



trendy
corporate
wellness
2020

opracowane przez 4P
dr Barbara Frątczak-Rudnicka i Katarzyna Lipińska

„Health creates wealth [...] Healthy, focused people are not only happier, they make better decisions, become better leaders, and drive greater value for the organizations.”
Arianna Huffington

<https://www.forbes.com/sites/joshber-sin/2014/04/04/the-five-elements-of-a-simply-irresistible-organization/#2cd366d51b16>

„Leadership is not about being in charge. Leadership is about taking care of those in your charge.”
Simon O. Sinek
<https://quotefancy.com/simon-sinek-quotes>

Autorzy: Barbara Frątczak-Rudnicka (4P), Katarzyna Lipińska (4P)

Skład i grafika: Jerzy Olszewski, www.sttudio.pl

Warszawa, grudzień 2019

4P Research Mix sp. z o.o., ul. Puławska 12a/5, 02-566 Warszawa, tel. +48 22 565 27 50, www.grupa4p.pl

4P Research Mix Sp. z o.o. jest wyłącznym właścicielem autorskich praw majątkowych do raportu: „Corporate Wellnes 2020”.

Macie Państwo prawo do cytowania fragmentów raportu nie zmieniającego sensu ich treści pod warunkiem opatrzenia cytowanych fragmentów: informacją o 4P Research Mix Sp. z o.o. jako autorze raportu, tytułem raportu oraz adresem strony internetowej www.grupa4p.pl.

Spis treści

WPROWADZENIE	4
Rynek pracownika • Dobrostan pracownika w Polsce • ROI i CSR • Szerokie i holistyczne podejście do dobrostanu pracowniczego / <i>employee wellness</i> • Metodologia badania trendów	
1. Zdrowo od podłogi po sufit / <i>Wellness Architecture</i>	13
Chore vs zdrowe budynki • Światło i dźwięk • Niezawodna zieleń, biofilia i „w biurze jak w domu”!	
2. Grunt to profilaktyka / <i>The Basics of Employee Benefits</i>	19
Opieka medyczna to „oczywistość” • Fitness, także w miejscu pracy • ROI? • Bierzmy przykład!	
3. Spokojna (zdrowa) głowa / <i>Mental Health Days</i>	25
Najpierw destygmatyzacja • Rosnący problem	
4. Ćwiczenia z wysypiania / <i>Corporate Sleep Program</i>	30
Epidemia bezsenności • Pracownikowi wyśpij się! • Ćwiczenia ze snu • Ważna równowaga	
5. Recepty szyte na miarę / <i>Personalized Wellness</i>	35
Wspieraj osobę, nie walkę z chorobą! • Ile wiedzy to za dużo? • Kusi nas, by wiedzieć więcej	
6. Technologia HR dla pracownika / <i>Employee-Friendly HR Tech</i>	39
Co mówią prognozy? • Pożegnaj maile • Czas na boty • Medytacja i relaks też	
7. Projektowana empatia w pracy / <i>Design Thinking at Work</i>	45
Prościej i bardziej przyjaźnie • Angażowanie pracowników • <i>Activity-Based Working</i>	
8. Finanse w formie / <i>Financial Fitness</i>	49
Młodzi dorośli potrzebują wsparcia • Lepiej zapobiegać niż leczyć!	
9. Różnorodność to wyzwanie / <i>Diversity & Inclusivity</i>	53
Zróznicowane zespoły – bardziej zadowolone i innowacyjne • Otwartość to gorący towar!	
10. Benefity rodzinne 21. wieku / <i>New Family Benefits</i>	58
Rodziny się zmieniają • Rodzice ... zwierzaków (<i>pet parents</i>) • <i>Comfort animals</i>	

Wprowadzenie

Polski rynek pracy ma obecnie trzy cechy charakterystyczne: niskie bezrobocie, rosnące zarobki i znaczną rotację pracowników. Według GUS średnie wynagrodzenie w sektorze przedsiębiorstw w III kwartale 2019 r. wynosiło brutto 5 148 zł, a raport Deloitte „Millenialsi 2019” podaje, że 41% Polaków z pokolenia Y przewiduje, że zmieni pracę w ciągu najbliższych 2 lat.

Rynek pracownika

W coraz większym stopniu mamy w Polsce „rynek pracownika”. Poziom bezrobocia jest najniższy od ćwierćwiecza (6%). Według danych GUS, w II kwartale 2019 r. w Polsce utworzono 146,8 tys. nowych miejsc pracy, a co piątego z nich nie udało się obsadzić do końca tego okresu. Rynek pracodawcy zamienia się w rynek pracownika.

Oczywiście, nie wszędzie mamy do czynienia z rynkiem pracownika, zależy to od branży i od stanowiska. Największe trudności z rekrutacją nowych pracowników mają obecnie przedsiębiorstwa przemysłowe, budowlane oraz handlowe. Od lat już poszukiwani i cenieni są pracownicy wysoko wykwalifikowani i doświadczeni, z różnorodnych sektorów rynku, coraz częściej w „nowych” obszarach specjalizacyjnych – IT, sztucznej inteligencji, zarządzania danymi. Liczy się nie tylko wysokie IQ, obserwowany jest też wzrost zapotrzebowania na osoby o wysokim EQ (inteligencja emocjonalna), na określone kompetencje miękkie, takie jak umiejętność dopasowania się do zmiennych sytuacji, kreatywność i zdolność do pracy w grupie. „Walka o talenty” staje się coraz bardziej zacięta. Pracodawcy nie mogą też pozostawać obojętni na fakt, iż na rynek pracy wchodzi coraz liczniej przedstawiciele pokoleń Y i Z, którzy mają inne

podejście do dorosłych ról i życiowych priorytetów niż poprzednie pokolenia. Badania przeprowadzane na tej grupie pracowników pokazują, że praca silniej wiąże się dla nich z tożsamością, stanowi element ich „marki osobistej”. Według raportu MetLife z 2019 r. - 66% Y-eków i Z-etów w Stanach Zjednoczonych (59% ogółu pracowników) deklaruje, że praca definiuje to „kim są”. Oczekiwania składające się na postawę *work-life balance*, są wypierane przez podejście *work-life blending*, lub *work-life integration* czyli mieszanie sfery prywatnej z zawodową, co przekłada się na przypisywanie pracodawcom większej odpowiedzialności. 76% ogółu pracowników w Stanach uważa, że o zdrowie i dobrostan pracowników powinien dbać pracodawca. Odsetek zwolenników tej opinii wzrósł o 8% w ciągu ostatnich 4 lat. A specjaliści od corporate wellness sugerują, że zmianom w mentalności towarzyszy konieczność przeformułowania celów programów wellnessowych – zamiast traktować je jako „benefity”, należy uczynić je integralną częścią całościowego doświadczenia pracownika przez cały jego okres zatrudnienia w firmie.

W tym wymiarze efektywnie prowadzone programy wellnessu korporacyjnego mogą się przekładać wprost na RTB dla *employer branding*.

Dobrostan pracownika w Polsce

W 2018 r. z świadczeń pozapłacowych w Polsce korzystało 87% pracowników i szacuje się, że łączny nakład na nie wynosił 12 mld złotych, co stanowi wzrost o 8% w porównaniu do roku ubiegłego. Najczęściej jest to opieka medyczna, a zaraz za nią karta sportowa. Inne formy popularnych benefitów to np.: finansowanie szkoleń, dofinansowanie urlopów lub nauki języków, bony zakupowe, bilety na wydarzenia kulturalne, możliwość pracy zdalnej, przedszkole dla dziecka. Dostępność benefitów zależy z reguły od szczebla zarządzania, im wyższy tym więcej, tym atrakcyjniejsze. Szerokim celem tych świadczeń jest „zmaksymalizowanie ludzkiego potencjału w firmie”,



CORPORATE WELLNESS

- Funkcja motywacyjna, retencja – satysfakcja i lojalność pracowników
- Lepszy wizerunek – uatrakcyjnienie oferty zatrudnienia
- Zdrowie i szeroko rozumiany dobrostan pracowników
- Wyższe zaangażowanie, jakość i wydajność pracy
- Przełożenie na cele strategiczne/ biznesowe

poprzez m.in. zwiększanie zaangażowania pracowników i budowanie ich satysfakcji.

Cele pracodawców od wielu już lat, także w Polsce, wychodzą jednak poza same funkcje motywacyjne. Stosowane przez firmy programy *corporate wellness* – wellness korporacyjny – to programy mające na celu poprawę szeroko rozumianego dobrostanu pracowników. To działania, których celem jest poprawa ich kondycji psychicznej i fizycznej, ich stanu zdrowia, samoświadomości i poczucia realnego wpływu na własne życie. To świadome i celowe działania pracodawców w obszarach takich jak: zdrowie fizyczne, odporność emocjonalna, profilaktyka zdrowia, świadomość ekologiczna, rozwój społeczny, ergonomia pracy, równowaga praca-życie pracowników.

Badania międzynarodowe pokazują, że w Polsce tylko kilkanaście procent firm ma wdrożoną lub aktualnie wdrażaną opisaną powyżej strategię wellnesu korporacyjnego, podczas gdy „na świecie” współczynnik ten wynosi 50%. Warto dodać, że z innych badań wynika, że polscy pracownicy najczęściej w Europie doświadczają stałego stresu w pracy – codziennie doświadcza go 25% polskich pracowników wobec średnio 17% w całej UE.

ROI i CSR

Wydatek czy inwestycja? Wdrożenie wellnesu korporacyjnego to nie tyle koszt, a długofalowa inwestycja. Potwierdzają to badania KPMG. 1 z 4 badanych pracowników uważa, że dzięki wydajniejszej, bo zdrowszej i bardziej zadowolonej kadrze, działania z tej dziedziny przekładają się na zysk dla firmy. Nie zawsze jednak łatwo jest zmierzyć wprost całkowity zwrot z inwestycji (stąd poszukiwanie „twardych” wskaźników: np. koszty absencji/leczenia, koszty rotacji i rekrutacji nowych pracowników, wydajność pracy). Szacowane koszty i długofalowość inwestycji to równocześnie najczęściej wskazywana bariera rozwoju programów wellnesowych w polskich firmach.

Zarządzanie zasobami ludzkimi jest jednym z obszarów odpowiedzialności społecznej biznesu (CSR). Wellness korporacyjny służy budowaniu równowagi praca-dom (życie) oraz dbaniu o środowisko i warunki pracy i rozwoju. 71% pracowników przedsiębiorstw w/w badania KPMG uważa, że jednym z głównych wyzwań stojących przed CSR jest profilaktyka zdrowotna. Firmy oferujące rozwiązania *corporate wellness* podkreślają wpływ takich programów na wydajność i zaangażowanie w pracę. Biorąc odpowiedzialność za zdrowie pracowników, inwestując i szanując ich zdrowie fizyczne i psychiczne oraz środowisko pracy, pracodawca buduje pożądany wizerunek. „Poprawę dobrostanu pracowników umiejscawia w strukturze długofalowej strategii rozwoju firmy, świadom, że ludzie to integralna część społecznej odpowiedzialności biznesu.” [corporate-wellness.pl/blog, dostęp:11.06.2018]

Szerokie i holistyczne podejście do dobrostanu pracowniczego / *employee wellness*

Wellness korporacyjny nie istnieje w próżni. W momencie, gdy wychodzi poza kilka podstawowych pozapłacowych benefitów i zaczyna obejmować szeroko pojęty „dobrostan” (*wellbeing*) pracowników, musi mierzyć się z problemami i potrzebami wychodzącymi daleko poza sam czas i miejsce pracy. Gdy np. problemy związane ze snem (a w zasadzie z permanentnym niewyspaniem) zyskują miano „globalnej epidemii”, zagrażając zdrowiu i jakości życia 45% światowej populacji, wellness korporacyjny musi zainteresować się snem pracowników. Gdy stres staje się zjawiskiem chronicznym, szybko rośnie liczba osób z depresją i obniżonym dobrostanem psychicznym, pracodawcy muszą adresować kwestie związane ze zdrowiem psychicznym pracowników oraz źródłami stresu. Gdy społeczeństwa na całym świecie szybko się starzeją i powszechnie podnoszony jest wiek emerytalny, miejsca i warunki pracy muszą zostać dostosowane do nowej sytuacji, stać się bardziej przyjazne

dla dojrzałych pracowników (i w wymiarze fizycznym i społeczno-logistycznym). Podobnie, gdy nowe pokolenia zamieniają swoje podejście do dorosłości i pracy – pracodawcy nie mogą pozostać obojętni.

O tym, że jest to kwestia „krytyczna”, najlepiej świadczy że – zdaniem agencji Trendwatching – „wypalenie” (*burnout*) i działania zorientowane na zapobieganie mu lub leczenie jego skutków, będą wiodącym trendem w 2020 roku. Jedną z zapowiedzi międzynarodowej kruczaty przeciw wypaleniu zawodowemu jest decyzja Światowej Organizacji Zdrowia o umieszczeniu go w maju 2019 w Międzynarodowej Klasyfikacji Chorób.

Warto oferować zatrudnionym wybór, dawanie wszystkim tych samych, standardowych benefitów, jest nie tylko niekonkurencyjne, ale i nieskuteczne. Prowadzi do nieefektywnego wykorzystania środków przeznaczonych na motywację oraz wywołuje frustrację pracowników. Na popularności zyskują tzw. systemy kafeteryjne, umożliwiające pracownikom wybór tych działań/benefitów, które są najbardziej zgodne z ich potrzebami.

Cele działań powinny być „realistyczne”, niezbyt skomplikowane, nie wymagające zbyt czasochłonnego zaangażowania. Po stronie organizacji muszą być zaangażowane odpowiednie zasoby. Bardzo ważne jest też to, jak są one komunikowane wewnątrz i na zewnątrz organizacji.

Proponowany raport 4P zawiera liczne przykłady najnowszych i najlepszych praktyk i rozwiązań w dziedzinie corporate wellness wiodących firm. Wyniknął on z naszego zainteresowania szeroko rozumianym **employee experience**. Wellness jest jedną z jego wielu składowych.

Projektujemy i realizujemy dedykowane programy badawcze dotyczące np. employer brandingu, efektywności współpracy z klientem wewnętrznym, satysfakcji, zaangażowania, NPS, kompetencji menedżerskich. Niezależnie od obszaru badań, w każdym z takich projektów wprowadzamy wartość dodaną, tworząc konkretne rekomendacje usprawnień w funkcjonowaniu organizacji. Dajemy naszym klientom rozwiązania, a nie surowe dane. Zgodnie z naszym motto - For Change.

Badania, konsultacje, warsztaty, pomoc we wdrażaniu – kontakt:

barbara.fratczak@grupa4p.pl

Źródła

<https://stat.gov.pl/sygnalne/komunikaty-i-obwieszczenia/lista-komunikatow-i-obwieszczen/obwieszczenie-w-sprawie-miesiecznego-wynagrodzenia-w-sektorze-przedsiębiorstw-bez-wyplat-nagrod-z-zysku-w-drugim-kwartale-2019-roku,59,23.html>
<https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/rynek-pracy/popyt-na-prace/popyt-na-prace-w-drugim-kwartale-2019-roku,2,34.html>
<https://hrpolska.pl/zarzadzanie/czytelnia/12-miliardow-zlotych-na-benefity-pracownicze-w-2018-r.html>
 „The Workforce View in Europe 2019”, ADP Polska, https://www.adp.pl/_local/workforce-view-2019/ADP_WhitePaper2019_210319_PL_digi_A4.pdf
 „Thriving in the new Work-Life world, MetLife’s 17th Annual U.S.Employee Benefit Trends Study” 2019
 „Milenials 2019 - Polska”, Polskie wyniki globalnego badania „Deloitte Global Millennial Survey 2019” Sierpień 2019 r.
 London Trend Event - TrendWatching, 24.09.2019

Metodologia badania trendów

Przy wyłanianiu trendów do niniejszego raportu, punktem wyjścia były dla nas zestawienia trendów *Corporate Wellness* i *Employee Wellbeing* dla roku 2019 i 2020, przytaczane przez czasopisma branżowe oraz firmy consultingowe i świadczące usługi w tym obszarze. Zestawienia, które braliśmy pod uwagę to publikacje Forbes, Fast Company, Thrive Global oraz Team Exos (Amerykańska firma świadcząca usługi w zakresie *corporate wellness*), TechTarget i Sage People (firma sprzedająca oprogramowanie dla HR), Mercer (firma konsultingowa w zakresie HR) i webinar poświęcony temu zagadnieniu przygotowany przez Virgin Pulse – jednego z największych dostawców rozwiązań cyfrowych dla HR i programów benefitowych.

Przyglądaliśmy się także kryteriom przyznawania nagród dla najlepszych pracodawców i uzasadnieniom przyznania szczególnych wyróżnień dla najlepszych kreatywnych programów wellnesowych w firmach o zasięgu międzynarodowym. To m.in. rankingi sporządzane przez międzynarodowy serwis dla kandydatów Glassdoor, ranking Fortune, konkursy Great Place to Work, Best Employers for Healthy Lifestyles, National Business Group on Health, Global Centre for Healthy Workplaces Awards i Healthy Workplaces Good Practice Awards 2018-2019, European Agency for Safety and Health at Work.

Zważywszy na interdyscyplinarność zagadnienia, a także zawarte w powyższych źródłach sugestie, że programy *employee wellness* wykraczają daleko poza tradycyjne oferty benefitów, zestawiliśmy zebrane dane także z raportami dotyczącymi trendów zaobserwowanych w HR i na rynku pracy. Wykorzystaliśmy aktualne publikacje takich firm analitycznych jak Deloitte, EY, Accenture, PwC i Sodexo.

W wielu miejscach korzystaliśmy także z autorskiego raportu 4P – „Lepsi my! Teczka Trendów Dobrego Życia 4P, 2018”, przyjmując, że przeanalizowane przez nas na przestrzeni ostatnich kilku miesięcy trendy konsumenckie w obszarze

szeroko rozumianego wellness, mają również oczywisty wpływ na oferty pracodawców i oczekiwania pracowników w tym obszarze – co niejednokrotnie znalazło potwierdzenie w wykorzystanych przez nas materiałach branżowych.

