających mięśnie pleców.

Magdalena Rauner | Talent Acquisition Specialist Syncron



ROZDZIAŁ V

W PRZYSZŁOŚCI NALEŻY DZIAŁAĆ WEDŁUG DŁUGOFALOWEJ STRATEGII

CZĘŚĆ V

WYNIKI BADAŃ

WIĘKSZOŚĆ POTRZEB PRZED PANDEMIĄ I W NOWEJ RZECZYWISTOŚCI NIE ZMIENIŁA SIĘ ISTOTNIE. INWESTYCJE W WELLBEING PRACOWNIKÓW SĄ NADAL ISTOTNE I ZWIĘKSZAJĄ ODPORNOŚĆ NA SPADKI SAMOPOCZUCIA W ZWIĄZKU Z PROBLEMAMI NOWEJ RZECZYWISTOŚCI.

POTRZEBNA JEST INTEGRACJA

71,1% *respondentów wskazało, że w firmie zmniejszyła się integracja pracowników, a wśród nich 59,4% deklaruje, że potrzebuje integracji z innymi pracownikami w nowej rzeczywistości.*

89% *pracownikom, którzy swoje obecne samopoczucie w porównaniu z samopoczuciem przed początkiem pandemii oceniają negatywnie, szczególnie dokucza właśnie mniejsza integracja z zespołem.*

BENEFITY POWINNY BYĆ LEPIEJ DOPASOWANE DO POSZCZEGÓLNYCH GRUP PRACOWNIKÓW

ELASTYCZNE GODZINY PRACY JAKO POŻĄDANY BENEFIT WSKAZAŁO

81% kobiet

68% mężczyzn

81% osób w wieku 18-30 lat

52% osób w wieku 51+

MŁODSI PRACOWNICY ZNACZNIE BARDZIEJ ODCZUWAJĄ POTRZEBĘ INTEGRACJI - 56,3% WZGLĘDEM 29,6% U OSÓB NAJSTARSZYCH.

IGA MIŚTA | MYBENEFIT

PRZYSZŁOŚĆ BENEFITÓW – NOWE OFERTY W NOWEJ RZECZYWISTOŚCI

Zaangażowany i zmotywowany zespół jest kluczem do realizacji sukcesu organizacji. Pracodawca, aby zatrudniać i rozwijać najlepszą kadrę powinien gwarantować nie tylko stałe elementy, takie jak adekwatne wynagrodzenie i dostęp do podstawowych świadczeń, ale również elastycznie dopasowywać benefity do zmieniającego się świata oraz potrzeb pracowników.

Według raportu Sedlak & Sedlak Benefity w oczach pracowników 2020 75% firm oferuje świadczenia dodatkowe dla swoich pracowników. W porównaniu do 2019 roku, gdzie odsetek firm wynosił 82% widać, że z benefitów rezygnują głównie mikro i małe przedsiębiorstwa, najbardziej dotknięte efektem pandemii. Jednocześnie, w związku z trudną sytuacją epidemiologiczną oraz wymagającą i niestabilną sytuacją rynkową, pracownicy oczekują od pracodawców efektywnego wsparcia na wielu płaszczyznach.

Coraz więcej pracodawców postrzega oferowanie benefitów swoim pracownikom w sposób bardzo świadomy. Dostęp do pakietów opieki zdrowotnej oraz ubezpieczenia jest już standardem rynkowym. W trosce o kondycję fizyczną pracownicy otrzymują kartę sportową z opcją dodatkowych kart dla dzieci czy seniorów. Kompleksowa oferta benefitów dostarczana jest przez programy kafeteryjne. Można powiedzieć, że wszystko dostępne jest na wyciągnięcie ręki. Jednak to stan epidemii zweryfikował realną elastyczność pracodawców i firm dostarczających benefity na potrzeby pracowników.

Benefity w cyfrowym wymiarze

Nikt nie spodziewał się, że nasze dotychczasowe myślenie o aktywności zmieni się w ciągu kilku dni. Zamiast outdoorowych rozrywek, spotkań z najbliższymi i ulubionych form wypoczynku ograniczyliśmy wyjścia z domu do minimum, po to, aby dbać o zdrowie i bezpieczeństwo swoje oraz swoich najbliższych.

Czas spędzony w domu nie oznacza jednak rezygnacji z dotychczasowych aktywności, a raczej ich modyfikację do realiów nowego świata. To główne założenie, którym kierujemy się dostosowując ofertę świadczeń pozapłacowych do nowej rzeczywistości. Mimo, iż na co dzień promujemy aktywność na świeżym powietrzu oraz wydarzenia kulturalne w kinach, teatrach i operach, w pierwszych dniach pandemii skupiliśmy się na dostępie do analogicznych aktywności w warunkach domowych. Również zakupy, z dnia na dzień przeniosły się do Internetu, co na rynku benefitów wyparło dotychczasowe (i tak coraz mniejsze z roku na rok) zainteresowanie fizycznymi kartami podarunkowymi na rzecz elektronicznych bonów zakupowych.

> ***Dostosowując ofertę benefitów do najbardziej aktualnych potrzeb pracowników stawiamy przede wszystkich na zdrowie, rozwój osobisty i czas spędzony z najbliższymi.***

W odpowiedzi na utrudniony dostęp do usług medycznych, wśród benefitów znajduje się możliwość skorzystania z e-konsultacji, które sprawdzają się doskonale jako bezpieczna i coraz bardziej skuteczna forma kontaktu pacjenta z lekarzem. Ważny jest również rozwój osobisty pracowników. Platformy kafeteryjne oferują szkolenia poszerzające kompetencje oraz vouchery do najbardziej renomowanych.

PRZYSZŁOŚĆ BENEFITÓW – NOWE OFERTY W NOWEJ RZECZYWISTOŚCI

Na uwagę zasługują także benefity przeznaczone dla najmłodszych. Zanotowaliśmy szczególnie wysoki poziom zainteresowania zabawkami kreatywnymi oraz wsparciem nauki zdalnej.

Nowa era benefitów

Wiemy, że czas epidemii nie skończy się szybko. Jednocześnie chcemy wracać do normalności. Jak kreować efektywne benefity dla pracowników? Musimy mieć świadomość, że bezpieczeństwo i troska o zdrowie będą na pierwszym miejscu w tworzonej przez pracodawców ofercie świadczeń pozapłacowych. Dlatego też benefity dostępne online oraz szeroki zakres opieki medycznej na stałe wpiszą się w ofertę systemów kafeteryjnych dla pracowników. Czas izolacji pokazał jednak, że w momencie poluzowania restrykcji Polacy z otwartością wyruszyli w Polskę nie tylko na wczasy nad morze, ale również docenili weekendową turystykę. Pracodawcy niezmiennie będą wspierać realizację tych potrzeb finansując bony turystyczne oraz bilety i wejściówki do miejsc rozrywki, rekreacji i dobrej zabawy.

Elastyczna platforma benefitowa jest wszechstronnym rozwiązaniem dbającym o naprawdę wiele potrzeb pracowników i pracodawców. Różnorodność oferty, podążanie za trendami i swoboda w wyborze benefitów sprawia, że jest to narzędzie, które niezależnie od zmieniającego się świata inspiruje pracowników, wspiera ich motywację i buduje zaangażowanie zespołu.

Według raportu Sedlak & Sedlak Benefity w oczach pracowników 2020 75% firm oferuje świadczenia dodatkowe dla swoich pracowników. (...) z benefitów rezygnują głównie mikro i małe przedsiębiorstwa, najbardziej dotknięte efektem pandemii.

Iga Miśta | Dyrektor Działu Rozwoju Produktu MyBenefit

Dyrektor Działu Rozwoju Produktu w MyBenefit, firmie będącej liderem i twórcą pierwszej Kafeterii w Polsce, w której od 8 lat kreuje i rozwija ofertę benefitów. Tworzy i wdraża strategie rozwoju ofert i produktów dla ponad 500 klientów MyBenefit. Z pasją rozwija i kreuje rynek benefitów w Polsce wykorzystując innowacje i nowoczesne technologie.

JOANNA TONKOWICZ | ABSOLVENT CONSULTING

LECZENIE TO DZIAŁANIE REAKTYWNE – PRACODAWCY PRZYSZŁOŚCI PLANUJĄ PROAKTYWNIE

Pandemia zmusiła firmy do przejścia na tryb pracy zdalnej. Z punktu widzenia zdrowia było to bardzo niekorzystne doświadczenie. Wiele osób przez co najmniej dziesięć godzin dziennie nie odrywało się od komputera uczestnicząc w licznych spotkaniach online. Pracownicy często także pracowali w pozycji niezbyt zdrowej dla kręgosłupa, a pozbawieni możliwości wyjścia z domu byli narażeni na niedotlenienie organizmu. Bo jeśli za minimalną choćby dawkę codziennego ruchu uznamy dojazd do pracy, to w sytuacji kwarantanny nawet tego zabrakło.

Masowe wypożyczanie pracownikom krzeseł biurowych i mobilnych ekranów do domu było chyba pierwszym objawem troski firm o zdrowie zatrudnionych. Po wystąpieniu fali dolegliwości będących wynikiem pracy zdalnej czyli bolącego kręgosłupa, złego samopoczucia i ogólnego przemęczenia, zorientowaliśmy się, że tak jak podczas wykonywania obowiązków służbowych, tak i w dbaniu o kondycję fizyczną i psychiczną musimy być zdyscyplinowani. Czas, który wcześniej wykorzystywaliśmy na dojazdy do pracy powinniśmy poświęcić na szerokopojęte aktywności wellbeing'owe.

W sieci bardzo popularne stały się treningi z trenerami personalnymi online (czasami widuję na nich nawet osiem tysięcy ludzi!). Część z pracowników zaczęła asertywnie "zamykać pracę" w rozsądnych godzinach i "przełączać się" na aktywności zapewniające im ruch i regenerację. Odkryliśmy całkiem nową formę uczestniczenia w grupowych wydarzeniach - za pośrednictwem internetu. Powstało też wiele inicjatyw typu konkursy rowerowe online czy nominacje do podjęcia sportowych wyzwań przekazywane sobie poprzez media społecznościowe. Tutaj dobrym przykładem jest firma Decathlon, która odważnie podjęła się partnerstwa w temacie biegów online. Niewiele jest tak imponujących przykładów na rynku polskim.

Z moich obserwacji wynika, że pracodawcy skupili się w trakcie pandemii na zabezpieczeniu zespołów przed zarażeniem się wirusem w biurach, wsparciem rodziców małych dzieci, żeby mogli wykonywać pracę z domu, redukcji kosztów (np. w obszarze benefitów pracowniczych typu karnety na siłownię), często zaniedbując temat holistycznego wsparcia zdrowia i samopoczucia pracowników, które mogłoby zaprocentować później.