Lista głównych źródeł, które pozwoliły na wyłonienie 10 najważniejszych trendów 2020 r.:

1. Forbes, czerwiec 2019: How The Corporate Wellness Market Has Exploded: Meet The Latest Innovators In The Space, <https://www.forbes.com/sites/serenaoppenheim/2019/06/11/how-the-corporate-wellness-market-has-exploded-meet-the-latest-innovators-in-the-space/#318edacc5d91>
2. Virgin Pulse, 2020 Employee Wellbeing Predictions, <https://www.virginpulse.com/event/2020-employee-well-being-predictions/>
3. Global Talent Trends 2019, Mercer
4. Human Resources Today: Top 10 Employee Benefits for 2020, <https://www.humanresourcetoday.com/2020/trends/wellness/?open-article-id=10943897&article-title=top-10-employee-benefits-for-2020&blog-domain=bestmoneymoves.com&blog-title=best-money-moves>
5. Employee Wellbeing Congress, 2020 Agenda, <https://www.employee wellbeingcongress.co.uk/news>
6. Top 10 Employee Benefits for 2020 <https://bestmoneymoves.com/blog/2019/07/19/top-10-employee-benefits-for-2020/>
7. 5 Employee Wellness Trends for 2020 https://www.octanner.com/au/insights/articles/2019/7/17/_5_employee_wellness.html
8. 24.09.2019, London Trend Event - TrendWatching
9. Instytut Kontekstów Pracy: Benefity Pozapłacowe 2019. Wyjdź poza standard.
10. „Pokolenie Z w finansach i na rynku pracy”, badanie SPO-TDATA dla Provident, kwiecień, maj 2019
11. Global Human Capital Trends 2019, Deloitte
12. Global Millennial Survey 2019, Deloitte

13. The workforce view in Europe 2019, ADP
14. „Cała Polska tworzy idealne miejsce pracy”, EY 2018
15. Efektywny pracodawca - Największe wyzwania stojące przed działami HR, EY 2019
16. PwC's 8th annual Employee Financial Wellness Survey, 2019 results
17. <https://www.pwc.com/us/en/industries/private-company-services/library/financial-well-being-retirement-survey.html>

Zdrowo od podłogi po sufit

1

Wellness Architecture

Ile czasu spędzamy w pomieszczeniach? Około 90% – o wiele więcej niż przypuszczamy! Na co dzień, gdy przebywamy w domach, biurach, sklepach czy urzędach, nawet o tym nie myślimy. Specyfika współczesnej pracy, która oparta jest głównie na korzystaniu z technologii elektronicznych sprawia, że przeciętny pracownik spędza 93% swojego czasu wewnątrz pomieszczeń, a 70% swojej dziennej aktywności – siedząc.⁽¹⁾

Coraz częściej bada się wpływ nie tylko indywidualnych nawyków związanych ze zdrowym trybem życia, takich jak zdrowa dieta, uprawianie sportu, czy regularne monitorowanie stanu zdrowia, ale i „zdrowotność” samego miejsca pracy. Chodzi tu o to, w jakim stopniu same pomieszczenia są zbudowane i zaprojektowane w sposób sprzyjający zdrowiu osób w nich przebywających!

To, że „siedzenie to nowe palenie” wiemy nie od dzisiaj i praktyki związane z zachęcaniem pracowników do ruchu nie są niczym nowym (choć mogą przyjmować nowe formy, co opisujemy w trendzie „Grunt to profilaktyka!”), ale w zdrowych biurach i budynkach biurowych chodzi o coś więcej. Do podstawowych zasad ergonomii, takich jak dobieranie odpowiednich mebli, profilaktyka schorzeń kręgosłupa, podnóżki itd., doszło wykrywanie, rugowanie i zapobieganie występowaniu tzw. „nowych” zanieczyszczeń w miejscu pracy, tzn. hałasu, nieodpowiedniego światła, toksyn wydzielanych przez wykorzystywane materiały, źle zaprojektowanych systemów wentylacyjnych, złej jakości powietrza itd.

Do niedawna uważano, że praca biurowa jest mało uciążliwa, m.in. ze względu na siedzący tryb życia. Dzisiaj eksperci mówią nam, że **„siedzenie to nowe palenie”!**



Złej jakości materiały, złe systemy wentylujące i zła regulacja temperatury oraz brak światła dziennego – to podstawowe zagrożenia dla zdrowia budynków, w których przebywamy na co dzień. W „chorych budynkach” jesteśmy narażeni na krążące bakterie i wirusy, którym sprzyja wysoka temperatura i brak prawidłowej wymiany powietrza.

Aż 51% polskich pracowników narzeka na nadmierny hałas w pracy, 42% skarży się na niewłaściwą klimatyzację a 34% na niewłaściwe oświetlenie.

„Nadgodziny”, badanie Hays Poland, 2016



Chore vs zdrowe budynki

Określeniem „syndromu chorego budynku” (SBS - *sick building syndrome*) posługuje się Światowa Organizacja Zdrowia (WHO). „Chory budynek” biurowy to taki, w którym ponad 1/3 pracowników uskarża się na złe warunki/ niekorzystny mikroklimat. Przede wszystkim chodzi o złą jakość powietrza. Najczęstsze objawy występujące u osób przebywających często w takich budynkach to:

- podrażnione, suche lub łzawiące oczy
- podrażniony lub zapchany nos, katar sienny
- wysuszone, bolące gardło
- przesuszona, swędząca skóra, czasem z wysypką
- bóle głowy, obniżona koncentracja, podatność na irytację.

Według badań, schorzenia i powikłania będące skutkiem przebywania w takich budynkach mogą skutkować stratami firm w wysokości od 0,5% do 1% Produktu Narodowego Brutto. Szacuje się, że nawet co 3. budynek biurowy „choruje”.⁽²⁾

„Leczenie” chorych budynków nie jest ani łatwe, ani tanie. A wraz ze wzrostem świadomości odnośnie „chorych” budynków, rośnie zapotrzebowanie na nowe inwestycje, które będą zaprojektowane w perspektywie długofalowej dbałości o zdrowie korzystających z nich ludzi. W latach 90. pojawiły się systemy certyfikacji budynków, takie jak amerykański LEED (Leadership in Energy and Environmental Design), czy brytyjski BREEAM (Building Research Establishment Environmental Assessment Method). Ich głównym celem jest promocja budownictwa zrównoważonego, które w jak najmniejszym stopniu wpływa negatywnie na środowisko, jednak wśród korzyści ze stosowania się do wymaganych przez te instytucje kryteriów budowlanych jest również ludzkie zdrowie. Wymagane są w nich bowiem odpowiednie systemy HVAC (Heating & Ventilation & Air Conditioning – Ogrzewanie & Wentylacja & Klimatyzacja), używanie tylko nieszkodliwych dla zdrowia materiałów i zapewnienie wszystkim użytkownikom dostępu do światła dziennego. W marcu 2019 r. na rynku polskim było 641

budynków certyfikowanych w systemach BREEAM, LEED, DGNB i HQE. To wzrost w porównaniu z ub.r. o 29%.⁽³⁾

Omawiany trend idzie jednak jeszcze dalej i dostosowuje się do szerszych zmian społecznych w postrzeganiu zdrowia. Np. WELL Building Standard, International WELL Building Institute, to system certyfikacji, który w całości skoncentrowany jest na holistycznym zdrowiu użytkowników budynek osób. Przy ubieganiu się o ten certyfikat, projektanci i zarządcy budynku muszą spełnić ponad 100 kryteriów w dziedzinach takich jak: zdrowe powietrze, woda, światło, zdrowa kultura żywienia i dostęp do zdrowej żywności, obecność powierzchni i urządzeń wspierających aktywność fizyczną, a także, co również da się rozwiązać poprzez odpowiedni projekt: zadbanie o komfort i psychikę pracowników!⁽⁴⁾

Takie holistyczne rozwiązania, zawarte już w projekcie mającej powstać inwestycji komercyjnej, nie są łatwo osiągalne – w Polsce mamy dopiero 2 budynki certyfikowane w tym systemie i 5 w tzw. precertyfikacji (oczekujące na finalne zatwierdzenie).

Choć nie każdy pracodawca może sobie pozwolić na inwestycje, które spełniałyby wszystkie wyśrubowane wymogi niezbędne do otrzymania certyfikacji, to te trendy na rynku nieruchomości komercyjnych pokazują ważne tendencje i oczekiwania związane z coraz większym znaczeniem szeroko rozumianego zdrowia pracowników.

Wiele firm podejmuje coraz więcej starań, żeby przyciągnąć do siebie talenty oferując nie tylko komfortowe, ale i wpływające pozytywnie na nastrój warunki pracy w swoich biurach. Tak jak w przypadku „zrównoważonych biur”, które swoimi standardami narzucają innym firmom, aby robiły „co mogą” w tym kierunku (jak scharakteryzował ten silny trend Derek Barker, Managing Director w firmie projektowej Haskoll⁽⁵⁾), tak samo pojawiające się „zdrowe biura” będą podnosić poprzeczkę w tej kategorii.



Najbardziej istotne elementy otoczenia miejsca pracy według Polaków to:

- | | |
|---|-----|
| • cisza | 47% |
| • dobre oświetlenie | 43% |
| • światło dzienne | 44% |
| • wygodne krzesła i biurka | 45% |
| • dobra jakość powietrza | 33% |
| • żywa zieleń | 26% |
| • małe, wydzielone pomieszczenia do pracy | 17% |

„Lepsi my! Teczka Trendów Dobrego Życia”, 4P, 2018

Pracownicy, którzy nie mieli kontaktu z naturalnym światłem, spali w nocy o 46 minut mniej niż ci, którzy mieli w pokojach okna. Ponadto, jakość snu tych pierwszych była o wiele niższa.

<https://businessinsider.com.pl/rozwoj-osobisty/zdrowie/jak-praca-w-biurze-niszczy-zdrowie/jrr57qs>

Światło i dźwięk

Najnowsze, inteligentne systemy oświetlenia dostosowują natężenie i barwę światła do pory dnia, wspomagając wieczorny odpoczynek pracowników poprzez światło o niskim natężeniu, stymulujące wydzielanie się hormonu snu – melatoniny. Istnieje już też technologia, która pozwala na zmianę oświetlenia, nie tylko w oparciu o zegar, ale i ... nastrój pracownika oraz ten „panujący” w danym pomieszczeniu. System EMPATH, który współpracuje z systemem oświetleniowym PHILIPS Hue, rozpoznaje nastrój panujący w pomieszczeniu na podstawie analizy mowy przebywających w nim osób i optymalnie dostosowuje warunki oświetleniowe, żeby „polepszyć”/„rozładować” atmosferę.⁽⁶⁾

Innym czynnikiem ważnym dla dobrostanu pracownika jest chronienie go przed hałasem. Cisza jest „nowym luksusem” dla większości z nas żyjących w miastach. Tak samo, a może nawet w większym stopniu, dotyczy to miejsca pracy. Badanie pracowników w Stanach Zjednoczonych i w Kanadzie z 2019 r. wykazało, że tylko 1/5 pracowników uważa, że akustyka ich biur pozwala na najlepsze wykonywanie ich pracy!⁽⁷⁾ Podobne wyniki przynoszą badania polskich pracowników.⁽⁸⁾ Rozwiązania tego problemu mogą być różne; od wydzielenia na otwartych planach „budek” do cichej pracy, tak jak np. w biurze Seaport Office w Trójmiejskiej siedzibie banku Nordea, przez ścianki wyciszające, po fotele i kanapy z podwyższonymi, wyciszającymi oparciami. Ciekawym rozwiązaniem będzie np. Paz Desk Screen szwedzkiej firmy Gotessons, która nie tylko ma właściwości absorpcji dźwięku, ale również oczyszcza powietrze, tworząc ze stanowiska pracy „bańkę czystego powietrza”.⁽⁹⁾

Niezawodna zieleń, biofila i „w biurze jak w domu”!

W celu zapewnienia wysokiej jakości powietrza warto zdecydować się na inwestycję w zieleń. We wspomnianym już Seaport Office, na jednego użytkownika biura przypada

jedna roślina filtrująca powietrze.⁽¹⁰⁾ Zieleń przynosi również dodatkowe korzyści psychologiczne – modna jest (i uwzględniana w systemie certyfikacji WELL) koncepcja dizajnu biofilicznego, czyli takiego, który uwzględnia atawistyczne potrzeby psychospołeczne człowieka. Chodzi o to, że mimo zmian społecznych i technologicznych, wciąż pozostajemy homo sapiens, który najlepiej czuje się w przestrzeni o otwartej perspektywie, pełnej błękitu i zieleni, w której nie ma nienaturalnych ostrych krawędzi i rogów oraz są miejsca, w których pracownik może się „schronić”, aby się lepiej skoncentrować lub zregenerować.⁽¹¹⁾

Zwrot ku designowi zorientowanemu na człowieka (*human-centered design*), to podążanie za zmianami w jego życiu. Skoro zacierają się granice pomiędzy pracą a życiem prywatnym, zmienia się nie tylko *dresscode*, ale i *spacecode*. Biura przypominają domy w wystroju wnętrz – „lżejsze” meble, bardziej kameralne przestrzenie, w usługach – w pełni wyposażone łazienki i samoobsługowe kuchnie i „udogodnieniach” – np. zezwala się na wprowadzanie do biur czworonogów (o czym więcej w rozdziale 10.).⁽¹²⁾

Biorąc pod uwagę, że holistyczne trendy „dobrego życia” wykazują stałą tendencję rosnącą, coraz trudniej będzie pracodawcom sobie radzić bez przejrzystych działań w tej sferze.

Źródła

- (1) <http://www.nature.com/jes/journal/v11/n3/full/7500165a.html>
- (2) Sick building syndrome, by: World Health Organization Regional Office for Europe
- (3) „Certyfikacja zielonych budynków w liczbach”, raport Polskie Stowarzyszenia Budownictwa Ekologicznego, 2019
- (4) <https://www.wellcertified.com/certification/v1/standard>
- (5) "KINNARPS' Trend Report: 8 Changes Affecting the Workplace of Tomorrow", Kinnarps's, 2012
- (6) <https://www.prnewswire.com/news-releases/smartmedical-launches-utakata-mood-light-app-for-ios-the-worlds-first-vocal-emotion-recognition-lighting-app-for-philips-hue-300295148.html>
- (7) <https://workplacetrends.com/workplace-wellness-study/>
- (8) „Zdrowe Zielone Biura”, badanie PLGBC 2018



Obecność roślin w biurze może zmniejszyć odczuwanie objawów „chorego budynku” nawet o 25%!

<https://www.newprocontainers.com/blog/wpcontent/uploads/2013/10/SBS-01.png>

- (9) <https://www.youtube.com/watch?v=YogoKlwOQu8>
http://www.propertydesign.pl/design/185/seaport_office_dla_nordea_najlepsze_biuro_w_trojmiescie,15386_1-59249.html
- (10) http://www.propertydesign.pl/design/185/seaport_office_dla_nordea_najlepsze_biuro_w_trojmiescie,15386_1-59249.html
- (11) <https://www.propertynews.pl/biura/trendy-w-projektowaniu-biur-co-sie-zmieni-w-2019-roku,70339.html>
- (12) <http://infuture.institute/future-of-office-space/home-like-office/>

Grunt to profilaktyka!

The Basics of Employee Benefits

Podążając wzrokiem za trendami przyszłości, nie można tracić z oczu podstawowych celów, które przyświecały programom *corporate wellness*, czyli profilaktyki. To w końcu redukcja nieobecności spowodowanych leczeniem chorób jest podstawowym celem firmowych programów zdrowotnych.

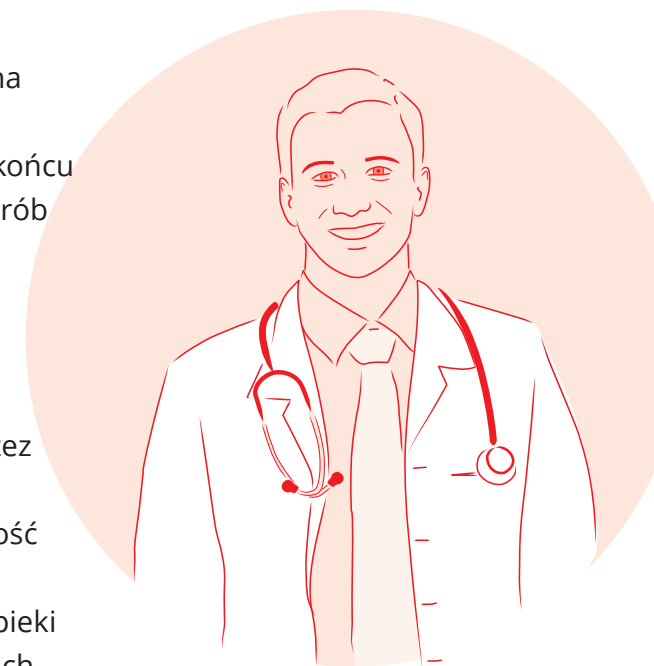
Opieka medyczna to „oczywistość”

Niedofinansowana służba zdrowia, nisko oceniania przez pacjentów jakość organizacji opieki i długie kolejki do specjalistów – to powody, dla których rośnie popularność prywatnych ubezpieczeń medycznych. 60% polskich pracowników chciałoby otrzymać pakiety prywatnej opieki zdrowotnej od swojego pracodawcy i jest gotowa do nich dopłacić. Z prywatnych ubezpieczeń medycznych korzystało w 2018 r. już 2,6 mln Polaków, o 23% więcej niż w 2017 r. Również w małych firmach taki benefit oferuje już 32% pracodawców.⁽¹⁾

Przeciwdziałanie takim chorobom jak cukrzyca, nadciśnienie, miażdżyca, choroby stawów czy kręgosłupa nie tylko wymaga inwestowania w opiekę medyczną, ale przede wszystkim w profilaktykę, w prawidłową dietę, a także ruch pracowników.

Fitness, także w miejscu pracy

W Polsce dużą popularnością cieszy się benefit polegający na refundacji zajęć sportowych. Według badania Sedlak &





Ponad połowa polskich pracowników nie uprawia regularnie żadnego sportu, dla prawie 1/3 wchodzenie po schodach jest męczące, a 1/5 przyznaje, że czasem nawet niewielki wysiłek sprawia, że trudno im się oddycha!

„Praca, moc, energia w polskich firmach”, raport Human Power, maj 2016 - marzec 2017

Sedlak, przeprowadzonego w 2019 r. na próbie 4 037 osób pracujących w różnych branżach, karnety na siłownię lub do klubów fitness otrzymuje w ramach świadczeń pozapłacowych 49% pracowników.⁽²⁾

„Fitness” oferowany bywa pracownikom także „na miejscu”, w firmach. Według badań International Foundation of Employee Benefit Plans, na przykład już 45% amerykańskich i kanadyjskich pracodawców oferuje biurka „stojące” lub „chodzące” (np. z bieżnią), co 3. oferuje zajęcia fitness w miejscu pracy, a 1/4 tzw. urządzenia ubieralne monitorujące parametry zdrowotne, kroki, czy ilość kilometrów przebytych podczas biegu lub jazdy na rowerze.⁽³⁾

W wielu firmach zachęca się pracowników do aktywności fizycznej poprzez np. formowanie drużyn pracowniczych i udział w zawodach czy organizowanie tzw. dni zdrowia, mających na celu budowanie świadomości zespołu odnośnie zdrowego trybu życia.

Niektórzy pracodawcy wykorzystują w swoich programach elementy grywalizacji (*gamification*). Zachęcają w ten sposób do „przyjaznej konkurencji” między pracownikami lub całymi zespołami, przyznając punkty oraz nagrody. Nagrodami mogą być ... po prostu same punkty lub „symboliczne puchary”, ale też karty podarunkowe, zniżki na ubezpieczenia społeczne itp.⁽⁴⁾

ROI?