Tymczasem, środowiska propagujące kompleksowe podejście do zdrowia są przekonane, że podatność na wszelkie choroby, w tym także stany lękowe, są związane z niską odpornością fizyczną i psychiczną, wynikającą ze złego trybu życia i wysokiego poziomu trwałego stresu. Leczenie to działanie reaktywne. A można przecież temu zapobiec, czyniąc odpowiednie kroki wcześniej i działając proaktywnie.

Brak aktywności fizycznej i wynikające z tego niedotlenienie mięśni czy mózgu, ograniczony ruch w postaci chociażby chodzenia (na przykład w drodze do domu o ile nie przemieszczamy się na zasadzie "od garażu do garażu"), a także nieodpowiednia postawa (w domu pracujemy często na kanapie w bardzo złej pozycji dla kręgosłupa) czy niekorzystne nawyki żywieniowe - przybliżają nas do złego samopoczucia, chorób, niskiej produktywności, zerowej innowacyjności i zaangażowania również w obowiązki służbowe.

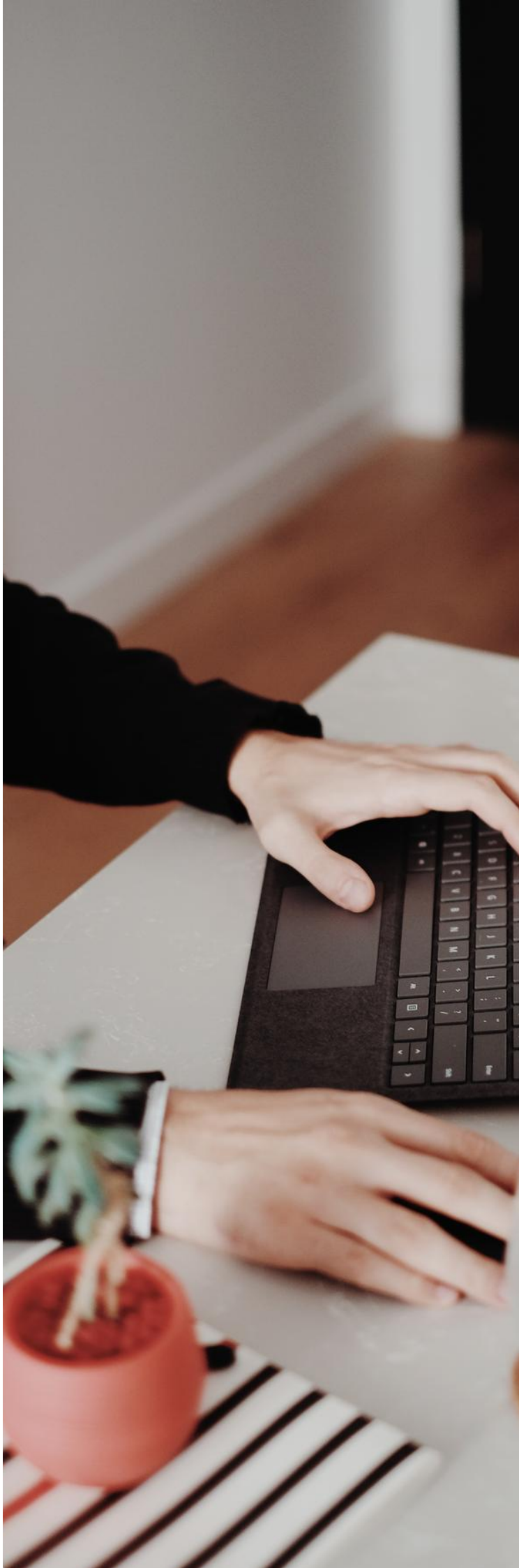
LECZENIE TO DZIAŁANIE REAKTYWNE – PRACODAWCY PRZYSZŁOŚCI PLANUJĄ PROAKTYWNIE

Pracodawcy chętnie adresują te potrzeby, lecz chwilowo nie wiedzą, jak dopasować się do bieżących trendów społecznych. Sytuację utrudnia fakt, że wiele zmieniło się niestety nieodwracalnie.

Rozpoczynamy drugą fazę tak zwanej nowej rzeczywistości. Mam nadzieję, że każdy pracodawca zaczyna rozumieć, że holistyczne podejście do zdrowia i wsparcie pracowników w dbaniu o nie jest kluczowym wyzwaniem obecnych czasów. Abstrahując od chorych na koronawirusa, coraz częściej słyszę o półrocznych zwolnieniach w związku z problemami układu pokarmowego. Te są wywołane m.in. połączeniem długotrwałego stresu, wysoko przetworzonego, niezdrowego jedzenia oraz brakiem ruchu. Wszystkie te czynniki wpływają na nasze zdrowie, samopoczucie oraz efektywność w pracy i życiu osobistym. Kondycja zdrowotna zatrudnionych jest istotnym elementem biznesu, ciężko będzie odbudować gospodarkę z pracownikami przebywającymi na zwolnieniach lekarskich.