W Stanach Zjednoczonych rynek programów wellnessowych w przedsiębiorstwach rośnie i jest dzisiaj wart 8 mld dolarów.⁽⁵⁾ Zwiększenie nakładów, mogło być skutkiem badań z początku drugiej dekady 21. wieku, które pokazywały faktyczny spadek kosztów medycznych (3,27 \$ na każdy dolar wydany na programy profilaktyczne) i kosztów pośrednich, np. związanych z nieobecnością w pracy z powodów zdrowotnych (2,73 \$ na każdy wydany dolar) po wdrożeniu tego typu programów.⁽⁶⁾

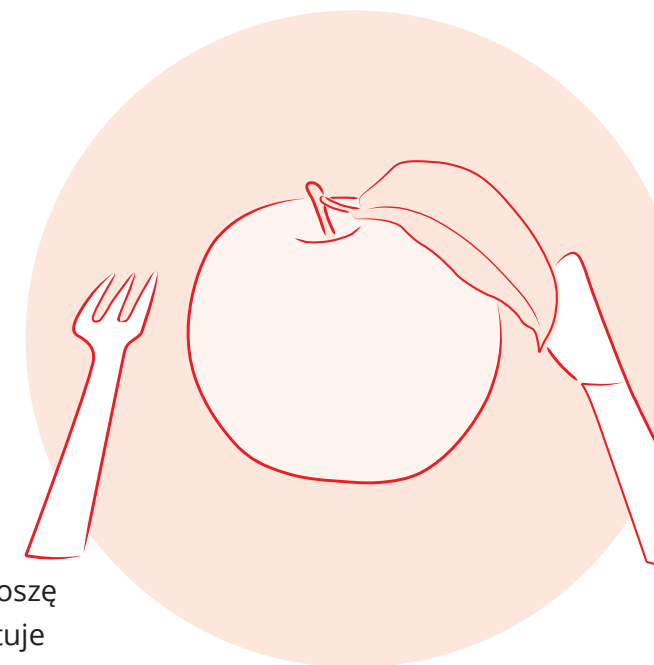
Niektóre analizy nie są jednak tak optymistyczne. Wiele badań pokazuje np., że użytkownicy refundowanych przez firmy programów profilaktycznych, to na ogół nie ci, których koszty leczenia są największe, ale osoby, które i tak cieszą się dobrym zdrowiem.⁽⁷⁾ Pojawia się więc coraz więcej badań mających na celu stworzenie narzędzi do mierzenia zwrotu z tej inwestycji. Większość udowadnia, że samo „sypnięcie groszem” nie wystarczy, niezwykle istotne są bowiem komunikacja, promocja zdrowego stylu życia i włączenie jej do kultury organizacyjnej firmy oraz badanie potrzeb pracowników. Jedno ze studiów przypadku, przeprowadzone na przestrzeni 3 lat, oparte na analizie zarówno poziomu satysfakcji z pracy pracowników, ich wyników i retencji, jak i danych na temat uczestnictwa w oferowanych przez firmy programach profilaktycznych, wykazuje np. że pracownicy wykazywali znacznie większe zaangażowanie, kiedy wierzyli w szczerze i konsekwentne działania pracodawcy w obszarze poprawy zdrowia oraz czuli jego wyraźne wsparcie organizacyjne.⁽⁸⁾ Doświadczenia pracodawców zachodnich mogą być wskazówką dla polskich pracodawców, którym zależy na tym, żeby ich działania w obszarze profilaktyki były efektywne.

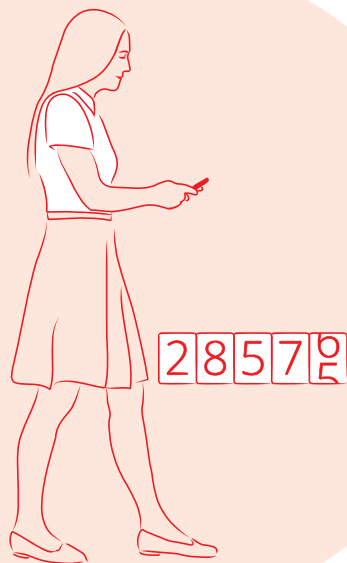
Bierzmy przykład!

Wzorcowym przykładem wspierania na każdym kroku programów zdrowotnych jest firma Google. Poza tym, że organizuje zajęcia fitness w swoich siedzibach i zapewnia warunki do gry w boule, kręgle, czy hokej na rolkach (!) na miejscu⁽⁹⁾, to jeszcze kształtuje nawyki żywieniowe swoich pracowników, za pomocą prostych narzędzi ekonomii behawioralnej. W jego słynnych kantynach, zdrowe opcje żywieniowe są tańsze niż niezdrowe przekąski, a każda z nich jest opatrzona odpowiednią kolorystyczną etykietą, zgodną z aktualizowaną piramidą żywieniową („zielone – jedz kiedy chcesz, żółte – od czasu do czasu, czerwone – proszę Cię, tylko rzadko!”). Poza tym, w stołówkach wykorzystuje małe talerze (żeby zmniejszyć porcjowanie przez

Ze statystyk ZUS wynika, że tylko w 2018 roku Polacy spędzili na zwolnieniu lekarskim prawie 244 mln dni. Statystycznie każdy pracownik przebywał na chorobowym średnio 14,3 dni w roku. Części zwolnień można by uniknąć, gdyby chorzy pracownicy mieli możliwość dostać się szybko do lekarza i w ten sposób nie zarażali innych.

<https://biznes.newseria.pl/news/tylko-16-proc-malych,p438771802>





pracowników) i umieszcza zdrowe opcje w zasięgu wzroku pracowników (pod ręką w razie napadu głodu).⁽¹⁰⁾

BP wybrał metodę „marchewki”. W swojej akcji „Milion kroków” firma zmobilizowała pracowników na całym świecie do zrobienia w ciągu roku miliona kroków lub więcej, oferując w zamian ulgi na pakiety medyczne. Łącznie cel osiągnęło ok. 23 tys. pracowników robiąc w sumie ponad 23 mld kroków. Kroki były zliczane za pomocą oferowanych przez firmę pracownikom opasek Fitbit.⁽¹¹⁾ Poza tym, BP na całym świecie oferuje pracownikom szeroki zakres usług w obszarze holistycznie rozumianego zdrowia, w których korzystanie jest punktowane, a następnie zliczane na intranetowej platformie. Punkty wymieniane są na wybrany przez pracownika cel (podobną platformę oferuje polskim pracodawcom m.in. firma Femmeritum).⁽¹²⁾

ABC Data w 8 swoich siedzibach (w tym polskiej) zaangażowało tysiące pracowników w program oferowany przez Virgin Pulse za pomocą platformy internetowej Global Challenge. Jest to oparte na grywalizacji 100-dniowe wyzwanie, które wymaga dobrania się pracowników w 7-osobowe grupy i wypełniania zadań w obrębie tych zespołów. Każde wspólne pokonanie 10 tys. kroków na osobę odblokowuje nowe lokalizacje na wirtualnej mapie. Użytkownicy mogą śledzić postępy swojej i konkurujących grup z tej samej firmy. Poza tym, platforma oferuje spersonalizowane wiadomości za pomocą mobilnej aplikacji lub maila pomagające wyznaczać sobie i osiągać cele związane ze zdrowym odżywianiem, snem i pozytywnym myśleniem. Każdy pracownik może na bieżąco kontrolować swoje samopoczucie odnośnie stanu zdrowia oraz „wiek” swojego serca na swoim indywidualnym profilu.

W 2017 r. Biedronka postanowiła zadbać o swoich pracowników biurowych i logistycznych oferując im bezpłatne masaże, a także zabiegi fizjoterapeutyczne i gimnastykę w godzinach pracy. W kwietniu 2017 r. zorganizowała 1,6 tys. sesji gimnastyki grupowej.⁽¹³⁾

Polski oddział Mars od lat słynie z zaangażowanego podejścia do wellness pracowników. W swoich siedzibach wprowadził m.in. zwyczaj codziennego zamawiania warzyw i owoców oraz stanowiska pracy na piłkach (wpływają lepiej na postawę niż krzesła) i rowerkach stacjonarnych.⁽¹⁴⁾

Warto tu pamiętać o ogólnych zasadach dotyczących oddziaływań nakierowanych na zmiany ludzkich postaw (także tych „na lepsze”). Cele tych działań powinny być realistyczne, raczej proste, rozłożone na etapy i nie wymagające od pracowników zbyt dużego, czasochłonnego zaangażowania. Dobrze jest też, gdy efekty działań są w jakiś sposób mierzone, wtedy bowiem możemy szacować ROI – zwrot z inwestycji pracodawcy w dobrostan pracowników.



Źródła

- (1) <https://www.politykazdrowotna.com/43454,juz-26-mln-polakow-zprywatna-polisa-na-zdrowie-az-23-proc-wiecej-niz-rok-wczesniej>
- (2) Raport „Świadczenia dodatkowe w oczach pracowników w 2019 roku”
- (3) <https://blog.ifebp.org/index.php/employee-approved-wellness-trends>
- (4) <https://insights.samsung.com/2017/12/22/what-wearables-can-do-for-workplace-wellness/>
- (5) <https://hbr.org/2019/08/what-wellness-programs-don-t-do-for-workers>; <https://www.npr.org/sections/health-shots/2019/04/16/713902890/how-well-do-workplace-wellness-programs-work?t=1573222847004>
- (6) <https://www.bloomberg.com/news/articles/2018-01-26/workplace-wellness-programs-really-don-t-work>
- (7) “Examining Wellness Programs Over Time: Predicting Participation and Workplace Outcomes”, Journal of Occupational Health Psychology, 04.09.2017
- (8) “Examining Wellness Programs Over Time: Predicting Participation and Workplace Outcomes”, Journal of Occupational Health Psychology, 04.09.2017
- (9) <https://www.entrepreneur.com/article/274207>
- (10) <https://www.theatlantic.com/health/archive/2011/07/what-googles-famous-cafeterias-can-teach-us-about-health/241876/>
- (11) <https://mashable.com/2015/05/15/unique-corporate-wellness-programs/#WACw.7G1AEqE>
- (12) <https://risepeople.com/blog/10-companies-with-amazing-workplace-wellness-programs/>

- (13) <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/biedronka-oferujepracownikom-darmowe-masaze-i-zab,40435>
- (14) http://gazetapraca.pl/gazetapraca/1,97383,7933318,Mars_Wellness_czyli____.html

Spokojna (zdrowa) głowa

3

Mental Health Days

Jednym z virali, które miały największy medialny oddźwięk w 2017 r. był tweet Madalyn Parker – pracowniczki firmy „Olark Live Chat”. W retweetowanym 16 tys. razy i polubionym ponad 40 tys. użytkowników platformy poście, Parker podzieliła się korespondencją ze swoim przełożonym, w której pochwalił on jej decyzję, żeby podzielić się z całym zespołem informacją o tym, że zdecydowała się wziąć tzw. „Mental Health Days”, czyli urlop ze względu na zdrowie psychiczne.⁽¹⁾ Dyskusja wywołana w mediach dotyczyła, wyrażanej przez rosnącą liczbę pracowników, potrzeby otwartego dzielenia się w miejscu pracy problemami ze swoim zdrowiem psychicznym oraz uzyskania tam wsparcia.

Według Światowej Organizacji Zdrowia choroby psychiczne do 2020 r. staną się jednym z poważniejszych problemów zdrowotnych występujących w populacji europejskiej.

Najpierw destygmatyzacja

Wiele dużych korporacji już odniosło się do tego problemu. Organizacja charytatywna Lorda Mayora Londynu (odpowiednik burmistrza w londyńskim City) w swojej długofalowej strategii rozwoju londyńskiego centrum finansowego umieściła kampanię „This is me”, której zadaniem jest destygmatyzacja chorób psychicznych pracowników sektora finansowego. 40 organizacji, w tym Bank of England, Credit Suisse, Barclay's, PwC i UBS, zachęciło do wzięcia udziału wybranych pracowników, którzy w krótkich sekwencjach filmowych przedstawili się i opowiedzieli o swoich zmaganiach z chorobą psychiczną. Filmy można obejrzeć na youtube i dotrzeć do nich przez oficjalną stronę: <https://www.thelordmayorsappeal.org/a-healthy-city/this-is-me/>.



Zielona wstążka: symbol kampanii wspierania zdrowia psychicznego

https://en.wikipedia.org/wiki/Green_ribbon#/media/File:Green_ribbon.svg

Międzynarodowe badania Deloitte Human Capital Trends survey pokazują, że 60% pracowników oczekiwałoby w ramach programu zdrowotnego firmy poradnictwa psychologicznego, podczas gdy tylko co 5. badana firma taką usługę oferuje.

„Human capital trends survey”, Deloitte, 2018

51% Polaków zalicza choroby psychiczne do chorób, które zazwyczaj się ukrywa przed ludźmi jako wstydliwe.

„Lepsi my! Teczka Trendów Dobrego Życia”, 4P, 2018

27% mieszkańców dużych polskich miast (pow. 200 tys. mieszkańców) uważa korzystanie z psychoterapeuty za coś zupełnie naturalnego.

Good Division i GfK Polska dla MindMe, 2018

stigmafree

Temat jest w krajach anglosaskich o tyle gorący, że statystyki wskazują na rosnącą liczbę zachorowań na choroby o podłożu psychicznym, a państwowe instytucje zdrowotne nie mają możliwości udźwignięcia tego problemu! W Wielkiej Brytanii badania szacują, że ok. 15% pracowników cierpi na jakąś chorobę psychiczną i rocznie z powodu z tego typu chorób 300 tys. pracowników wypada z rynku pracy, co stanowi liczbę o połowę większą niż liczba pracowników, którzy zaprzestają pracy z powodu innych chorób!⁽²⁾ Raport Deloitte pokazuje, że 1 na 10 osób, które zgłaszają się po pomoc do państwowych instytucji czeka na dostęp do terapii ponad rok.⁽³⁾ W Stanach Zjednoczonych choroba psychiczna dotyka już co 5. pracownika.⁽⁴⁾ Straty z powodu chorób o tym podłożu idą w miliardy dolarów. Pracodawcy stają się świadomi, że opłaca się im zapobiegać.

Rosnący problem

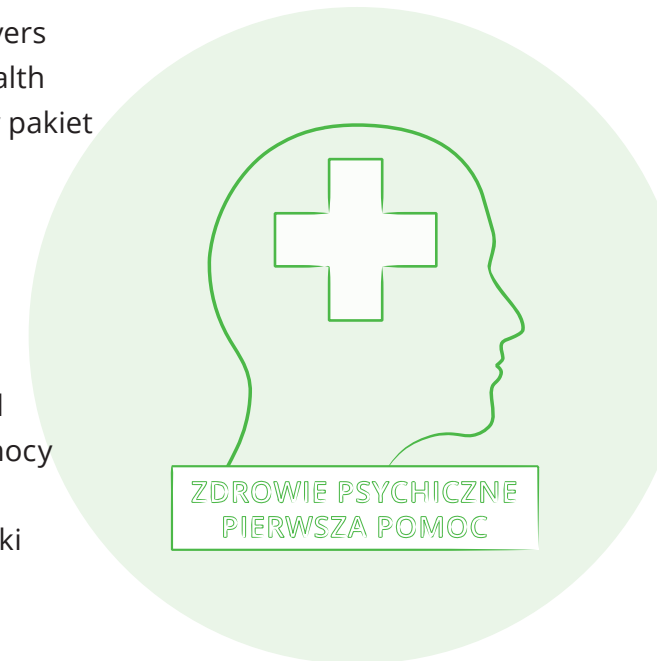
I nam przyjdzie się z tym mierzyć, biorąc pod uwagę niewydolność publicznego sektora opieki zdrowotnej w tym zakresie, jak i rosnącą ilość zwolnień lekarskich pobieranych z powodu leczenia zaburzeń psychicznych (wzrost o 70% w ciągu ostatnich 6 lat). A w 2017 r. najwięcej zwolnień chorobowych w Polsce związanych było z depresją (wyprzedzając choroby serca).⁽⁵⁾

Temat jest nagłaśniany, a dbanie o psychikę swoich pracowników staje się coraz ważniejsze dla marki pracodawcy. Organizacje charytatywne, które zajmują się wsparciem osób leczących się psychiatrycznie przyznają firmom certyfikaty pracodawców, którzy nie stygmatyzują – jak Stigma Free amerykańskiego National Alliance on Mental Illness, czy Workplace Wellbeing Index Awards brytyjskiej organizacji charytatywnej MIND. Śledząc te inicjatywy, wiemy, że wyróżniającymi się, międzynarodowymi markami pracodawców są EY i Deloitte, ale również Google, Yahoo, brytyjska Agencja ds. Środowiska i tysiące lokalnych biznesów. Przemyślana i skuteczna polityka związana z profilaktyką i leczeniem zaburzeń psychicznych jest także

nagradzana przez organizacje przyznające nagrody dla pracodawców mających najlepszą ofertę ochrony zdrowia – w 2019 r. wyróżnienie platynową nagrodą Best Employers for Healthy Lifestyles, National Business Group on Health otrzymał JP Morgan Chase & Co. m.in. za rozbudowany pakiet usług psychologicznych dla swoich pracowników i ich rodzin.⁽⁶⁾

W jaki sposób pracodawcy adresują ten problem? Destygmatyzują i prowadzą kampanie uwrażliwiające skierowane do przełożonych i współpracowników. Współpracują z organizacjami oferującymi tzw. Mental Health First Aid Kits, czyli odpowiedniki pierwszej pomocy w zakresie rozpoznawania symptomów występowania choroby psychicznej. Takie działania podjął np. brytyjski Channel 4, przeszkalając odpowiednio część swoich pracowników oraz organizując regularne spotkania poświęcone zagadnieniom zdrowia psychicznego, strategiom radzenia sobie z problemami psychicznymi, technikom *mindfulness* i medytacji itp.⁽⁷⁾

Coraz więcej firm włącza do swojej kultury organizacyjnej sesje tzw. *mindfulness*, czyli terapeutycznej, zorientowanej na profilaktykę negatywnych skutków stresu wersji medytacji. Szacuje się, że to właśnie te programy będą głównym motorem wzrostu rynku corporate wellness w latach 2019-2026.⁽⁸⁾ Innowatorem w tej dziedzinie był Google, twórca usługi „Search Inside Yourself Institute”, która pomogła wdrożyć podobne rozwiązania m.in. w firmach LinkedIn, Qualcomm czy SAP oraz w kilkudziesięciu innych firmach. Autorski program Awake@Intel organizuje firma Intel w swoich lokalizacjach na całym świecie. Pracownicy wielu dużych, międzynarodowych korporacji mogą liczyć na tzw. Employee Assistance Programs. EY w ramach uruchomionego w październiku 2016 r. programu „R u ok?” [Are you ok?] nie tylko otwierał się na temat dbania o zdrowie psychiczne, ale również aktywnie, za pośrednictwem webinarów oraz spotkań w swoich siedzibach, informował o możliwościach, jakie taki program daje. Dzięki nagłośnieniu



Co 4. Polak doświadcza codziennie stresu w pracy, a blisko 1/2 twierdzi, że stresuje się w pracy „często” lub „bardzo często”. Z badania „The Workforce View in Europe 2019” przeprowadzonego przez międzynarodową firmę ADP wynika, że pod tym względem przodujemy w Europie. Według innego badania, aż 64% polskich pracowników rozważyło lub dokonało zmiany miejsca pracy z powodu nieustającego stresu!