Joanna Tonkowicz | Partner Zarządzająca Absolvent Consulting

Obecnie strategicznie doradza markom takim jak: GSK, PwC, EiT Food czy Bakertilly TPA. Swoją wiedzę i doświadczenie w projektowaniu marki pracodawcy budowała zgodnie ze strategią biznesową, pracując od ponad 15 lat dla firm doradczych EY, Deloitte i banku Santander. Twórca najwyżej ocenianych kampanii EB na polskim rynku.



MONIKA SOŃTA | AKADEMIA LEONA KOŹMIŃSKIEGO, KOMUNIKUJEMY.COM

PIERWSZY KRYZYS ZAŻEGNANY, CZAS NA DŁUGOTERMINOWE DZIAŁANIA

Udało się, przetrwaliśmy! Szybka reakcja firm w obliczu pandemii i poszczególne działania interwencyjne pozwoliły pracownikom przetrzymać tę nową, trudną sytuację. Teraz nadszedł czas na wdrożenie długofalowych i kompleksowych strategii, które umożliwią odnalezienie się zespołom w środowisku pracy także podczas drugiej fali epidemii. Rozpoczyna się okres "przeprojektowania" rozwiązań związanych z organizacją pracy w celu dostosowania się do nowych potrzeb, które powstały na przestrzeni ostatnich miesięcy.

Wielu HR-owców zdało pierwszy egzamin. Podczas lockdown'u obserwowałam spore poruszenie na grupach facebook'owych i linkedinowych. Znajomi z branży wymieniali się kontaktami do trenerów personalnych, instruktorów jogi czy psychologów. W kilka tygodni większość benefitów stacjonarnych straciło na znaczeniu i powstało miejsce na nowe rozwiązania. Wiele działań firm, które zaobserwowałam w tym czasie okazało się strzałem w dziesiątkę.

Z mojej perspektywy najciekawszymi i najpopularniejszymi praktykami wellbeingowymi podczas lockdownu były:

- Animacje dla dzieci - gry i zabawy, tematyczne zajęcia online, nauka angielskiego - wszelkie aktywności, które przykuwały uwagę dzieci, pozwalając rodzicom na skupienie się na obowiązkach zawodowych.
- Zdalne zajęcia relaksacyjne i ćwiczenia typu "zdrowy kręgosłup"- cieszyły się dużą popularnością szczególnie w kwietniu i maju, kiedy pracownicy byli już zaopatrzeni w ergonomiczne krzesła biurowe i urządzili profesjonalne biuro we własnym salonie, ale wciąż brakowało im ruchu.
- Dostęp do aplikacji medytacyjnych, mindfulness, edukujących w zakresie technik relaksacyjnych i poprawnego oddychania.
- Webinary o tematyce zdrowotnej poruszające kwestie profilaktyki i wspierania odporności ale także metod relaksacyjnych czy reagowania na sytuacje stresowe.
- Wsparcie psychologiczne w postaci infolinii dedykowanej pracownikom - na początku w formie pomocy interwencyjnej, popularność tego rozwiązania sprawie jednak z pewnością, że stały dostęp do pomocy psychologicznej pozostanie w wielu firmach na dłużej.

Na wypadek drugiej fali epidemii większość pracowników jest już wyedukowana w kwestii tego jak się zachować, jak efektywnie pracować zdalnie, dbać o swój kręgosłup czy w jaki sposób zorganizować zajęcia dla dzieci. Niestety większość z tych benefitów funkcjonowała jedynie doraźnie w krótkim okresie czasu, na przykład przez miesiąc. Zabrakło konsekwencji i zaangażowania, o które trudno w warunkach online.

Pojawia się więc pytanie na jakie rozwiązania powinien postawić pracodawca w długofalowej perspektywie?

Krótsze godziny pracy czyli rodzicielski work-life balance

Dbanie o work-life balance jest wciąż potrzebne jednak w nieco innym wymiarze. Pogodzenie obowiązków domowych i zawodowych nadal stanowi duże obciążenie przede wszystkim dla rodziców dzieci w wieku przedszkolnym i wczesnoszkolnym. Nawet jeśli od września wrócą lekcje stacjonarne w szkołach, to zajęcia pozalekcyjne na świetlicy raczej pozostaną odwołane lub będą realizowane w modelu hybrydowym.

PIERWSZY KRYZYS ZAŻEGNANY, CZAS NA DŁUGOTERMINOWE DZIAŁANIA

Dzieci dalej będą pod stałą opieką rodziców. Dobrym rozwiązaniem tego problemu byłoby wprowadzenie krótszego dnia pracy dla pracowników posiadających dzieci, tak aby mieli czas na przygotowanie posiłków i zorganizowanie zajęć swoim pociechom. Firmy mogłyby też wytworzyć klimat przyzwolenia na "poszatkowany dzień" pracy pozwalający na robienie przerw i integrację z życiem osobistym. Pytanie tylko czy są na to gotowe?

Projekty rozwojowe zamiast benefitów biurowych

W nowej rzeczywistości tradycyjne benefity biurowe straciły swoją użyteczność. Owocowe wtorki, relaksacyjne masaże czy gaming roomy mogą jednak zostać zastąpione ciekawymi projektami rozwojowymi - działaniami, które naprawdę mają znaczenie. Poczucie, że współtworzy się coś ważnego ma większą wartość od skrzynki z bananami.