The workforce view in Europe 2019, ADP „Stres i satysfakcja”, Hays 2018



<http://www.zdrowie.lodzkie.pl/aktualnosci/profilaktyka/miej-z-glowy-sprawdz-swoje-zdrowie-psychiczne>

korzyści udział w programie wzrósł w firmie o 30% w ciągu roku.⁽⁹⁾

Nagradzany program wsparcia JP Morgan Chase& Co., zakłada aktywną współpracę pomiędzy pracodawcą a profesjonalistami leczenia psychiatrycznego w zakresie np. adaptacji pracowników po powrocie do pracy ze zwolnień w czasie kryzysu, refundacji kosztów leków itd.⁽¹⁰⁾

Jak zauważył na konferencji „Zdrowie Pracownika” ekspert ds. benefitów w Smart Benefits Sp. z o.o. Tomasz Kucharski, większość pakietów prywatnej opieki zdrowotnej oferowanych przez pracodawców w Polsce, jeżeli zahacza o wsparcie w dziedzinie zdrowia psychicznego, to ogranicza się jedynie do refundacji kilku wizyt w roku, które wystarczają zaledwie na konsultację, a nie rzeczywiste wsparcie.

W dziedzinie profilaktyki oraz wsparcia pracowników w tym temacie mamy jeszcze wiele do zrobienia i jesteśmy daleko w tyle za wyróżniającymi się anglosaskimi pracodawcami.

W 2018 r. w ramach kampanii „Miej to z głowy” – możliwa jest ocena kondycji psychicznej pracowników (internetowe narzędzie do autodiagnozy). Projekt skierowany jest do grup zawodowych wskazanych przez Ministerstwo Zdrowia, jako najbardziej narażonych na stres, wypalenie zawodowe, lęki oraz depresję: pracownicy administracji, nauczyciele i inni pracownicy edukacji, pracownicy służb mundurowych, opieki zdrowotnej i pomocy społecznej, a także studenci i wykładowcy akademicy.⁽¹¹⁾

Próbie otwarcia Polaków na ten temat podjęła w 2019 r. firma Mind.me, oferująca konsultacje psychologiczne dostępne online (także przez aplikację mobilną). Prowadzi kampanię #normalnasprawa, której twarzami są influencerzy, w tym popularny youtuber Reżyser Życia. W drugiej odsłonie akcji, odcinek programu youtubera poświęcony był m.in. temu jak problemy psychiczne wpływają na nasze skupienie w pracy.⁽¹²⁾

Źródła

- (1) <http://www.bbc.co.uk/bbcthree/item/cc1ab625-3180-4017-b8c8-5e54b4828d4b>
- (2) <https://www.theguardian.com/society/2017/oct/26/thriving-work-report-uk-mental-health-problems-forcing-thousands-out>
- (3) “At a tipping point? Workplace mental health and wellbeing”, Deloitte Centre for Health Solutions, March 2017
- (4) <https://www.forbes.com/sites/amymorin/2017/02/16/1-in-5-employees-has-a-mental-health-problem-heres-what-business-leaders-can-do-about-it/#6acafa1c38b8>
- (5) <https://www.tvn24.pl/wiadomosci-z-kraju,3/zdrowie-psychiczne-polakow-dane-zus,711977.html>
- (6) <https://www.businessgrouphealth.org/news/nbgh-news/press-releases/press-release-details/?ID=362>
- (7) <https://mhfaengland.org/mhfa-centre/case-studies/channel-4/>
- (8) <https://www.grandviewresearch.com/press-release/global-corporate-wellness-market>
- (9) <https://www.workforce.com/2017/05/16/mental-health-takes-new-meaning-millennials-work/>
- (10) <http://workplacementalhealth.org/Case-Studies/JPMorgan-Chase>
- (11) <https://www.pfron.org.pl/komunikaty-z-regionu/szczegoly-komunikatu/news/miej-to-z-glowy-ocena-kondycji-psychicznej-pracownikownajbardziej-narazonych-na-stres/>
- (12) <https://nowymarketing.pl/a/22179,nie-dajmy-sie-zwariowac-rusza-kolejna-odslona-kampanii-normalnasprawa-ktora-pokazuje-jak-praca-moze-wplynac-na-zdrowie-psychiczne>

Ćwiczenia z wysypiania

Corporate Sleep Program

Problem wynika m.in. z podlegającej dynamicznej zmianie higienie naszego życia. Do osób cierpiących na bezsenność z powodów biologicznych dołączają ludzie doświadczający chronicznego stresu. Duży udział ma w tym też nasz niezdrowy związek z technologią. Oczywiście nie bez wpływu pozostaje środowisko pracy – w końcu to tu spędzamy 1/3 naszego życia!

Deprywacja snu, czyli niewystarczające i nieodpowiednie wysypianie się jest aktualnie jednym z najgorętszych tematów w obszarze wellness i *wellbeing*, a także tradycyjnie rozumianego zdrowia. Dość wspomnieć, że Nagroda Nobla w dziedzinie medycyny trafiła w 2017 r. do naukowców prowadzących badania nad naszym zegarem biologicznym. Na problem reagują firmy technologiczne, takie jak Apple, Nokia, Philips Lighting i wiele innych, proponując technologiczne rozwiązania zwiększające jakość naszego snu. Producenci materacy proponują „inteligentne łóżka”, a firmy spożywcze wprowadzają produkty tzw. „nocnej zmiany” sprzyjające dobremu spaniu.⁽¹⁾

Epidemia bezsenności

Problem zaczyna mieć cechy epidemii – Światowe Stowarzyszenie Medycyny Snu uważa, że dotyka on 45% światowej populacji. W Polsce aż 2/3 osób deklaruje problemy ze snaniem, zmęczeniem i niewypoczynieniem. Wśród notorycznie niewyspanych dominują kobiety – stanu tego doświadcza 2/5 Polek i ok. 1/3 Polaków.⁽²⁾ W Stanach Zjednoczonych średnia długość snu spadła z niemal 8 godzin w 1942 r. do 6 godzin 31 minut obecnie!⁽³⁾

Konsekwencje problemów ze snem pracowników dla pracodawców są trudne do wyliczenia. Składają się na nie bowiem tak różne zjawiska, jak permanentny „prezenteizm” (nieaktywna obecność w pracy), związane z niewyspaniem nieobecności oraz opuszczanie rynku pracy z tytułu spowodowanych bezsennością chorób.

Badania opublikowane w Journal of Occupational and Environmental Medicine szacują, że straty firm w produktywności z tytułu niedospania wynoszą średnio 1.967 \$ rocznie na jednego pracownika!⁽⁴⁾ Badania Uniwersytetu Harvarda wykazują, że koszty te wynoszą średnio 11,3 straconych dni pracy i 2.280 \$ w przeliczeniu na pracownika, co jeśli brać pod uwagę całą populację pracujących Amerykanów wynosi 63 mld \$ rocznie! Przyglądając się sprawie bardziej jakościowo i obrazowo, badania pokazują również związek pomiędzy bezsennością a agresywnym zachowaniem, chorobami takimi jak demencja, czy cukrzyca itd.⁽⁵⁾ Nie jest dobrze mieć na pokładzie niewyspanych pracowników!

Pracownikowi wyśpij się!

Rosnąca liczba firm poważnie zaczyna troszczyć się o sen swoich pracowników, a międzynarodowe firmy świadczące usługi *corporate wellness*, takie jak Ceridian czy Big Health włączają do swojej oferty usługi, które obejmują doradztwo prowadzone przez tzw. *sleep coaches*, czyli trenerów snu, czy zaawansowane programy profilaktyczne i lecznicze, które składają się z badania wzorców kładzenia się spać oraz spersonalizowanych programów i terapii uczących spać prawidłowo.

Google i LinkedIn należą do rosnącej liczby klientów uruchomionego przez Big Health programu „Sleepio at Work”. Jest to holistyczny program terapii zaburzeń snu, który opiera się na indywidualnej pracy z pojedynczym pracownikiem. Testy pozwalają na zdefiniowanie przyczyn leżących u podłoża problemów ze snem, a urządzenia monitorujące FitBit lub JawBone – na stałe monitorowanie jakości snu użytkownika. Pracownik ma więc dostęp do informacji zwrotnej na temat przebiegu terapii i postępów, które robi.

Jak we wszystkich efektywnych programach profilaktycznych działalność pracodawców nie ogranicza się tylko do udostępnienia platformy diagnostycznej, czy nawet



Badanie NASA pokazało, że 26-minutowa drzemka zwiększyła uważność pracowników o 54%!

<https://bangordailynews.com/2016/05/05/the-point/theres-an-economic-argument-for-putting-nap-rooms-in-the-workplace/>

terapeutycznej. Google angażuje się również w promowanie zagadnienia wartości „jakościowego” wysypiania się przez tak zwane „sleeposiums”, czyli sympozja, zajęcia poświęcone snowi, na których specjaliści informują pracowników o korzyściach jakościowego snu i dostarczają praktycznych rozwiązań w zakresie indywidualnego zwiększenia jego jakości.

Badania medyczne pokazują, że nawet 30-minutowa drzemka może zwiększyć efektywność niewyspanego pracownika – wyrównuje rytm jego serca i poprawia refleks. Dlatego wiele firm inwestuje w miejsca, gdzie pracownicy będą mogli odrobić straty zdrowego snu w nocy.⁽⁶⁾

Google i wiele innych dużych korporacji, jak Zappos, PwC, Ben&Jerry czy Uber, zainwestował w produkt firmy MetroNaps, EnergyPod. To urządzenie, przypominające trochę mini kapsułę kosmiczną, jest nowoczesnym meblem do drzemek, który odcina użytkownika od bodźców zewnętrznych na tyle skutecznie, żeby umożliwić mu głęboką, niczym nie zaburzoną drzemkę. To już jednak rozwiązanie dla tych, którzy wszystko chcą mieć HiTech, kosztuje bowiem ok. 13 tys. dolarów!

Inni mogą pójść za przykładem liczniejszej grupy pracodawców, którzy oferują po prostu przyciemnione pokoje do drzemek (znajdziemy taki np. w warszawskiej przestrzeni co-workingowej Brain Embassy). Ciche pokoje do snu lub medytacji oferuje m.in. Facebook w swojej siedzibie w Seattle, chińska firma internetowa Baidu w Pekinie, Nike w swojej siedzibie w Portland w Oregonie, redakcja Huffington Post w Nowym Yorku.⁽⁷⁾ Arianna Huffington, twórczyni tego medialnego koncernu, jedna z najaktywniejszych rzeczniczek dbania o jakość snu, prorokuje, że w ciągu najbliższych lat pokoje przeznaczone na drzemkę będą w biurach równie powszechne, co sale konferencyjne.⁽⁸⁾

Ćwiczenia ze snu

Procter & Gamble zainwestował w swoich biurach w inteligentny, dostosowany do rytmu dobowego system

oświetlenia, który pod koniec dnia obniża intensywność światła do takiego poziomu, aby pobudzić wytwarzanie się hormonu snu – melatoniny. W swoich fabrykach w różnych częściach świata, gdzie, jak to w pracy przemysłowej, obowiązuje system zmianowy, przeprowadza szkolenia z efektywnego wysypiania się z Nancy Rothstein, ekspertką od snu i twórczynią marki The Sleep Ambassador.⁽⁹⁾

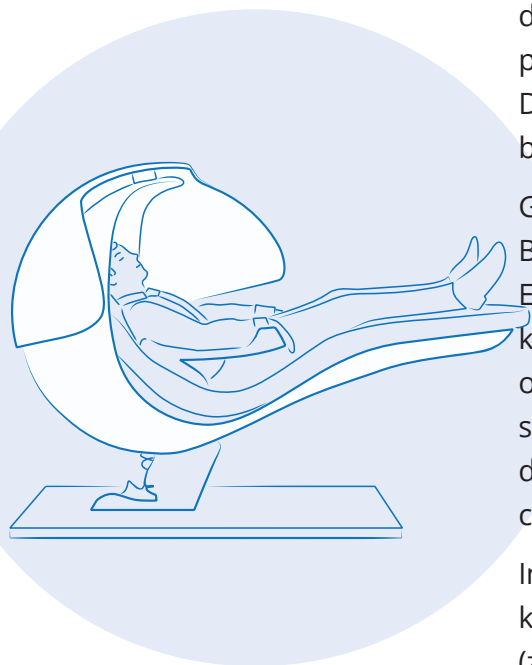
W ramach promowania zdrowego wysypiania się, można rozważyć także elastyczne godziny pracy, które pozwolą pracownikom na zaplanowanie miejsca na sen i drzemkę w ciągu dnia w domu. Takie rozwiązanie proponuje np. PwC.

Ważna równowaga

Efektywność snu nie zależy jednak tylko od wiedzy, zmiany nawyków związanych z pójściem spać i możliwości „odrobienia” nieprzespanych godzin w pracy. Ważne jest także prowadzenie higienicznego trybu życia. Ze strony pracodawców oznacza to umożliwienie pracownikom zdrowego *work-life balance*.

W swoim nowym, założonym w 2016 r. przedsiębiorstwie „Thrive Global”, poświęconym w całości zdrowemu trybowi życia, ze szczególnym naciskiem na sen, Arianna Huffington wprowadziła m.in. system kasowania maili przychodzących do pracowników w czasie urlopu.⁽¹⁰⁾ We współpracy z firmą Samsung utworzyła specjalną aplikację na telefon „Thrive”, która ma uniemożliwiać użytkownikowi otrzymywanie telefonów od kogokolwiek, poza zdefiniowanymi przez niego kontaktami „VIP”, a inne osoby informuje, że dana osoba ma czas wolny i na jej telefonie aktywna jest aktualnie aplikacja.

W tym roku, państwowy pracodawca Urzędu Metropolitarnego miasta Seul w Korei, postanowił zwalczyć, występujący u swoich pracowników, zwyczaj pracy przed komputerem do późnych godzin wieczornych, po prostu ... wieczornych, po prostu ... wyłączając wszystkie służbowe komputery o 19:00! Korea Południowa jest jednym z krajów, w którym zaburzenia snu są najpowszechniejsze i jednym z największych rynków



Kreatywne rozwiązania przestrzenne w celu zagospodarowania miejsc na drzemkę można znaleźć np. tutaj:

<https://www.decoist.com/nap-pods-office/>

NOWORODEK
0-3 msc
14-17 godzin

DZIECKO
1-2 lata
12-15 godzin

DZIECKO
3-5 lat
11-14 godzin

DZIECKO
6-13 lat
9-11 godzin

NASTOLATEK
14-17 lat
8-10 godzin

MŁODZIEŻ
18-25 lat
7-9 godzin

DOROSŁY
26-64 lata
7-9 godzin

DOROSŁY
65+ lat
9-11 godzin



<https://portal.abczdrowie.pl/ile-godzin-snu-potrzebuje-czlowiek-w-zaleznosci-od-wieku>

tw. *sleeponomics*, czyli usług i produktów związanych ze snem.⁽¹¹⁾ To tam powstały pierwsze „nap caffè”, lokale na mieście, gdzie można wpaść na krótką drzemkę (i kawę). Dzisiaj takie lokale są w wielu dużych miastach, nawet w Polsce, we Wrocławiu niedawno odtworzyła swoje podwoje Vinci Power Nap. Ten prosty koncept, oparty wyłącznie na wiedzy o ludzkim organizmie, nie inwestuje w drogie technologie. Przyciągnął uwagę m.in. uczestników szczytu klimatycznego w Katowicach oraz... NASA. Agencja chce wdrożyć podobne rozwiązanie w swoich biurach. Ciekawe kiedy będą mogli z niego korzystać mieszkańcy innych polskich miast?

Źródła

- (1) „Lepsi my! Teczka Trendów Dobrego Życia”, 4P, 2018
- (2) <http://www.nfs.org.pl/index.php/swiatowy-dzien-snu-2017/>; „Lepsi my”, raport 4prm, n=1002, Polacy 18-70 lat, 2018
- (3) <https://www.theguardian.com/business-to-business/2017/dec/04/clocking-off-the-companies-introducing-nap-time-to-the-workplace>
- (4) <https://qz.com/80032/complete-guide-to-sleep-and-the-workplace/>
- (5) https://www.washingtonpost.com/news/on-leadership/wp/2015/07/30/the-average-worker-loses-11-days-of-productivity-each-year-due-to-insomnia-and-companies-are-taking-notice/?noredirect=on&utm_term=.2b9cebcc04b0
- (6) <https://qz.com/80032/complete-guide-to-sleep-and-the-workplace/>
- (7) <https://sleep.org/articles/sleeping-work-companies-nap-rooms-snooze-friendly-policies/> ; <https://www.decoist.com/nap-pods-office/nap-pod-in-the-seattle-offices-of-facebook/>
- (8) https://www.huffingtonpost.com/entry/arianna-huffington-office-nap-rooms-conference-rooms_us_57025cbfe4b0a06d58060ff1
- (9) „The Daily Telegraph”, 20.03.2018 <https://ih.advn.com/p.php?pid=n-mona&article=55950367>
- (10) <https://qz.com/1061410/arianna-huffington-deletes-every-email-her-employees-receive-while-theyre-on-vacation/>
- (11) Więcej na temat *sleeponomics*: „Lepsi my! Teczka Trendów Dobrego Życia”, 4P, 2018

Recepty szyte na miarę

Personalized Wellness

Jednym z najsilniejszych współczesnych trendów konsumenckich jest personalizacja. Dzięki nowym technologiom (trackery aktywności, GPS, Internet Mobilny, data mining, rozwój badań DNA, machine learning itp.), które umożliwiają błyskawiczne zbieranie i agregowanie danych o indywidualnych użytkownikach, przyzwyczajeni jesteśmy, że oferta produktów i usług jest do nas optymalnie dopasowana. W coraz większym stopniu dotyczy to zdrowia. Rozwój badań genetycznych⁽¹⁾ i badań nad mikrobiotą uczą nas myśleć o swoim ciele, jako o silnie zindywidualizowanym mikrokosmosie, którego nie ulecą kuracje i diety „one fits all”. Personalizacja to jednak nie tylko technologia; to także czynnik ludzki (*human touch*), czyli poczucie, że za elegancko uporządkowanymi przez algorytmy danymi, będzie jeszcze człowiek, któremu będziemy mogli powierzyć swoje emocje i wątpliwości.⁽²⁾

Wspieraj osobę, nie walkę z chorobą!

Te silne trendy wpłyną na to, jakie oczekiwania będą mieli pracownicy względem korporacyjnych programów zdrowotnych. Już w tym momencie wiele firm oferuje usługi korzystania z indywidualnych kont na wirtualnych platformach, na które np. przesyłane są dane z urządzeń ubieralnych szczytujących parametry zdrowotne użytkownika dotyczące jego aktywności fizycznej czy snu. Dodatkowo, tzw. Employee Assistance Programs, oferują bezpłatne, szeroko dostępne (nawet w modelu 24/7) i anonimowe korzystanie z usług wsparcia psychologicznego. Powstają programy



45% kosztów opieki medycznej jest dedykowane chorobom, którym można zapobiegać: nadwaga, cukrzyca, nadciśnienie i choroby serca.