> ***Dzisiejszy pracownik powinien zostać zaopiekowany emocjonalnie, a współpraca z innymi tworzy poczucie więzi, bycia częścią społeczności dużo lepiej niż najbardziej egzotyczny owoc zjedzony w samotności :)***

Nie chcemy wracać do biur, ale rośnie potrzeba integracji

Badania "Praca z domu 2020" jasno pokazują, że jest spora grupa pracowników, którzy deklarują, że w obliczu pandemii woleliby pracować w domach. Dodatkowo firmy często decydują się na zmniejszanie powierzchni biurowych. Pozostając w świecie, gdzie nie mamy możliwości codziennie widywać się ze znajomymi z pracy, powinniśmy postawić jeszcze większy nacisk na integrację i budowanie społeczności. Na dłuższą metę pracownicy nie wytrzymają w izolacji, dlatego będą szukali innych form spotykania się.

W tym obszarze ciekawym rozwiązaniem są różnego rodzaju platformy grywalizacyjne, które pozwalają łączyć doświadczenia cyfrowe z tradycyjnymi aktywnościami i zdobywać punkty i osiągnięcia w obu światach.

Firmy powinny postawić na działania, które budują więzi pomiędzy pracownikami. Potrzebne jest wskrzeszenie ducha zespołu. Nowa rzeczywistość jest o tyle skomplikowana, że aktywności online w dłuższej perspektywie czasowej nie zastąpią realnych kontaktów i szybko się znudzą.

Czas więc na nowe rozwiązania płynnie przechodzące między rzeczywistością wirtualną i tradycyjną!

Monika Sońta | Akademia Leona Koźmińskiego, komunikujemy.com

Od trzynastu lat zajmuje się rozwojem organizacji, szczególnie w obszarach: komunikacja wewnętrzna, zaangażowanie pracowników, wewnętrzne budowanie marki pracodawcy oraz kreatywność. Prowadzi warsztaty rozwojowe dla organizacji metodą LEGO® SERIOUS PLAY® oraz Playmobil.pro. Badaczka organizacji (Katedra Zarządzania w Społeczeństwie Sieciowym w Akademii Leona Koźmińskiego).

WELL BEING W Ż - ZRÓWNOWAŻENIE W ŻYCIU ZAWODOWYM I PRYWATNYM, SPRAWIA ŻE DUŻO ŁATWIEJ STAWIAMY CZOŁA WYZWANIOM

W Grupie Żywiec od kilku lat budujemy świadomość jak ważne jest zaangażowanie i wysoki poziom energii do działania. Nasze codzienne życie w zmieniającym się otoczeniu przynosi wiele wyzwań. Chcąc im podołać musimy doskonale rozumieć jak funkcjonuje nasz organizm i co możemy robić, aby zapewnić sobie sukces zarówno w życiu zawodowym jak i prywatnym, bo tylko wtedy uzyskujemy pełen balans.

Podobnie jak najlepsi sportowcy nie tylko musimy sobie stawiać cele i ciągle podnosić umiejętności lecz cały czas dbać o naszą energię fizyczną, psychiczną, właściwy sen i odżywianie.

> ***Wspólnie z HumanPower przebadaliśmy naszych pracowników, aby mogli zrozumieć jak wygląda poziom energii osobistej, gdzie są nasze mocne strony i nad czym musimy pracować, by uzyskać balans i w jak najbardziej świadomy sposób zarządzać sobą.***

Co roku w trakcie dni zdrowia i bezpieczeństwa prowadzimy warsztaty, które dają wiedzę jak się odżywiać, jak dobrać i prowadzić odpowiedni trening fizyczny oraz jak zadbać o swoje nastawienie mentalne. Organizowaliśmy także w biurze i browarach zajęcia z rehabilitacji oraz był dostępny masaż. Pracownicy mogli korzystać także z dofinansowanie zajęć sportowych.

Koronawirus wiele zmienił wpływając na naszą nową rzeczywistość, a także uwypuklił jak ważnym aspektem jest nasza kondycja, umiejętność uczenia i zdrowie psychiczne.

Wiele z nas znalazło się w zupełnie nowej sytuacji, pracując zdalnie, z dala od koleżanek i kolegów z pracy, a także bezpośredniego przełożonego.Bezcennym aspektem kontaktu okazały się Teams'y oraz inne komunikatory. Wiedzieliśmy, że w tym czasie jakość kontaktu „na odległość" ma jeszcze większe znaczenie. Przenieśliśmy nasze warsztaty do świata online. Szkoliliśmy nie tylko z pracy zdalnej, lecz także jak sobie poradzić w nowej rzeczywistości, zarządzić sobą i nowym stresem. Zajęcia z psychologiem odnośnie odporności psychicznej i mentalnej, sportowe z trenerem personalnym oraz yoga na odległość cieszyły się nie tylko popularnością lecz zmieniły nawyki wielu pracowników.

Wiemy to dzięki systematycznym ankietom, które badają ich nastawienie, wyzwania oraz wsparcie, którego potrzebują. To dzięki temu kontaktowi wydaliśmy tablety dla dzieci pracowników, wypożyczaliśmy krzesła, monitory, by pracować w domu w lepszych warunkach. Super pomysłem okazały się zajęcia dla dzieci i konkursy.

Ten codzienny kontakt i czasami nieformalne zdalne spotkania na koniec dnia pozwoliły nam doczekać momentu powrotu do biura. Mimo tego wciąż pozostaje otwarta dla pracowników linia wsparcia, gdzie można porozmawiać z psychologiem, prawnikiem i doradcą finansowym, bo jesteśmy w wielu nowych sytuacjach i takie wsparcie bywa bezcenne.