<https://www.caligenix.com/corporate-wellness>

Usługa Viome, która oferuje komercyjne badania mikrobioty pod kątem profilaktyki zdrowia reklamuje się sloganem – „Przestań walczyć z 21. wiecznymi chorobami przewlekłymi za pomocą 20. wiecznych narzędzi!”

<https://www.viome.com/>



coachingowe dedykowane różnym wyzwaniom w życiu pracownika, od rodzicielstwa, po oszczędzanie na emeryturę. Poza obiektywną efektywnością działań skoncentrowanych na indywidualnych predyspozycjach i oczekiwaniach pracownika, naukowcy podkreślają czynniki psychologiczne – subiektywne poczucie „pacjentów”, że pracodawca troszczy się faktycznie o nich, a nie o eliminację abstrakcyjnej choroby.

Możliwości jakie już w tym momencie dają technologie medyczne i ich dynamiczny rozwój w ostatnich latach sprawiają, że projektowanie systemów ochrony i wsparcia zdrowia pracownika będzie wymagało nie tylko dopasowania treści, ale i formy technologicznej do indywidualnych potrzeb odbiorców.

Ile wiedzy to za dużo?

Daleko idąca personalizacja świadczeń to nie tylko blaski, ale i cienie. W ostatnim kwartale 2017 r. przez Unię Europejską przetoczyła się debata na temat zabronienia używania rozwiązań tzw. „m-zdrowia” – „mhealth” (*mobile health*, czyli urządzeń mobilnych zbierających dane o zdrowiu użytkownika), w programach *corporate wellness* w krajach członkowskich. Argumenty przeciw, to nierówny charakter relacji pomiędzy pracownikiem i pracodawcą oraz zbyt daleko sięgająca ingerencja tego drugiego w stan wiedzy na temat zdrowia poszczególnych podwładnych.⁽³⁾ W związku z zaostrzaniem przepisów o danych osobowych w UE, nie jest pewne jaka będzie przyszłość firm świadczących usługi w zakresie „cyfrowego zdrowia”, takich jak Nokia Digital Health na rynku europejskim. Tworzenie innowacyjnych rozwiązań w obszarze *corporate wellness* będzie więc wymagało od firm ostrożności i dbałości o prywatność i poczucie bezpieczeństwa swoich pracowników, zwłaszcza, że występują tu duże różnice kulturowe pomiędzy Amerykanami a Europejczykami.⁽⁴⁾

Jednak zbyt duży wgląd w dane biomedyczne pracownika budzi kontrowersje także w Stanach. Miało to miejsce m.in. w 2015 r., kiedy popularny tam ubezpieczyciel Aetna zaczynał pilotażową współpracę z zajmującą się badaniami

genetycznymi firmą Newtopia, która zastrzegła sobie prawo do korzystania z danych zebranych od pracowników w „badaniach nad zarządzaniem wagą i stylem życia”. Kontrowersje budziła polityka prywatności, możliwa dyskryminacja pracowników, którzy nie zgodzą się na dostęp do takich danych (poprzez np. obniżenie refundacji planów ubezpieczeniowych) oraz efektywność programów w oparciu o takie dane itd.⁽⁵⁾

Kusi nas, by wiedzieć więcej

Mimo wszystko, popularność badań profilaktycznych w oparciu o DNA rośnie i coraz więcej dużych korporacji decyduje się na ich refundację, co spotyka się również z dużym zainteresowaniem ich pracowników. Taki benefit zaproponowała w 2017 r. pracownikom swojej siedziby w San Francisco firma Levi Strauss & Company, dopłacając do badania genetycznego ryzyka wystąpienia pewnych typów raka i problemów z odbiegającymi od normy poziomami cholesterolu. Ku zdziwieniu zarządu, chętnych była ponad połowa pracowników, którym przysługiwało prawo do programu. Badania wykonuje startup Color Genomics, który obniżył koszty usługi poprzez wykorzystanie technologii *machine learning*, eliminując potrzebę przeprowadzania wielu procesów przez techników medycznych. W firmę zainwestowali m.in. CEO Google Sundar Pinchai, współzałożyciel PayPala Max Levchin, czy Laurene Powell Jobs (wdowa po Stevie Jobsie). Dzięki temu wyrasta ona na czołowego dostawcę takich usług dla firm, obsługując w tym momencie m.in. SAP i Invidia, w których z usługi skorzystało już od 17% do 27 % utytułowanych do tego pracowników.⁽⁶⁾

W Polsce refundację badania zaoferował swoim pracownikom m.in. Deloitte w ramach programu badamygeny.pl, realizowanego przez start-up Warsaw Genomics. Start-up, który obniża koszty badań genetycznych pod kątem wykrywania nowotworów w Polsce, wszedł także w styczniu 2019 r. w partnerstwo z Bankiem Pekao. Bank ma zapewnić badania profilaktyczne swoim pracownikom, a następnie uczynić z nich jeden z elementów oferty dla swoich klientów.⁽⁷⁾

Z personalizacją należy być ostrożnym. Według badań, aż 3/4 konsumentów, ocenia niektóre z zabiegów personalizujących marek, jako „troszkę przerażające” („somewhat creepy”).

2018 CX Trend Report, Inmoment

Czynniki genetyczne mogą odpowiadać za aż 60% zmiennych odpowiedzialnych za prawidłową reakcję na przepisane leki.

Corporate Wellness Programs & Personalized Genomic Medicine, Genoma International, Global Healthcare Resources, 2017-2018



56% amerykańskich dorosłych byłoby zainteresowanych przeprowadzeniem badań genetycznych np. na prawdopodobieństwo wystąpienia choroby Alzheimera, czy raka.

<https://www.statnews.com/2016/02/12/consumers-arent-wild-genetic-testing-doctors/>

88% Polaków poddałoby się badaniom genetycznym, gdyby były zalecone przez lekarza. Niski jest jednak poziom wiedzy na ich temat – tylko 25% wie co to jest badanie genetyczne, a 23% co może ono wykryć.

<http://www.rynekzdrowia.pl/Pogodzinach/Badanie-ankietowe-boimy-sie-zestarzec-i-pesymistycznie-patrzemy-na-przyszlosc-ochrony-zdrowia,196445,10,1.html>

Testy DNA i mikrobioty obiecują zaoszczędzić nie tylko ogromne sumy na kosztach ubezpieczeniowych osób chorujących na zagrażające życiu choroby, ale mają też bardziej bezpośrednie cele, jak uzyskanie medycznej podstawy do stworzenia spersonalizowanego planu żywieniowego i ćwiczeń. Takie rozwiązania testowała np. firma Aetna we współpracy z Newtopią, ogłaszając sukces w zrzuceniu wagi przez członków grupy kontrolnej, którzy do tej pory z powodu zaburzeń metabolizmu nie potrafili jej zrzucić.⁽⁸⁾

W związku z kontrowersjami prawnymi i etycznymi, coraz większą troską o bezpieczeństwo naszych danych osobowych oraz kosztami (które jednak systematycznie maleją), trudno przewidzieć, jakie będzie miejsce podobnych ofert w planach zdrowotnych pracowników. Chociaż lekarze przestrzegają przed negatywnymi skutkami społecznymi i psychologicznymi rozpowszechnienia się tego typu testów wśród populacji ludzi zdrowych, potencjalne korzyści, jakie może dawać pozyskana tą drogą wiedza (wraz z dostępnością) mogą sprawić, że będzie to oferta stanowiąca w najbliższych latach o przewadze konkurencyjnej w firmach mających problem z pozyskiwaniem wysokiej klasy specjalistów.

Źródła

- (1) W zeszłym roku (2017 r.) Federal Drug Administration zezwoliła firmie 23andMe na przeprowadzanie komercyjnych testów (*direct to consumer*) genetycznych na stopień ryzyka wystąpienia niektórych chorób u klienta - <https://www.nytimes.com/2017/04/06/health/fda-genetic-tests-23andme.html>
- (2) Patrz np. "Digital Disconnect in Customer Engagement The high price of obsession Has digital reached its tipping point?", Accenture, 2016
- (3) <https://mhealthintelligence.com/news/will-europe-ban-mhealth-devices-in-corporate-wellness-programs>
- (4) <https://www.marketplace.org/2017/04/20/tech/make-me-smart-ka-iand-molly/blog-main-differences-between-internet-privacy-us-and-eu/>
- (5) https://www.huffingtonpost.com/al-lewis/should-your-employers-wellness-program-can-demand-your-dna_b_7249684.html
- (6) <https://www.nytimes.com/2018/04/15/technology/genetic-testing-employee-benefit.html>
- (7) <https://www2.deloitte.com/pl/pl/pages/press-releases/articles/polacy-odkryli-nowatorski-w-skali-swiata-sposob-wykrywania-ryzyka-zachorowania-na-raka.html>
- (8) <https://www.fiercehealthcare.com/payer/aetna-s-personalized-wellness-program-shows-quick-return-investment>

Technologia HR dla pracownika

6

Employee-Friendly HR Tech

Nowoczesne technologie cyfrowe i komunikacyjne wywierają duży wpływ na sposób funkcjonowania miejsca pracy. Procesy zarządzania zasobami ludzkimi w coraz większym stopniu się automatyzują, od rekrutacji (gdzie sztuczna inteligencja analizuje dane kandydatów; a także ocenia rozmowy, czy zadania rekrutacyjne), poprzez komunikację, ocenę pracy, szkolenia, po formalności związane z zatrudnieniem. W dziedzinie corporate wellness na adaptację tych technologii największy wpływ mają dwa czynniki – *digital health*, czyli cyfryzacja usług medycznych oraz *HR-tech*, czyli wspomniane wyżej technologie wspomagające procesy zarządzania zasobami ludzkimi w firmie. Nowe technologie mają wspomóc zarówno kadry w zarządzaniu informacją na temat procesów pracowniczych w firmie, jak i kandydatów oraz pracowników w punktach styku z firmą.

Co mówią prognozy?

Zestawienia prognoz dotyczących tendencji w *corporate wellness*, czy *employee wellbeing*, coraz większy nacisk kładą na wagę racjonalizowania korzystania z technologii w procesach HR-owych. Dzięki wiedzy opartej na danych, łatwiej uniknąć błędów ludzkich, takich jak subiektywny stosunek do danego pracownika. Zastosowanie *machine learning* w analizie danych związanych z programami corporate wellness pozwoli w dużych przedsiębiorstwach na zautomatyzowane uzyskiwanie danych na temat trendów zachowań pracowniczych (uczestnictwo, zaangażowanie,

Josh Bersin, analityk trendów w oprogramowaniu dla HR, podaje, że w 2018 r. w tę dziedzinę zainwestowano 2 mld dolarów, o 29% więcej niż w roku poprzednim. Przeciętnie w każdej dużej firmie jest aktualnie około 9 programów informatycznych do obsługi pracownika, w porównaniu z 7 w 2018 r.

„HR Technology 2019 Disruption Ahead”, Josh Bersin



rezultaty) i jednocześnie tworzenie planów na przyszłość. Analiza danych ma także przynieść korzyść samym pracownikom angażującym się w firmowe programy, dostarczając im wyczerpującej informacji zwrotnej na temat ich stanu zdrowia, postępów w jego poprawie i relacji pomiędzy nimi a podejmowanymi działaniami itd. Jednym z takich systemów, które pozwalają na zarządzanie danymi związanymi ze zdrowiem pracowników, jest stworzony na platformę SAP Cloud Healthain, do którego można podłączyć bazy danych z aplikacji i urządzeń ubieralnych związanych ze zdrowiem i aktywnością fizyczną.⁽¹⁾

Pożegnaj maile

W dobie zalewu innowacjami technologicznymi, elementem zarządzania *wellbeing* pracownika jest umiejętne i sensowne z nich korzystanie. Nowe produkty pozwalają np. na lepsze projektowanie komunikacji pomiędzy firmą i pracownikami. Jednym z bieżących trendów w komunikacji wewnątrz firmy jest rezygnowanie z maila. Nie tylko po godzinach pracy, co z myślą o mentalnym „wylogowaniu” swoich pracowników wprowadziły m.in. firmy takie jak Dailmler, Volkswagen, BMW czy w ub.r. Porsche⁽²⁾, a Francja postanowiła to uregulować prawnie⁽³⁾, ale także w trakcie godzin pracy! Coraz więcej firm zwraca bowiem uwagę na to, że na zarządzaniu służbową skrzynką mailową przeciętny pracownik spędza nawet ok. 1/4 każdego dnia roboczego, co jest poważnym obciążeniem dla jego produktywności.⁽⁴⁾ Pionierem w odchodzeniu od wewnętrznej komunikacji mailowej jest francuska firma telekomunikacyjna Atos (również z oddziałem w Polsce), która postanowiła stopniowo całkiem uwolnić się od tej formy komunikacji. Firmy takie jak PBD Worldwide, czy Graystone Industries zarządziły odpowiednio piątki i czwartki dniami wolnymi od maila, kiedy pracownicy mogą nadrobić obciążenie pracą. Atos twierdzi, że dzięki przerwaniu się z maila na wewnętrzny komunikator społecznościowy udało mu się odzyskać te 25% roboczo-godzin, które pracownicy spędzali na czytaniu i odpowiadaniu na maile oraz zwiększyć

ich wydajność o 30%!⁽⁵⁾ O tym, że mail wkrótce stanie się przeżytkiem może świadczyć fakt, że spośród 11 tys. przebadanych przez Deloitte liderów biznesu i zarządzania zasobami ludzkimi, aż 1/5 uważa, że w ciągu najbliższych 3-5 lat komunikacja w oparciu o e-mail spadnie. Natomiast największy wzrost przewiduje dla platform do pracy grupowej (*online collaboration platforms*) – 70%, takich jak Podio, Asana, Trello, wewnątrzfirmowych social media – 67%, jak Workplace by Facebook, Slack, czy po prostu komunikatorów (*instant messaging*) – 62% oraz komunikatorów społecznościowych (*social messaging apps*) – 57%.⁽⁶⁾

Poza upłynnieniem komunikacji niezbędnej do realizowania celów zawodowych, coraz popularniejsze będzie też korzystanie z nowych technologii do zarządzania komunikacją pomiędzy pracownikami a „firmą”. Jedną z takich inicjatyw jest np. ConnectMe Deloitte, spersonalizowana platforma dla użytkowników, zarówno na desktop jak i urządzenia mobilne, w której zgromadzone są wszystkie usługi HR i IT, zaprojektowana w taki sposób, żeby pozwolić pracownikom do nich dotrzeć w jak najbardziej intuicyjny sposób.⁽⁷⁾

Unilever wprowadził w czerwcu 2019 r. zasilany przez Sztuczną Inteligencję „targ talentów” (*talent marketplace*), który pozwala elastycznie włączać się w istniejące projekty i rozwijać swoje kompetencje, niezależnie od swojej pozycji w firmie.

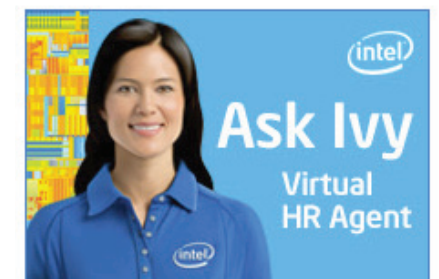
Czas na boty

Tak jak konsumenci coraz częściej przyzwyczajają się do korzystania z chatbotów i wirtualnych asystentów w relacjach z markami/ biznesami, to samo czeka komunikację pomiędzy pracodawcami a pracownikami. Firmy takie jak Intel, Microsoft, czy sprzedawca internetowy Overstock już używają chatbot’ów do procesów, takich jak zgłaszanie nieobecności (chatbot Mila używany przez Overstock, układa wówczas inteligentnie plany pracy uwzględniając nieobecnego pracownika), odpowiadanie na pytania związane z polityką kadrową, jak płace, benefity, czy

Najczęstsze przyczyny stresu polskich pracowników to natłok obowiązków – 50%, niewłaściwa organizacja pracy – 40%, problemy z realizacją celów – 37% i nadmierna biurokracja – 34%. Odpowiednie zaprojektowanie cyfrowej komunikacji pomiędzy zespołami może więc być ważnym remedium na stres w miejscu pracy.

<http://www.gfk.com/pl/aktualnosci/press-release/niemal-co-piaty-polak-zyje-w-ciaglym-stresie/>

Chatbot Intela Ivy potrafi odpowiedzieć na ponad 5 tys. różnych pytań i ciągle się uczy (m.in. także poprzez system oceniania interakcji) skuteczniejszej komunikacji z użytkownikami.



<http://steveboese.squarespace.com/journal/2013/5/28/virtual-hr-or-did-you-ask-the-hr-chatbot.html>

Badania Spicework przeprowadzone na 500 menadżerów IT w największych przedsiębiorstwach, pokazują, że już 29% organizacji zainwestowało w napędzane przez sztuczną inteligencję chatboty do spraw pracowniczych albo planują to zrobić w tym roku.

<https://www.businessinsider.com/chatbots-voice-assistants-gaining-traction-in-the-workplace-2018-4?IR=T>

regulaminy (chatbot Intel Ivy), czy nawet udzielania odpowiedzi na to, co słyhać w firmie, np. co dziś na lunch w firmowej kantine (ADBot w Microsoft).⁽⁸⁾

W Polsce chatboty rekrutują pracowników wśród użytkowników Messengera, m.in. dla Accenture, Budimexu czy Avivy.

AI nie tylko pozwala zautomatyzować i ułatwić załatwianie przez pracownika spraw personalnych (których nadmierne zbiurokratyzowanie jest jednym z głównych źródeł stresu), ale i może wspomóc dział HR w radzeniu sobie ze sprawami uważanymi za „delikatne”. Badanie przeprowadzone w 2017 r. przez ServiceNow, wśród 350 szefów HR w międzynarodowych korporacjach, pokazuje, że spośród tych, którzy uważają chatboty za przyszłość usług na rzecz pracownika (92%! – 71% uważa, że będą one służyły do załatwiania takich osobistych spraw jak zgłaszanie urlopu, 69% – do rozmów o zmianach w świadczeniach od pracodawcy, 64% – odnośnie urlopu macierzyńskiego, a 46% sądzi, że będzie to platforma zgłaszania molestowania seksualnego w miejscu pracy).⁽⁹⁾

Chatboty są już wykorzystywane nawet w psychoterapii, a badania potwierdzają, że faktycznie użytkownicy często są skłonni bardziej otworzyć się przed sztuczną inteligencją niż żywym człowiekiem, nawet w anonimowej konwersacji online. Technologia ta może więc być z powodzeniem używana jako uzupełnienie programów wsparcia pracownika (*Employee Assistance Programs*).