ANDRZEJ BORCZYK | GRUPA ŻYWIEC

WELL BEING W Ż - ZRÓWNOWAŻENIE W ŻYCIU ZAWODOWYM I PRYWATNYM, SPRAWIA ŻE DUŻO ŁATWIEJ STAWIAMY CZOŁA WYZWANIOM

Wierzę, że w Grupie Żywiec wspieramy pracowników i budujemy ich samoświadomość poprzez różne działania. Najważniejsze pozostanie jednak co każdy z nas z tym zrobi jak z tego skorzysta, by zadbać o swój tryb życia, sposób odżywiania, sen oraz nastawienie mentalne.

Zrównoważenie w życiu zawodowym i prywatnym, sprawia że dużo łatwiej stawiamy czoła wyzwaniom. Rozumiemy swój organizm i sposób działania, kiedy potrzebujemy odnowy i czasu na „ładowanie baterii", a kiedy jesteśmy w stanie maksymalnej energii i nastawienia na działanie. Mając tę samoświadomość dużo łatwiej jest nam odnaleźć się w nowych sytuacjach i zarządzić zmianą, bo przecież życie stawia przed nami ciągłe wyzwania i musimy być na nie przygotowani.

Andrzej Borczyk | Dyrektor Personalny Grupy Żywiec

Dyrektor Personalny, Członek Zarządu Grupy Żywiec, jednej z największych jednostek Heineken w Europie. Ponad 24 lata w wiodących globalnych firmach: Mars, Diageo, Microsoft w rolach sprzedażowych, operacyjnych i HR w Polsce oraz Europie Centralno- Wschodniej. Odpowiedzialny za Tworzenie i realizację strategii w obszarze zarządzania kapitałem ludzkim i budowania efektywnej organizacji.Jeden z współzałożycieli HRInfluencers.

MARTA POKUTYCKA-MĄDRALA |
NATIONALE-NEDERLANDEN

NIESTANDARDOWE POMYSŁY NA WIRTUALNĄ INTEGRACJĘ – NATIONALE-NEDERLANDEN W NOWEJ RZECZYWISTOŚCI

Zdrowie, bezpieczeństwo i samopoczucie pracowników są dla nas priorytetem i tak powinno być w przypadku każdego odpowiedzialnego pracodawcy. Pandemia okazała się ogromnym wyzwaniem, ale też pokazała, kto faktycznie troszczy się o zespół. Jako firma ubezpieczeniowa czujemy się szczególnie odpowiedzialni za ludzi, których zatrudniamy. Podjęliśmy więc szereg działań, aby odpowiedzieć na potrzeby, które pojawiły się w związku z koronawirusem.

Przede wszystkim wprowadziliśmy możliwość bezpłatnych wideokonsultacji z psychologiem. Nawiązaliśmy współpracę ze specjalistą, który pomaga radzić sobie z różnymi, niekoniecznie związanymi z pracą, obawami.

Ponadto pracownicy mogli uczestniczyć w wirtualnych spotkaniach edukacyjnych i webinarach na temat profilaktyki zdrowotnej w czasie pandemii, bezpieczeństwa w sieci czy skutecznej pracy zdalnej. W tych nowych dla nas okolicznościach pamiętamy też o powiedzeniu w „zdrowym ciele, zdrowy duch", dlatego wystartowaliśmy z akcją #NNtrenujeZdomu. Pracownicy otrzymali dostęp do treningów fitness online oraz mogą korzystać ze zdrowych przepisów na posiłki. Każdego dnia zachęcamy też zespół do robienia krótkich przerw na ćwiczenia kręgosłupa i rozciągające.

Nowe wyzwania pracowników, czyli work-life balance w nowej rzeczywistości

Dla wielu pracowników wyzwaniem okazało się łączenie obowiązków zawodowych z życiem prywatnym, szczególnie z opieką nad dziećmi, które nie mogły chodzić do szkoły.

Odpowiedzialna firma powinna w takiej sytuacji wspierać tak, aby ułatwić pogodzenie tych dwóch ról. Inicjatywą, która spotkała się w Nationale-Nederlanden z dużym zainteresowaniem, były wirtualne atrakcje na dzieci. Mogły one uczestniczyć w zajęciach z animatorami, udostępniliśmy też bezpłatny abonament na platformy z książkami, filmami i nauką języków. Dzięki temu rodzice mogli skupić się na pracy, a dzieci miały okazję do aktywnego spędzania czasu i kontaktu z rówieśnikami. W odpowiedzi na to wyzwanie, stworzyliśmy również forum, na którym pracownicy dzielili się pomysłami na spędzanie czasu z całą rodziną w trakcie kwarantanny.

Telewizja śniadaniowa formą integracji online

Zachęciliśmy pracowników do wdrożenia codziennych stand-upów oraz nieformalnych spotkań przy kawie, aby zadbać o utrzymanie relacji i integrację. Na naszej platformie komunikacyjnej powstały grupy służące wymianie doświadczeń i porad.

Zmodyfikowaliśmy nawet rozwiązania służące docenianiu i motywowaniu – tradycyjne kartki i vouchery zmieniliśmy na wirtualne gify i punkty na benefity dostępne online. Powołaliśmy również osoby odpowiedzialne za analizę nastrojów w poszczególnych zespołach.