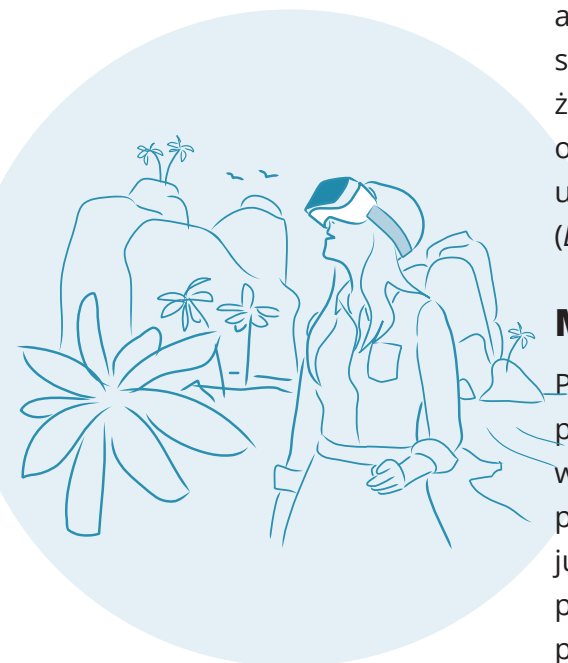
Medytacja i relaks też

Poza usprawnianiem komunikacji i korzystania z oferty pracodawców, rozwój technologii komercyjnych będzie wpływał również na ich zastosowanie w firmowych programach wellness. Tak jak wiele korporacji zaadoptowało już technologie ubieralne, aplikacje mobilne i wirtualne platformy do zarządzania zdrowiem pracownika, tak popularność nowych gadżetów AR (*Augmented Reality*) i VR

(*Virtual Reality*) będzie powoli torowała sobie drogę do wykorzystania zarówno w e-learningu jak i terapii pracowników. Już w 2017 r., w ramach prowadzonego przez siebie programu *mindfulness*, Cisco wprowadziło w niektórych swoich siedzibach stanowiska VR, które służą do wytworzenia otoczenia maksymalnie sprzyjającego medytacji i relaksacji.⁽¹⁰⁾

Źródła

- (1) <https://healthain-ac4e94dbe.dispatcher.hana.ondemand.com/features.html>
- (2) <http://www.dw.com/en/banning-e-mail-after-work/a-17445387>, <https://time.com/3116424/daimler-vacation-email-out-of-office/>; <https://www.telegraph.co.uk/business/2017/12/20/porsche-could-ban-out-of-hour-emails-companies-already-have/>
- (3) <http://fortune.com/2017/01/01/french-right-to-disconnect-law/>
- (4) <https://hbr.org/2016/06/some-companies-are-banning-email-and-getting-more-done>
- (5) <https://www.fastcompany.com/3042541/why-your-company-should-consider-banning-email>
- (6) "The rise of the Social Enterprise", 2018 Deloitte Global Human Capital Trends
- (7) <https://www.prnewswire.com/news-releases/deloitte-launches-connectme-to-reinvent-the-employee-experience-for-the-digital-workplace-300337702.html>
- (8) <https://www.entrepreneur.com/article/295157>; <http://www.twohives.co.uk/7-examples-workplace-chatbots-action/>
- (9) <https://servicematters.servicenow.com/2017/11/09/chatbots-and-the-future-of-employee-experience/>
- (10) <https://searchhrsoftware.techtarget.com/feature/Secrets-of-tech-enabled-workplace-mindfulness-programs>



Projektowana empatia w pracy

Design Thinking at Work

Dbanie o samopoczucie pracownika to, jak już wspominaliśmy, przede wszystkim sprawienie, żeby czuł się dobrze w miejscu pracy, a nie tylko zapewnienie odpowiedniego *work-life balance*. Coraz wyraźniejszym trendem jest skupianie się na całościowym doświadczeniu osoby w procesie pracy i „empatyzowaniu” z pracownikami, co przejęte jest z metodologii podejścia „design thinking”. Przejawia się to w potrzebie upraszczania, zarówno programów corporate wellness kierowanych do pracowników (tak, żeby były zrozumiałe ich zasady i aby uczestnictwo w nich nie było dla pracownika zbyt skomplikowane) oraz wszelkich innych doświadczeń związanych z pracą (warunki zatrudnienia i współpracy, komunikacja w obrębie firmy, rozwiązania ułatwiające poruszanie się w przestrzeni firmy/ biura).

Prościej i bardziej przyjaźnie

Nacisk na czynienie usług bardziej przyjaznymi dla użytkowników to silny trend konsumencki, przejawiający się w przywiązaniu do ułatwień dostarczanych użytkownikom przez nowoczesne technologie. Nic dziwnego więc, że wpływa on na postrzeganie atrakcyjności potencjalnych pracodawców, tym bardziej, że zgodnie z badaniami Deloitte dla HR, poprawa jakości doświadczenia pracownika była w 2019 r. jednym z najpilniejszych celów zarządzających firmami – 82% uważało ją za kwestię istotną, a 26% za pilną.⁽¹⁾ Wyraźną zaś oznaką wzrostu wpływu perspektywy *employee experience* nad tradycyjnym zarządzaniem zasobami ludzkimi jest decyzja Airbnb aby zlikwidować dział HR, zamiast tego

powierzając pieczę nad pracownikami nowo mianowanemu (w 2015 r.) Chief Employee Experience Officer.⁽²⁾

Tak samo więc, jak metoda *design thinking* w marketingu, rozwoju portfela produktów i usług stawia na pierwszym miejscu potencjalnego klienta i użytkownika (*user-centered approach*), tak i zarządzanie zasobami ludzkimi powinno skoncentrować się na tworzeniu programów wychodząc od pracownika, nie zaś od procesów biznesowych w firmie. W przypadku programów *corporate wellness* ich inteligentne projektowanie ma pozytywny wpływ na osiąganie zakładanych przez firmę celów (związanych z ich wdrażaniem). Jak wykazują badania, w USA, gdzie ponad połowa pracowników objęta jest tego typu programem, co 3. pracownik nie korzysta z proponowanych mu rozwiązań, a co 10. nawet nie zdaje sobie sprawy, że takie benefity są w jego firmie dostępne!⁽³⁾

Aby ułatwić *work-life balance* pracownika, można skorzystać z przykładów Banku Millenium i firmy Roche, które prowadzą dla pracowników szkolenia z procedur i dostarczają materiałów edukujących w zakresie korzystania z przysługującym im praw i przywilejów związanych np. z okresem rodzicielstwa.⁽⁴⁾

Angażowanie pracowników

Jednak nie chodzi tylko o efektywną komunikację, ale i o angażowanie pracowników w tworzenie takich programów i rozwiązań organizacji pracy, które będą cieszyły się jak największym powodzeniem. Wiele firm stosuje więc metodę crowdsourcingu w budowaniu zaangażowania i poczucia przynależności pracowników.⁽⁵⁾

Cisco, które, także w Polsce, stale zajmuje najwyższe miejsca w rankingu „Best Places to Work”, postanowiło zmienić swoją kulturę zarządzania zasobami ludzkimi, poprzez przeprowadzenie w 2016 r. hackatonu (zbiorowe wyzwanie najczęściej dla programistów i projektantów w opracowywaniu koncepcji nowych produktów) nazwanego HR Breakathon. W 24 godziny w proces zaangażowano



Od maja do listopada 2017 r. nastąpił wzrost o 48% członków LinkedIn, którzy w nazwie stanowiska podają „employee experience”.

<https://staffbase.com/blog/staffbase-analysis-forecasts-a-100-increase-in-employee-experience-professionals-in-2018/>

W przypadku pracowników, którzy przechodzą do pracy przechodzą przez specjalny, ustrukturyzowany proces „przyjęcia do pracy” (*onboarding*) – prawdopodobieństwo, że pozostaną w firmie co najmniej 3 lata jest o połowę większe (niż gdy takiego procesu nie ma).

<https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/pdf/2016/03/kpmg-onboard-solution1.pdf>

pracowników z 59 różnych krajów i 116 miast, wytwarzając w ten sposób poprzez zbiorową pracę 105 nowych rozwiązań z zakresu HR. Do stworzenia grupowej pracy na taką skalę wykorzystano oprogramowanie komunikacyjne i specjalną aplikację, dzięki której można było na żywo śledzić pracę wszystkich grup. Globalny zarząd firmy następnie wyłonił te pomysły, które wydały się najbardziej efektywne i realne w implementacji. Jednym z takich pomysłów była np. aplikacja mająca wspierać proces „onboarding” (zaklimatyzowania się w firmie) YouBelong@ Cisco, która ma pełnić funkcję wirtualnego concierge’a dla nowych pracowników i pilnować przebiegu procesu adaptacji w miejscu pracy, łącząc kalendarz nowego pracownika z jego przełożonym.⁽⁶⁾

Specjalista od *employee experience*, to ktoś, kogo misja wykracza dalece poza standardowe polityki i praktyki działu HR. Ponieważ chodzi o wszystkie punkty styczności z firmą, w grę wchodzi nie tylko proces rekrutacyjny, wynagrodzenia i indywidualne warunki pracy, ale i doświadczanie firmy jako całości. Także jej fizycznych, namacalnych przejawów, jakim są biura. Polski oddział 3M, który w 2019 r. otrzymał nagrodę CBRE Office Superstar za najlepsze biuro w kategorii: Innowacje i Technologie⁽⁷⁾, wykorzystuje np. technologię Pulse Tip – w miejscach spotkań umieszczone są panele dotykowe, które umożliwiają pracownikom przesyłanie na bieżąco feedbacku dotyczącego różnych zagadnień związanych z życiem firmy⁽⁸⁾. To się nazywa Data-Driven Business!

I chociaż to Google wciąż jest wzorem na tym polu, znany projektant wnętrz biurowych i teoretyk nowego miejsca pracy Jeremy Myerson uważa, że „efekt Google’a” może przysporzyć firmom więcej szkody niż pożytku. Jego zdaniem nie należy kopiować rozwiązań projektowych ze słynnych siedzib informatycznego giganta, tylko samemu wypracowywać takie, które odpowiadają kulturze firmy i potrzebom właśnie jej pracowników.⁽⁹⁾

Podstawą skutecznego *employee experience* jest odpowiednio zaprojektowany „employee feedback”. Dotyczy to też tzw. „alternative workers” czyli pracowników na kontrakty inne niż pełnoetatowa umowa o pracę. Według Deloitte, już 23% największych międzynarodowych firm włącza ich perspektywę do informacji zwrotnej o firmie.

Human Capital Trends 2019, Deloitte

Activity-Based Working

Wspominając o Jeremym Myersonie, warto także nadmienić o dominującym aktualnie trendzie *Activity-Based Working*. Aranżacja biura powinna być dostosowana do realnych zadań, przed którymi w swojej codzienności służbowej stają pracownicy. Taka koncepcja zagospodarowania przestrzeni opiera się na dwóch filarach „choice” (wybór) i „voice” (głos).⁽¹⁰⁾ Chodzi więc o biuro na tyle elastyczne, że można z łatwością wybierać przestrzeń potrzebną do danej czynności zawodowej (spotkanie służbowe, praca grupowa, praca indywidualna, telefon służbowy) oraz ma się „głos” w kształtowaniu takiej przestrzeni. W jednym z najnowocześniejszych aktualnie biurów, siedzibie firmy Deloitte – „The Edge” w Amsterdamie, specjalna aplikacja na podstawie kalendarza pracownika, w sposób automatyczny i inteligentny przydziela mu stanowisko pracy (salę, wyciszoną „budkę”, biurko stojące albo siedzące).⁽¹¹⁾ Podobne systemy wprowadzane są także w polskich biurach, w których nie brakuje zróżnicowanych modułów do pracy biurowej, np. we wspomnianym biurze 3M.

Co ważne, wszystkie etapy podejścia *design thinking* – badanie, zdefiniowanie potrzeb, modelowanie, prototypowanie i ewaluacja rozwiązań – sprzyjają nie tylko pośredniemu wzrostowi produktywności, przez zwiększenie zaangażowania pracowników, ale także bezpośredniemu przełożeniu na optymalizację procesów biznesowych!⁽¹²⁾

34% polskich pracowników jest niezadowolonych z braku prywatności na stanowisku pracy, a 31% uważa, że ich przestrzeń biurowa nie jest dopasowana do różnorodnego charakteru pracy.

„Zdrowe Zielone Biura”, badanie PLGBC 2018

Źródła

- (1) Human Capital Trends 2019, Deloitte
- (2) <https://www.forbes.com/sites/jeannemeister/2015/07/21/the-future-of-work-airbnb-chro-becomes-chief-employee-experinece-officer/#45f3acdb4232>
- (3) <https://www.globalwellnessinstitute.org/industry-research>
- (4) „Rodzic w Pracy. Najciekawsze praktyki z zakresu work & family balance realizowane w Polsce”, Rodzic w mieście, 2018
- (5) „Cała Polska tworzy idealne miejsce pracy”, EY 2018
- (6) <https://www.forbes.com/sites/jeannemeister/2016/03/10/the-cisco-hr-breakathon/#447a9c9cf5ee>
- (7) <https://officesuperstar.pl/pl/winners> [data wejścia: 7.11.2019]

- (8) <https://www.pulshr.pl/employer-branding/jak-zatrzymac-pracownikaw-firmie-3m-oddalo-glos-glownym-zainteresowanym,50423.html>
- (9) <https://www.dezeen.com/2016/03/22/google-office-design-negative-effect-interiors-jeremy-myerson/>
- (10) „Nie bój się Activity Based Working”, Hays, Skanska, Kinnarps’, 2017
- (11) <https://www.bloomberg.com/features/2015-the-edge-the-worlds-greenest-building/>
- (12) <https://easttenthgroup.com/using-design-thinking-craft-workplaces-engage-employees/>

Finanse w formie

Financial Fitness

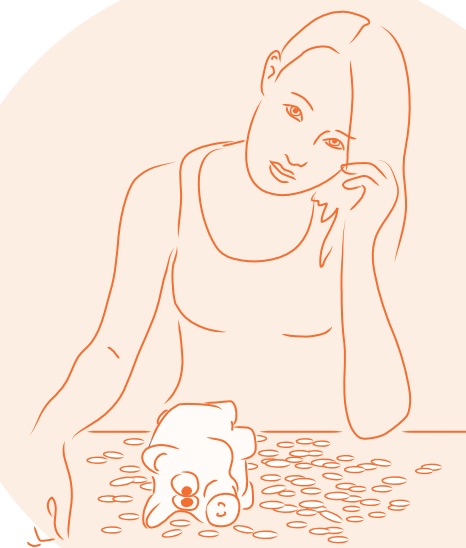
Według badań PwC przeprowadzonych na reprezentatywnej grupie amerykańskich pracowników, mimo dobrej koniunktury gospodarczej, doświadczają oni nieporównywalnie, z wynikami z ostatnich lat, wysokiego poziomu stresu związanego z domowymi finansami.⁽¹⁾ W Polsce badania na temat źródeł stresu w społeczeństwie sygnalizują podobny problem – największym stresorem w życiu prywatnym, z 64% wskazań, są problemy finansowe.⁽²⁾

Młodzi dorośli potrzebują wsparcia

W Stanach Zjednoczonych, szczególnym aspektem problemu jest masowe zadłużenie wchodzących na rynek pracy absolwentów, z tytułu kredytów studenckich. Najlepsi pracodawcy w tym kraju już oferują w ramach benefitów spłatę kredytu studenckiego. Jednak pracownicy z pokolenia millenialsów oczekują nie tylko szybkiego zwrotu z inwestycji w edukację. Jak podsumowuje doświadczenia tej kohorty demograficznej TrendWatching – „Adulting is hard” („stawanie się dorosłym jest trudne”). Zdobywanie tradycyjnych atrybutów wchodzenia w dorosłość, jak pierwszy dom, wchodzenie w związek małżeński, czy posiadanie dzieci, coraz bardziej odwleka się w czasie. Potwierdzają to statystyki – wzrost odsetka Amerykanów w wieku 25-35 l. mieszkających z rodzicami z 10% do 15% w ciągu ostatnich 16 lat (i dwukrotny w stosunku do lat 60., kiedy to boomersi wchodzili w dorosłość).⁽³⁾ W Polsce też nie jest łatwo! Statystyki Eurostat pokazują, że 58% dorosłych Polaków w wieku 25-29 l. mieszka nadal z rodzicami, a co 4.

Co 5. amerykański pracownik, który stresuje się swoją sytuacją finansową zauważa, że z powodu tych zmartwień cierpi jego produktywność w pracy, co 6. przyznaje się do absencji w pracy z tej przyczyny, a co 3. wskazuje na relacje pomiędzy tymi zmartwieniami, a problemami ze zdrowiem.

„Financial stress and the bottom line. Why employee financial wellness matters to your organization”, PwC 2017



Problemy finansowe „spędzają sen z powiek” 14% polskich pracowników, a 16% przyznaje, że to zmartwienie negatywnie wpływa na jakość ich pracy.

<https://www.bankier.pl/wiadomosc/Finansowy-stres-gnebi-polskich-pracownikow-7754334.html>

Według badania Nationale-Nederlanden, 37% Polaków w wieku 20-29 l. nie oszczędza i nie ma oszczędności na przyszłość.

„Dojrzałość finansowa Polaków”, Raport Nationale-Nederlanden 2017

W międzynarodowych badaniach nad *financial literacy* (kompetencje finansowe) prowadzonych w 2016 r. przez OECD, Polacy uzyskali najniższy wynik spośród 30 krajów!

<http://www.oecd.org/finance/oecd-infe-survey-adult-financial-literacy-competencies.htm>

osoba w wieku 26-30 l. mieszkająca samodzielnie otrzymuje od rodziców regularne wsparcie finansowe.⁽⁴⁾

Wolniejsze usamodzielnianie się, ale też zmiany w formach zatrudnienia i politykach społecznych powodują, że młodym pracownikom coraz trudniej poruszać się w skomplikowanej rzeczywistości zarządzania finansami osobistymi. Nie pomaga brak przystępności sektora finansowego – z badania Viacom na 10 tys. amerykańskich millenialsach, pracujących w 15 sektorach gospodarki, wynika, że 71% z nich wolałoby raczej pójść do dentysty niż wysłuchać co ma do powiedzenia ich bank.⁽⁵⁾

Lepiej zapobiegać niż leczyć!

Zważywszy na wyliczoną przez specjalistów liczbę godzin tzw. prezenteizmu (nieaktywnej obecności w pracy), spowodowaną m.in. rozwiązywaniem bieżących problemów z finansami oraz kosztów związanych z leczeniem przewlekłego stresu, wielu pracodawców zdaje się być przekonanych, że lepiej wspierać pracowników w zarządzaniu źródłami niepokoju, niż zostawiać ich z tymi problemami samym sobie. Liczba przekonanych o tym pracodawców rośnie! Według badania National Business Group on Health w 2017 r. 84% wielkich i średniej wielkości przedsiębiorstw wysoko ocenianych w zakresie benefitów zdrowotnych, oferowało także tzw. „financial wellness programs”, w porównaniu do 76% w roku poprzednim.⁽⁶⁾ Tematy najczęściej poruszane w ramach „zajęć z odnowy finansowej” to m.in. spłata długów, kredytów, pożyczek, gromadzenie oszczędności na wypadek niespodziewanych zdarzeń, planowanie i zarządzanie budżetem, inwestowanie, czy ustalanie priorytetów i formułowanie celów finansowych.

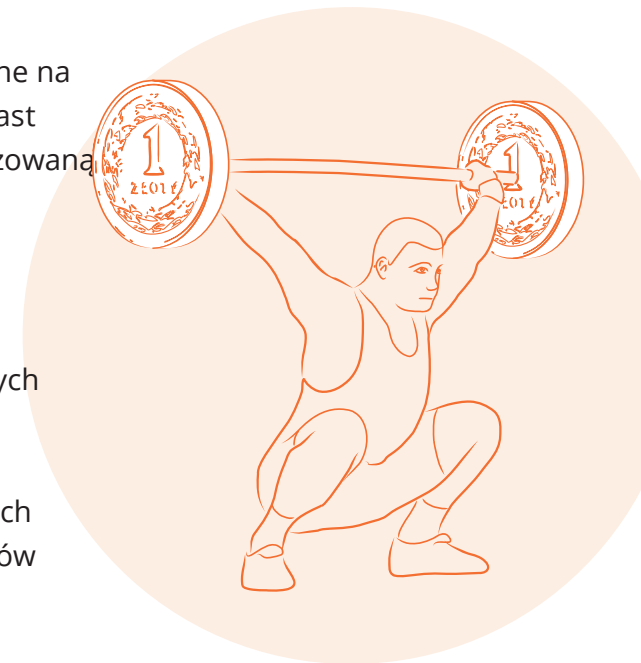
Jednym z pracodawców je oferujących jest BP, firma nagrodzona za swoje holistyczne podejście do zdrowego stylu życia platynową nagrodą Best Employers for Healthy Lifestyles, National Business Group on Health. W ramach benefitowego programu dla pracowników „Do well” – oferuje usługi takie jak ocena stanu finansów osobistych pracownika

(*financial fitness assesment*), gotowości finansowej do przejścia na emeryturę, czy zajęcia z „dobrostanu finansowego” (*financial wellness classes*). Udział w każdym z programów jest punktowany na specjalnej platformie internetowej, tak jak pozostałe benefity (obejmujące m.in. zajęcia sportowe, monitoring swojego stanu zdrowia i udział w zajęciach uczących radzenia sobie ze stresem), a punkty zbierane na koncie można wymieniać na nagrody. Walmart natomiast udostępnił swoim pracownikom specjalną, zsynchronizowaną z kontem bankowym aplikację, w której mogą oni zdefiniować stałe wydatki i cele oszczędzania oraz za pomocą opcji „InstaPay” pobrać część swojej pensji z wyprzedzeniem (co ma uchronić pracowników przed zaciąganiem wysoko oprocentowanych pożyczek z innych źródeł). Uber we współpracy z fin-techową aplikacją Betterment umożliwia swoim kierowcom inteligentne oszczędzanie na emeryturę (choć oficjalnie nie uznaje ich przecież za swoich pracowników, a jedynie użytkowników platformy).⁽⁷⁾

Wprowadzona przez Walmart idea „elastycznego wynagrodzenia”, jest uważana za dobry pomysł na rozwiązanie finansowych bolączek przez 32% polskich pracowników. Większy odsetek – 45%, wskazuje na nisko oprocentowane pożyczki od pracodawcy, jako preferowane rozwiązanie.⁽⁸⁾

Pomagać można na różne sposoby: edukując, podsuwając inteligentne narzędzia, oferując wsparcie finansowe na korzystnych warunkach lub możliwość pobrania zaliczki pensji z góry. Ważne jednak, żeby myśleć o uczeniu pracowników sprawności w zarządzaniu finansami, tak jak o wszystkich innych programach profilaktycznych i monitorować ich efektywność. A także pamiętać żeby, jak wszystko, robić to „smart” 😊.

W naszym kraju zapotrzebowanie na edukację finansową jest także bardzo duże. Swoje kompetencje w zakresie zarządzania własnymi pieniędzmi wysoko ocenia tylko 42% średniozamożnych i zamożnych Polaków (przy 75%



Amerikanów). Liczne badania wykazują również rzeczywistą nieznamość zagadnień ze sfery finansowej w naszym społeczeństwie.⁽⁹⁾

Źródła

- (1) Employee Financial Wellness Survey - 2019 results, PwC
- (2) <http://www.gfk.com/pl/aktualnosci/press-release/niemal-co-piaty-polak-zyje-w-ciaglym-stresie/>
- (3) "2018 Trend Report", Trendwatching Premium
- (4) Dane Eurostat za 2016 r.: <http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTableAction.do>, „Finansowy Portret Młodych” Millward Brown dla KRD (2014)
- (5) „Trendy w usługach finansowych 2017”, infuture Hatałska foresight institute & 4p research mix
- (6) <https://www.aseonline.org/News/Articles/ArtMID/628/ArticleID/1359/Walmart-Offers-New-Financial-Wellness-Services>
- (7) <http://fortune.com/2016/08/24/uber-betterment-partnership/>
- (8) <https://www.bankier.pl/wiadomosc/Finansowy-stres-gnebi-polskich-pracownikow-7754334.html>
- (9) <https://prnews.pl/wyniki-badania-pramerica-insight-polacy-i-amerykanie-o-finansach-osobistych-360266>

Różnorodność to wyzwanie

9

Diversity & Inclusivity

Wellbeing pracowników wykracza już daleko poza obszar tradycyjnych benefitów związanych z dostępem do usług, dni wolnych, ulg i innych ofert skierowanych do indywidualnego pracownika. Trendy w zarządzaniu zasobami ludzkimi i rekrutacji pokazują wyraźnie, że pracownicy oczekują, że równowagę i dobre samopoczucie zapewni im samo miejsce pracy (a nie tylko dodatkowe usługi poza nim).⁽¹⁾

Coraz większy nacisk kładziony jest np. na „fun” i „happiness at work” i inwestowanie nie tyle w rozwój i poczucie szczęścia poszczególnych pracowników, ale w pozytywną komunikację w obrębie zespołów. Biorąc pod uwagę silne trendy demograficzne (starzenie się społeczeństw) i kulturowe (walka o równouprawnienie kobiet w miejscu pracy, o prawa mniejszości), wyrobienie sobie marki „pozytywnego” pracodawcy, który gwarantuje dobrą atmosferę pracy, będzie wymagało stosowania polityk zarządzania różnorodnością.

Zróżnicowane zespoły – bardziej zadowolone i innowacyjne

Pokazują to generalne trendy w światowym zarządzaniu zasobami ludzkimi i rekrutacji. Według najnowszych badań LinkedIn, kryterium różnorodności rozszerzyło się od lat 80., kiedy po raz pierwszy weszło do polityk kadrowych, o konieczność zapewnienia pracownikom środowiska inkluzywnego i dającego poczucie przynależności. Większość firm, które uważają różnorodność w miejscu pracy za bardzo istotny czynnik (78% firm, które wzięły udział w w/w badaniu), implementuje ją aby poprawić kulturę

Według badania ARC Rynek i Opinia na reprezentatywnej grupie Polaków w wieku 18-55 l., dobra atmosfera w miejscu pracy (67% wskazań) pożądana jest nawet bardziej niż równowaga między pracą a życiem osobistym (47% wskazań), prywatna opieka medyczna (28%), czy inne benefity (sport i refundacja posiłków – po 17% wskazań, benefity w postaci biletów do kina i teatru – 15%).

<http://www.wirtualnemedia.pl/arttykul/podejscie-polakow-do-pozaplacowych-motywowatorow-w-pracy-badanie>



<http://planoprofile.com/2018/04/11/inclusivity-toyota-pepsico/>



Według badania Workservice 2017 r., ponad 1/4 polskich pracodawców planowała w ciągu roku zwiększyć zatrudnienie osób 50+. Jako powód poszukiwania właśnie takich pracowników, 1/3 podawała doświadczenie, a 1/5 większe zaangażowanie i rzadsze zmienianie pracy.

„Różne pokolenia – jedna organizacja”, badanie Klubu Dyrektora HR we współpracy z Think Tank, 2017

organizacyjną firmy (78%), poprawić jej pozycję na rynku (62%) oraz lepiej rozumieć swoich klientów (49%)!⁽²⁾

Badania McDonald's, w którym rozpiętość wiekowa pracowników wynosi 75 l. (!), pokazały, że nie tylko klienci cenią sobie bardziej zróżnicowaną wiekowo obsługę, ale i członkowie mieszanych wiekowo zespołów wykazują o 10% większe zadowolenie z pracy.⁽³⁾

Bardziej znane są liczne badania potwierdzające wpływ różnorodnych zespołów na przewagę firmy jeśli chodzi o innowacyjność.⁽⁴⁾ Jednym z nowych trendów jest poszukiwanie tzw. *cognitive diversity*, czyli różnorodności poznawczej; tworzenie zespołów, które w różny sposób procesują i rozwiązują problemy. Odnosi się to do tworzenia takich miejsc pracy, które sprzyjają np. pracy introwertyków, którzy potrzebują do pracy odcięcia się od bodźców i skupienia, a nie działania w zespole, czy warunków pracy dla autystyków, którzy przejawiają znakomite zdolności intelektualne, ale ciężko radzą sobie w sytuacjach wymagających społecznej interakcji.⁽⁵⁾

Opublikowany w 2018 r. raport brytyjskiej organizacji CIPD, która współpracuje z firmami takimi jak JP Morgan Chase, Google, czy Microsoft w prowadzeniu programów wspierających neuroróżnorodność w miejscu pracy, pokazuje, że aż 10% populacji w wieku produkcyjnym w Wielkiej Brytanii jest neuroróżnorodna, tylko 16% znalazło zatrudnienie, a spośród bezrobotnych aż 73% chciałoby podjąć pracę. Fundacja wskazuje na bariery, jakie napotykają osoby w spektrum w znalezieniu pracy, zwracając uwagę na to, że ta populacja jest źródłem ogromnych potencjalnych korzyści szczególnie dla przemysłu kreatywnego, gdzie potrzebne są różne punkty widzenia, perspektywy i sposoby myślenia o świecie.⁽⁶⁾

Otwartość to gorący towar!

Wygląda na to, że coraz więcej pracowników będzie poszukiwało pracodawcy, który uwzględni w swoim miejscu pracy politykę D&I (Diversity&Inclusivity). Według badania

PwC z 2017 r. 54% kobiet i 45% mężczyzn, dowiadywało się, czy ich potencjalny pracodawca implementuje taką politykę, zanim przyjęło ofertę pracy.⁽⁷⁾ Badanie Glassdoor, największego międzynarodowego portalu oceniającego pracodawców, pokazuje zaś, że w sumie 67% jego użytkowników bierze pod uwagę ten czynnik poszukując nowego miejsca pracy.⁽⁸⁾

Coraz większym wyzwaniem dla pracodawców będzie także przyciągnięcie i utrzymanie w swoich firmach coraz starszych pracowników. Na świecie w ciągu 15 lat (między 2015-2030) liczba osób w wieku 60 lat lub więcej zwiększy się o 56% i będzie wynosiła 1,4 mld, a w 2050 r. liczba osób w tym wieku przekroczy liczbę osób w wieku 0-24 l.⁽⁹⁾ Niespotykany dotąd wzrost populacji w tej grupie wiekowej, wymusza zmiany zarówno ze strony państwowej polityki społecznej (niewydolne systemy emerytalne), jak i polityki pracodawców. Coraz bardziej będzie się bowiem kurczyć rezerwa młodszych pracowników, a starsi będą zdolni do pracy coraz dłużej – w tym momencie średnia długość życia w wielu krajach rozwiniętych przekracza już 80 l., w 2030 r. w niektórych przekroczy już 90 l.⁽¹⁰⁾

Jak międzynarodowe koncerny radzą sobie ze zmieniającymi się potrzebami populacji pracowników?

Nagrodzony przez AARP (American Association of Retired Persons) w 2013 r. Michelin dba o jak najdłuższe utrzymanie doświadczonych pracowników, oferując im bardziej elastyczne godziny pracy, politykę wsparcia przy opiece nad starszym rodzicem, a także, co ważne, docenienie pracowników z dłuższym stażem poprzez przygotowanie ich do roli mentorów wobec młodszych pracowników. Podobną strategię stosuje Home Depot, szkoląc pracowników w wieku emerytalnym do roli „associate coaches” (*coach współpracujący*).⁽¹¹⁾ W Polsce taką strategię stosuje m.in. Philips Lighting, płacąc starszym, doświadczonym pracownikom za wykłady w Akademii Wiedzy Philips. Firma CEMEX Polska w ramach strategicznego zarządzania wiekiem (*age / generational management*) zorganizowała dla starszych pracowników Klub 50+, w ramach którego organizowane są dedykowane dla tej grupy szkolenia

43% ogółu firm – 64% dużych i średnich oraz 42% małych i mikro twierdzi, że realizuje działania związane m.in. z przeciwdziałaniem dyskryminacji w miejscu pracy oraz tworzeniem przyjaznego środowiska pracy dla wszystkich grup (bez względu na wiek, płeć, sprawność, orientację seksualną, tożsamość płciową, aspekty rasowe, religijne, przekonania itd.). Podejmowane działania to m.in.: przeciwdziałanie dyskryminacji i mobbingowi w miejscu pracy (33% firm), działania świadomościowe, np. szkolenia, komunikacja (17%) oraz włączanie partnerów biznesowych – dostawców, usługodawców, klientów – w politykę różnorodności firmy (10% firm).

Badanie „Zarządzanie różnorodnością”, PBS na zlecenie Forum Odpowiedzialnego Biznesu, 2016

oraz świadczenia profilaktyczne, takie jak porady dietetyka, czy usługi trenera personalnego.

EY, który znalazł się w 2017 r. na liście „The Times” najlepszych pracodawców dla kobiet, uruchomił parę lat temu Career and Family Transitions Coaching Program, który pomaga młodym rodzicom stawić czoła wyzwaniom, jakie nakłada na nich rodzicielstwo i pogodzić wczesny etap rodzicielstwa z pracą. Przez cały okres urlopu rodzicielskiego pracownicy korzystają ze wsparcia w postaci poradnictwa, także poprzez e-mail, treści audio oraz grupowe sesje online. Szczególny nacisk w programie kładziony jest na pomoc młodemu rodzicowi w powrocie do pracy.⁽¹²⁾

Marriott International jako jedna z pierwszych międzynarodowych firm wprowadziła politykę D&I, co zaowocowało tym, że w 2017 r. 55% menedżerów i dyrektorów w jego firmie stanowiły kobiety. Polityka sieci opierała się na wspieraniu pracowników w networkingu i rozwoju kariery w oparciu o programy mentoringowe oraz wspieranie równowagi pomiędzy pracą a życiem prywatnym.⁽¹³⁾

W firmie energetycznej EDF Polska powstała w 2014 r. sieć kobiet Interp’elles Polska, której celem jest zwiększenie odsetka kobiet na stanowiskach kierowniczych w spółce. W tym celu organizowane są szkolenia oraz coaching grupowy dla członkiń sieci.⁽¹⁴⁾

Międzynarodowa firma doradcza w zakresie IT i Zarządzania, Capco realizuje program #BeYourselfAtWork, który obejmuje także osoby LGBTQiA, między innymi oferując benefity partnerom tej samej płci oraz wspierając organizacje społeczne zajmujące się prawami osób nieheteronormatywnych.⁽¹⁵⁾

Grupa SAP tworząca oprogramowanie komputerowe do zarządzania uruchomiła w 2013 r. program „Autism at work”, zwracając uwagę na, biorąc się z uprzedzeń i niedostosowania organizacyjnego firm, marnowanie potencjału intelektualnego pracowników z różnym spektrum autyzmu. Aktualnie w oddziałach tej firmy na całym świecie pracuje ponad 100 osób z autyzmem, a jej celem jest zatrudnienie 650 takich osób do 2020 r. Do podobnego programu włączyły się

Microsoft i EY.⁽¹⁶⁾

W Polsce formą wspierania różnorodności w miejscu pracy jest podpisanie przez pracodawcę tzw. Karty Różnorodności, inicjatywy wspieranej i finansowanej przez Unię Europejską. Jest to dobrowolne zobowiązanie do tworzenia i promocji różnorodności w firmie, nadzorowane i wspierane merytorycznie przez polskie Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Od 2012 r. kartę podpisało ponad 269 polskich podmiotów, w 2019 r. dołączyły m.in. ING Bank Śląski, Leroy Merlin Polska, CD Projekt S.A. i grupa CCC.

Źródła

- (1) por. raport EY „Cała Polska tworzy idealne miejsce pracy”, Warszawa 2018
- (2) <https://www.fastcompany.com/3038429/3-uncommon-ways-to-drive-happiness-in-the-workplace>; „Global recruiting trends 2018”, LinkedIn
- (3) <https://www.hrdconnect.com/2016/08/24/mcdonalds-finds-customers-want-and-prefer-an-age-diverse-workforce/>
- (4) por. <https://hbr.org/2013/12/how-diversity-can-drive-innovation>,
- (5) <https://hbr.org/2017/03/teams-solve-problems-faster-when-theyre-more-cognitively-diverse> ; <https://www.forbes.com/sites/karastiles/2017/09/27/this-companys-tips-for-promoting-cognitive-diversity-in-the-workplace/#19dd3b7a2c62> ; <https://www.fastcompany.com/3066345/facebook-vp-of-engineering-cognitive-diversity-is-the-most-powerful-tool> ; <https://www.hrci.org/community/blogs-and-announcements/hr-leads-business-blog/hr-leads-business/2017/02/07/diversity-s-new-frontier-different-ways-of-thinking> ;
- (6) <https://www.raconteur.net/hr/neurodiversity-workplace-hr>
- (7) „Magnet for talent: Managing diversity as a reputational risk and business opportunity”, PwC 2017
- (8) <https://emplo.com/blog/advantages-of-diversity-in-the-workplace/#.Ws87fy5uZdh>
- (9) „World Population Ageing 2015”, United Nations • New York, 2015
- (10) <https://www.theguardian.com/society/2017/feb/21/south-korean-womens-life-expectancy-exceed-90-years-2020-study>
- (11) <https://www.nytimes.com/2014/05/15/business/retirementspecial/the-age-premium-retaining-older-workers.html>
- (12) <http://www.diversityjournal.com/14035-eys-career-family-transitionscoaching-program/>
- (13) „When she rises, we all rise. Getting to equal 2018: Creating a culture where everyone thrives”, Accenture 2018
- (14) <https://odpowiedzialnybiznes.pl/dobre-praktyki/siec-kobiet-grupy-edf-interpelles-polska/>
- (15) „Beyond Diversity: An LGBT Best Practice Guide for Employers”, by Great Place to Work and Pride at Work Canada, 2017
- (16) <https://news.sap.com/2017/04/autism-at-work-summit-2017-hiring-for-a-career-not-just-a-job/>



<https://www.timgoldstein.com/blog/autism-at-work-summit-a-groundbreaking-business-effort>

BIZNES OTWARTY NA RÓŻNORODNOŚĆ



<https://jejperfekcyjnosci.pl/2016/04/zarejestruj-sie-na-konferencje-biznes-otwarty-na-roznorodnosc/>

Benefits rodzinne 21. wieku

New Family Benefits

Benefits rodzinne, takie jak wyprawka dla nowo narodzonego lub adoptowanego dziecka pracowników, dodatkowe dni wolne z racji opieki nad dzieckiem, wsparcie w powrocie do pracy, a także oferta w postaci zakładowych żłobków, przedszkoli, czy półkolonii, to już powinien być standard w dobrych praktykach korporacji.⁽¹⁾

Rodziny się zmieniają

Zmienia się jednak zarówno model pracy, jak i technologie oraz ... sama rodzina! Rozwiązania z zakresu *work & family balance* mają już nie tylko pomóc matkom w utrzymaniu się na rynku pracy, ale i wspierać partnerstwo w związkach, aby kobiety mogły w pełni rozwijać się zawodowo. Znakiem czasów jest to, że fundowany przez firmy urlop rodzicielski coraz częściej „nie ma płci”⁽²⁾, rodzice traktowani są na równi, niezależnie od płci, orientacji seksualnej i statusu związku (tak elastyczne polityki mają m.in. PayPal, Amazon, Etsy, Twitter, czy Johnson&Johnson).