W Nationale-Nederlanden komunikacja odgrywa kluczową rolę. Jeszcze przed pandemią stworzyliśmy koncepcję telewizji śniadaniowej, która spotkała się z dużym zainteresowaniem wśród pracowników.

MARTA POKUTYCKA-MĄDRALA | NATIONALE-NEDERLANDEN

NIESTANDARDOWE POMYSŁY NA WIRTUALNĄ INTEGRACJĘ – NATIONALE-NEDERLANDEN W NOWEJ RZECZYWISTOŚCI

W „NiecodzieNNiku" opowiadamy o najważniejszych tematach biznesowych w lekki i przystępny sposób, tak, aby zaangażować cały zespół w życie firmy.

Wolontariat online - to możliwe

Do online'u przenieśliśmy także projekty związane z wolontariatem pracowniczym, które zawsze wspierały integrację pracowników. Udało nam się wesprzeć aż 14 e-inicjatyw, zgłoszonych oddolnie przez pracowników. Inne formy naszego zaangażowania społecznego również przenieśliśmy do świata wirtualnego, realizując m.in. inicjatywę we współpracy z Akademią Rozwoju Filantropii przy dofinansowaniu projektów mających na celu zwalczanie skutków pandemii, ponownie uczestniczyliśmy w inicjatywie Uniwersytetu Sukcesu, wspierając młode dziewczyny w wejściu na rynek pracy oraz przy projekcie Social Innovation Relay, angażując młodzież wokół innowacji społecznych i wspierając w realizacji przyszłych planów zawodowych. Aktywności wolontaryjne – bez względu na okoliczności – są stałym elementem wpisanym w DNA naszej firmy, a ważne społecznie tematy angażują i jednocześnie integrują naszych pracowników.

Marta Pokutycka-Mądrala | Dyrektor Komunikacji Korporacyjnej oraz Rzecznik Prasowy Nationale-Nederlanden

Odpowiada za komunikację korporacyjną, relacje z mediami, komunikację wewnętrzną, działania z zakresu Employer Brandingu, CSR'u oraz Public Affairs. Dodatkowo pełni rolę Rzecznika Prasowego dla spółki ubezpieczeniowej i emerytalnej. Odpowiadała między innymi za kompleksowy projekt komunikacji PRowej wokół ubezpieczenia na wypadek zachorowania na nowotwór, który został nagrodzony Złotym Spinaczem.

ZDALNA INTEGRACJA I NOWY PROGRAM WELLBEINGOWY – SPOSOBY AVIVY NA NOWĄ RZECZYWISTOŚĆ

Koronawirus zmienił sposób naszego funkcjonowania, jest dla nas wszystkich zupełnie nowym doświadczeniem. Szybko zdecydowaliśmy, że 97% naszych pracowników będzie pracowało zdalnie, co wpłynęło na rodzaj, formę i ilość prowadzonych działań wellbeingowych. Podczas kwarantanny wszystkie zajęcia zaczęliśmy organizować online. Zwiększyliśmy częstotliwość prowadzonych sesji mindfulness, zorganizowaliśmy bezpłatne konsultacje z psychologiem.

Dla menedżerów przygotowaliśmy specjalny cykl webinarów, aby wesprzeć ich w radzeniu sobie z nową sytuacją i wskazać jak mogą pomóc osobom ze swoich zespołów. W trosce o zdrowie i aktywność dzieci naszych pracowników, zorganizowaliśmy dla nich zajęcia taneczne online. Dodatkowo ochotnicy prowadzili dla nich korepetycje online. Nowa rzeczywistość wymaga od nas nowego podejścia do tego obszaru i zintensyfikowania działań, nie zmieniło się jednak nasze podejście. Wellbeing naszych pracowników był, jest i będzie dla nas ważny.

We wrześniu planujemy rozpoczęcie nowego, szerokiego programu wellbeingowego, w ramach którego każdy znajdzie coś dla siebie. Będzie to połączenie zajęć i warsztatów prowadzonych online na żywo z materiałami dostępnymi na tzw. „życzenie" czyli np. z nagraniami zajęć do odtworzenia w dowolnym momencie.

Chcemy dać naszym pracownikom szeroki wybór regularnych zajęć do wyboru, dzięki którym będą mogli zadbać o siebie: mindfulness, ćwiczenia na kondycję i na zdrowy kręgosłup, nauka prawidłowego oddychania, a nawet joga twarzy. Dodatkowo raz w miesiącu planujemy webinary o budowaniu odporności, pracy zdalnej w domu z dzieckiem etc.

Zdalna integracja - mamy na to sposoby

Integracja pracowników podczas pracy zdalnej jest niewątpliwie trudnym zadaniem. Staramy się temu zaradzić poprzez regularne, przeprowadzane minimum raz w tygodniu, spotkania online każdego zespołu. Dodatkowo zachęcamy menedżerów do kreatywnych działań.

Przeprowadziliśmy zabawę, w ramach której zespoły przesyłały swoje pomysły na integrację, rywalizując o budżet przeznaczony na wybraną przez nich fundację. Otrzymaliśmy ciekawe zgłoszenia, którymi podzieliliśmy się ze wszystkimi menedżerami. W ramach zwycięskiego projektu pracownicy co dwa tygodnie, w ramach podzespołów, przygotowują kolaż zdjęć na zadany temat np. zdalny dzień w piżamie. Cały obszar wybiera później zwycięzcę. Liczy się wyobraźnia, uśmiech i zabawa.

Ciekawym pomysłem są też spacery, które za pomocą Google Street View pracownicy odbywają wspólnie po rodzinnych miastach, gdzie ma możliwość sprawdzić się w roli przewodnika albo po ciekawych miejscach z całego świata. Jest to dobry sposób na poznanie Polski i ciekawych miejsc, a przy okazji obalenia różnych stereotypów i mitów.

Monika Goszczyńska-Malon | Internal Communication and Engagement Partner

Swoją przygodę z Avivą rozpoczęła w 2015 roku. Odpowiada za komunikację wewnętrzną, wellbeing, wsparcie różnorodności oraz wspiera działania employer brandingowe. Wcześniej związana z marketingiem, pracowała m.in. w Microsoft, Agorze i Grupie Pracuj.

PODSUMOWANIE

DOROTA MATUŁA
IGOR PIELAS

Wszyscy doskonale już rozumiemy, że szczęście i zdrowie pracowników przekłada się na wyniki firm. Wybuch pandemii tylko wzmocnił znaczenie tych dwóch wartości. Praca jest dużą częścią naszego życia, dlatego liderzy biznesu niosą dużą odpowiedzialność za dobrostan całych społeczeństw.

Badanie pokazało, że polscy pracodawcy jeszcze nie zdali egzaminu z nowej rzeczywistości. Jego rezultaty odkrywają też jak mocno opinia o działaniach pracodawcy jest skorelowana z oceną dobrostanu samych pracowników. Po wybuchu pandemii wiele mówiło się o konieczności realizowania nowych działań wellbeingowych. A jednak tylko 50% pracowników zauważa w tym obszarze jakieś zmiany.

Dzięki doświadczeniu pandemii wellbeing w firmach zyskał nowy wymiar. Zdrowie stało się absolutnym priorytetem w każdym wymiarze – fizycznym i psychicznym. Wśród potrzeb nadal króluje aktywność fizyczna. Osoby ćwiczące regularnie lepiej oceniają sytuację swoją i działania firmy. Wzrasta znaczenie równowagi psychicznej, dlatego pracownicy poza opieką medyczną sygnalizują także oczekiwania wobec benefitów związanych z kondycją psychiczną, które nadal są rzadkością w działaniach pracodawców.

Raport nie wskazuje na znaczące zmiany pomiędzy czasem sprzed wybuchu pandemii, a nową rzeczywistością. Pandemia jedynie uwypukliła problemy w obszarze wellbeingu, które istniały od zawsze. Nowa sytuacja uświadamia pracodawcom konieczność holistycznego spojrzenia na pracowników i uczy dynamicznie i w elastyczny sposób reagować na ich potrzeby. Przed firmami jeszcze wiele pracy w tym zakresie, ale ziarno zostało zasiane.

Mamy nadzieję, że wyniki badania oraz opinie ekspertów pozwolą Ci zaplanować działania wellbeingowe na kolejne miesiące. Jeżeli nadal nie wiesz od czego zacząć, zbadaj potrzeby swoich pracowników. Wyniki badania jasno wskazały, że potrzeby mogą się różnić, przede wszystkim ze względu na płeć i wiek pracowników. Postaraj się zaproponować rozwiązania, które rzeczywiście odpowiedzą na problemy i wyzwania firmy.

Zareaguj na silny sygnał od pracowników, którzy wymagają elastycznego czasu i miejsca pracy. Wspieraj ich w aktywnościach fizycznych i pomyśl w jaki sposób firma może pomóc w zachowaniu lepszej kondycji psychicznej. W czasie pandemii możesz przyspieszyć przejście na rozwiązania cyfrowe zapewniające wszystkim bezpieczeństwo. Nie zapominaj jednak o nadal wyraźnej potrzebie integracji międzyludzkiej.

Życzymy Ci najlepszego dobrostanu i wielu sukcesów!

KONTAKT

Jeżeli masz pytania do raportu, chcesz wykorzystać jego treść, interesują cię dokładne wyniki badania, napisz do:

DOROTA MATUŁA
DOROTA@ACTIVY.PL

Jeżeli szukasz prostego i szybkiego do włączenia w firmie rozwiązania wspierającego zdrowie fizyczne i psychiczne pracowników, napisz do:

IGOR PIELAS
IGOR@ACTIVY.PL

O ACTIVY

Activy to wellbeingowe wyzwania rowerowe i biegowe w formie wciągającej gry dla pracowników. Pomagają tworzyć szczęśliwsze i zdrowsze miejsca pracy.

Dzięki mobilnej aplikacji oraz naukowej grywalizacji pracownicy poprzez dobrą zabawę budują motywację do zdrowego ruchu. Pracodawcy wykorzystują Activy do tworzenia programów angażowania pracowników i promocji zdrowia. Firmy stawiające na CSR redukują w ten sposób emisję CO2 w dojazdach do biur oraz łączą aktywność fizyczną pracowników z przekazywaniem środków na cele charytatywne.

Z Activy korzystało już ponad 500 firm, ponad 20 000 pracowników zwiększyło swoją aktywność fizyczną, a 95% uczestników poleca program swoim znajomym.

Activy

Raport powstał dzięki pracy Activy oraz zespołu projektowego:
Dorota Matuła, Igor Pielas, Patryk Kukla, Urszula Płosarek, Ewelina Kaszuba, Małgorzata Kachnikiewicz