Giganci z Doliny Krzemowej – Apple, Facebook, Google – oferują nawet swoim pracowniczkom zamrożenie ich jajeczek, aby mogły skupić się na karierze i odłożyć na później decyzję o macierzyństwie⁽⁴⁾, a IBM, Johnson&Johnson, EY oferują podróżującym służbowo świeżym mamom transport ich mleka do miejsca pobytu dziecka.⁽⁵⁾

Przemiany współczesnej rodziny to makrotrend demograficzny i obyczajowy, który bez wątpienia będzie wywierał jeszcze głębszy wpływ na kształt benefitów

rodzinnych. Dotyczy on również Polski! Średnia wieku matek systematycznie rośnie i aktualnie wynosi prawie 30 lat (ponad 30 lat w miastach), w porównaniu z 26 l. w 1990 r.⁽⁶⁾ Z roku na rok wzrasta odsetek matek w wieku 30-34, 35-39 i 40+.⁽⁷⁾ Kobiety mają inne priorytety i nic dziwnego, w końcu coraz więcej inwestują w swoją karierę i stanowią już 63% nowych polskich absolwentów wyższych uczelni!⁽⁸⁾

Zmianie ulega nie tylko macierzyństwo, ale też związki – rośnie odsetek dzieci, które przyszły na świat poza małżeństwem (w 2018 r. – 26%), rośnie liczba osób żyjących w związkach niesformalizowanych (60% związków zaczyna się „kohabitacją”) oraz wzrósł współczynnik rozwodów (w 2018 r. – 33%).⁽⁹⁾ Jednak „rodzina” i „szczęście rodzinne” wciąż znajdują się na szczycie hierarchii wartości Polaków (jak pokazują m.in. cykliczne badania CBOS), a 30% Polaków i 26% Polek uważa, że „recepta na udane życie” to możliwość łączenia szczęścia rodzinnego z udanym życiem zawodowym.⁽¹⁰⁾ Przemianom demograficznym towarzyszą jednak zmiany społeczne, a co za tym idzie światopoglądowe. Dla rosnącej liczby dorosłych „rodzina” to już nie klasyczna rodzina nuklearna, a partner/partnerka, dziecko (dla samotnych rodziców i tych po rozwodzie), a często także przyjaciele i... domowe zwierzaki! W wielu krajach, także w Polsce, obserwujemy trend polegający na tym, że równoległe do wzrostu liczby gospodarstw domowych bez dzieci, wzrasta liczba gospodarstw, w których są zwierzęta.⁽¹¹⁾

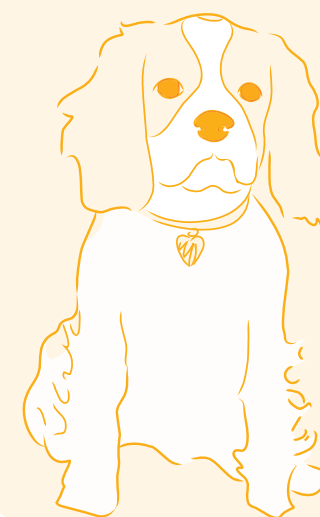
Rodzice ... zwierzaków (*pet parents*)

W Stanach Zjednoczonych i Wielkiej Brytanii, takie „miedzygatunkowe” rodziny to już silny trend – na co może wskazywać chociażby dynamicznie rosnąca wartość sektora produktów i usług dla zwierząt domowych (w latach 1998-2018 wzrósł on 3-krotnie, do 73 mld \$), jak i wyniki badań społecznych, które pokazują, jakie miejsce zwierzęta domowe zajmują w życiu rodzin i jak pośrednio napędzają różne decyzje konsumenckie. Badania banku Suntrust z 2017 r. pokazują np., że dla amerykańskich millenialsów (18-36 l.)



And every family makes home in its own way.

<https://www.youtube.com/watch?v=STuR40eiss4>



52% Polaków ma w swoim domu jakieś zwierzę.

„Zwierzęta w polskich domach”, Kantar Public, 2017

76% amerykańskich właścicieli psów woli być nazywanymi „rodzicami psów” (*dog parents*) lub rodzicami zwierzątek (*pet parents*) niż właścicielami zwierzątek. W Polsce ponad połowa właścicieli uważa je za członków rodziny.

„Rodzina, ach rodzina... Teczka trendów w rodzinie 2017/2018”, 4Prm; „Pies na szczęście” badanie Omnibusowe 4P, 21–30 czerwca 2018 r. (CAWI) na panelu internetowym CustomerHub.

TAKING TIME OFF TO BOND:
Pawternity
LEAVE



<https://www.dogsandbarks.com/2017/05/31/pawternity-leave/>

posiadanie (lub chęć posiadania) psa jest jednym z kluczowych czynników przy zakupie pierwszego domu (33%) i wyprzedza zarówno małżeństwo (25% wskazań) jak i narodziny dziecka (18%)!⁽¹²⁾ Badania firmy Mintel wykazały, że posiadanie zwierząt domowych wpływa na inwestowanie w domowe systemy bezpieczeństwa – np. kamery monitoringu⁽¹³⁾, a agencji Gale, że 44% millenialsów traktuje swoje zwierzęta jako wprawkę przed rodzicielstwem.⁽¹⁴⁾ Także starzejący się boomersi zapełniają swoje puste gniazda zwierzątkami.

Jakkolwiek by więc nie definiować więzi, jaka łączy nas z naszymi zwierzątkami, stają się one niewątpliwie ważnymi i wpływowymi członkami naszych domostw. W Polsce jest ponad 7 mln. psów i 6 mln. kotów, na których samo jedzenie wydajemy rocznie odpowiednio 1,2 mld. i 1,15 mld. zł.⁽¹⁵⁾ Pojawia się również coraz więcej usług dodatkowych dla psów i kotów, m.in. profesjonalne usługi opiekuńcze, przyjazne zwierzętom punkty gastronomiczne i noclegowe, ubezpieczenia od kosztów medycznych (takie świadczenia proponują w Polsce m.in. Compensa i Link4⁽¹⁶⁾).

W Stanach Zjednoczonych, w Wielkiej Brytanii (i nie tylko) rosnąca liczba firm zaczyna włączać do pakietu benefitów specjalne świadczenia dla właścicieli/ rodziców/ przyjaciół zwierząt domowych. W tym momencie około 5 tys. pracodawców, w tym Microsoft, Xerox, Yahoo i Hewlett-Packard refundują ubezpieczenia zdrowotne, wypadkowe i na życie dla zwierząt domowych.⁽¹⁷⁾ Inne firmy idą jeszcze dalej, udzielając dni wolnych na okoliczność przyjęcia nowego psiaka lub kotka do rodziny. Urlop „Pawternity Leave” („łaporzyński” 😊) oferuje m.in. firma zarządzająca klienckimi bazami danych mParticle. Jej szef ds. pozyskiwania talentów wyraźnie wyjaśnił dziennikarzom Wall Street Journal: „Oferujemy urlopy macierzyńskie i tacierzyńskie, a zwierzę jest kolejnym członkiem rodziny. Nie dyskryminujemy tylko dlatego, że nie są one ludźmi.”⁽¹⁸⁾ Podobnie browar BrewDog (ma psa w logo), wydawnictwo Harper Collins w Indiach, Mars Petcare i brytyjska firma BitSol.⁽¹⁹⁾

Comfort animals

Ponad 1/10 pracowników w USA, deklaruje również, że ich firma zezwala na pojawianie się z pupilami w pracy.⁽²⁰⁾ Słynie z tego m.in. Amazon, który aktywnie promuje obecność psów w miejscu pracy i ma ok. 6 tys. (!) stałych rezydentów oraz pozycję „Woof Managera”!⁽²¹⁾ Poza tym, z bardziej znanych firm, psy zapraszają Mashable i Google.⁽²²⁾

W Bydgoszczy, w marcu 2018 r. ruszyła akcja tamtejszego schroniska dla zwierząt pod hasłem „Pies w biurze. Wpuść psa do biura!”, zachęcająca właścicieli do przyprowadzania swoich pupili do pracy. „(...) Zabierając psa do biura: zwiększamy naszą aktywność fizyczną, redukujemy stres, poprawiamy równowagę między pracą a życiem prywatnym, podnosimy morale, poprawiamy nastrój, okazujemy zwierzętom szacunek, pozwalając im spędzać więcej czasu z właścicielami, nie wywołujemy w sobie poczucia winy związanego z pozostawieniem zwierzęcia samego w domu (...)” – wyjaśnia pomysłodawczyni projektu Izabella Szolginia.⁽²³⁾ Pracowników ze zwierzątkami bez problemów przyjmują w Polsce, zgodnie z profilem swojego biznesu, firmy Royal Canin i Nestle Purina, ale także Fujifilm i CDProject, Pracodawca, któremu zależy na „zrównoważonych” pracownikach, powinien monitorować zachodzące zmiany kulturowe, żeby wiedzieć, w jakich obszarach oczekuje się od firmy wsparcia. Nie zawsze tam, gdzie się tego spodziewa! 😊

Źródła

- (1) por. „Rodzic w Pracy. Najciekawsze praktyki z zakresu work & family balance realizowane w Polsce.”, Rodzic w mieście, 2018
- (2) <http://wyborcza.pl/wiecejswiata/7,163812,23093531,urlup-rodzicielski-nie-ma-plci.html>
- (3) <https://www.glamour.com/story/paypal-joins-other-big-compani>; <http://www.businessinsider.com/the-best-parental-leave-policies-in-america-2016-5?IR=T>; <https://www.jnj.com/innovation/employee-benefits-that-help-make-johnson-johnson-a-great-company>
- (4) <http://www.businessinsider.com/egg-freezing-at-facebook-apple-google-hot-new-perk-2017-9?IR=T>



<http://www.radiopik.pl/2,66787,pies-w-biurze-nowa-akcja-schroniska-dla-zwierzat&s=1&si=1&sp=1>

Młodzi pracownicy częściej chcieliby pracować w towarzystwie psiaków: 52% pracowników w wieku 18-24 lata jest do tego pomysłu nastawione jednoznacznie pozytywnie, a tylko 8% jest przeciwnie wprowadzaniu psów do biur. W całej populacji pracowników „entuzjastycznych” jest 38%, a sceptycznych – 36%.

<https://www.bankier.pl/wiadomosc/Mlodzi-chca-przychodzic-do-pracy-z-psami-7695312.html>

- (5) <https://www.benefitnews.com/news/shipping-breast-milk-emerges-as-an-employee-benefit>
- (6) „Rocznik demograficzny 2017”, GUS
- (7) <http://forsal.pl/galerie/1046892,duze-zdjecie,4,ludnosc-w-polsce-gus-2017-migracje-przyrost-naturalny.html>
- (8) <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/edukacja/edukacja/szkolnictwo-wyzsze-w-roku-akademickim-20182019-wyniki-wstepne,8,6.html>
- (9) „Rocznik demograficzny Polski 2019”, GUS
- (10) <https://marketingprzykawie.pl/espresso/wyniki-badania-wspolczesne-polki-polacy-nowe-role-nowe-wyzwania-badanie-instytutu-maison-partners/>
- (11) „Rodzina, ach rodzina... Teczka trendów w rodzinie 2017/2018”, 4Prm
- (12) <http://newsroom.suntrust.com/2017-07-26-SunTrust-Survey-Mortgages-Are-Going-to-the-Dogs>
- (13) <http://www.mintel.com/blog/technology-market-news/pets-spark-interest-in-home-security>
- (14) <http://www.adweek.com/brand-marketing/44-of-millennials-see-their-pets-as-starter-children-and-thats-a-big-opportunity-for-brands/>
- (15) <http://wyborcza.biz/pieniadzeekstra/7,134263,23251604,ile-kosztujadomowe-zwierzeta-i-ich-utrzymanie-uwaga-na-pseudohodowle.html>
- (16) <https://www.bankier.pl/wiadomosc/Ubezpieczenie-psa-i-kota-gdzie-kupisz-i-ile-kosztuje-7517392.html>
- (17) <https://www.nytimes.com/2017/06/07/well/family/pet-insurance-is-the-latest-work-perk.html>
- (18) <https://www.wsj.com/articles/more-employers-treat-pets-like-part-of-the-family-1514304263?mg=prod%2Faccounts-wsj>
- (19) <https://www.marthastewart.com/1514599/companies-now-offer-paid-pawternity-leave>
- (20) <https://www.wsj.com/articles/more-employers-treat-pets-like-part-of-the-family-1514304263?mg=prod%2Faccounts-wsj>
- (21) <https://blog.aboutamazon.com/working-at-amazon/how-much-does-amazon-love-dogs-just-ask-one-of-the-6-000-pups-that-work-here>
- (22) <https://blogs.scientificamerican.com/anthropology-in-practice/the-rising-trend-of-pets-at-work/>
- (23) <https://bezprawnik.pl/pies-w-biurze/>



Lepsi my!

TECZKA TRENDÓW DOBREGO ŻYCIA 4P, 2018

RAPORT SYNDYKATOWY



Nowe trendy i mody koncentrują się na poszukiwaniu spokoju, równowagi, wsparcia dla ciała i umysłu. Dostrzegalne zmęczenie perfekcjonizmem powoduje, że konsumenci na całym świecie poszukują bardziej empatycznych komunikatów na temat tego, co oznaczają „dobre ciało” czy „wiek dojrzały”. „Zdrowe życie” – pociągając zarówno młodszych, jak i starszych – manifestuje się w modzie, kulinariach, szeroko rozumianych stylach życia, zahaczając nawet o takie dziedziny jak dizajn, urządzenie wnętrz, czy nowe technologie.

W raporcie znajdziecie wiedzę o różnych trendach i ścieżkach, jakimi konsumenci podążają obecnie w poszukiwaniu dobrostanu. Opisujemy najbardziej inspirujące i nośne, aktualne tendencje w obszarze szeroko rozumianego *wellbeing*. Przedstawiamy 10 trendów (32 sub-trendy), ich diagnozę, potencjał i manifestacje zarówno w Polsce, jak i w krajach, w których są już bardziej zaawansowane.

Raport desk research uzupełniony został badaniem ilościowym przeprowadzanym w styczniu 2018 r. na populacji internautów 18-70 l., które pozwoliło skwantyfikować niektóre postawy i zachowania będące manifestacjami trendów w Polsce.

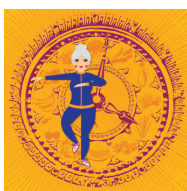
Lepsi umysł

Państwa, instytucje i biznes odkrywają ukryte koszty związane ze stresem i zaburzeniami równowagi psychicznej, które wydają się dotyczyć coraz większej liczby osób. Aby radzić sobie z nimi trzeba stworzyć warunki do tego, żeby otwarcie o tym mówić. Od marek konsumenci oczekują więcej empatii w tym temacie.



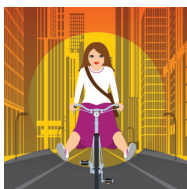
Starość zredefiniowana

Ludzie żyją coraz dłużej i dłużej pozostają aktywni i w dobrym zdrowiu. Radykalnie zmienia się podejście do „starości”, pojawiają się nowe oczekiwania co do tego, czym starsi ludzie powinni się zajmować, jak się ubierać, zachowywać, na co poświęcać swoje pieniądze. „Starość” jest obecnie kulturowo redefiniowana.



Sportomania

Komfort i sportowy luz mają nam towarzyszyć na co dzień, stając się manifestacją stylu życia, a nie zadaniem do wykonania. Jedna ze znanych marek odzieży sportowej oświadcza, że „uwalnia fitness od osiągnięć”. *Wellness* staje się symbolem społecznego statusu.



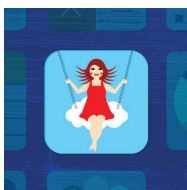
Dobra przestrzeń

Mamy coraz większe oczekiwania także wobec naszego codziennego otoczenia, także naszych miejsc pracy. Chcemy, aby oddziaływały one pozytywnie na wszystkie nasze zmysły. Na te potrzeby starają się odpowiadać miasta, architekci i designerzy, a coraz częściej także marki.



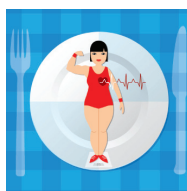
Technopozytywność

Nowoczesne technologie w coraz większym stopniu upowszechniają diagnostykę, przenosząc lekarski gabinet do domowego zacisza. Elektroniczne gadżety pilnują za nas naszej aktywności fizycznej, dobrego snu, dbają o nasz relaks i urodę. Czy jesteśmy gotowi oddać nasze samopoczucie w ręce algorytmu?



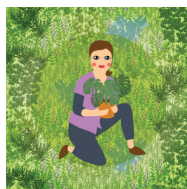
Ciałopozytywność

Marki sięgają dziś po różnorodne reprezentacje piękna. Konsumenci oczekują coraz częściej autentyczności i naturalności. Idzie za tym włączenie nowych grup i doświadczeń do narracji o pięknie i „wystarczająco dobrym” ciele. Ciałopozytywność to także myślenie o człowieku z życzliwością, bez względu na to jak wygląda i ile ma lat.



Diety na wszystko

Jedzenie staje się coraz popularniejszym środkiem dbania o zdrowie, samopoczucie psychiczne, a także – przepisem na dłuższe życie. Zdrowa, naturalna, „czysta żywność” stała się trendy, podbijając festiwale kulinarne, sieciowe kawiarnie, Instagrama i nie tylko.



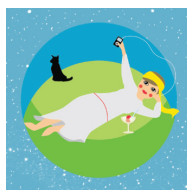
Nowa przytulność

Media społecznościowe eksplodują zielenią. Miejskie dzungle i ogrody na dachach są tworzone i dokumentowane zwłaszcza przez millenialsów. Czemu młodzi ludzie coraz częściej wolą pielęgnować roślinki, upiec ciastka lub wyjść na spacer z psem, niż imprezować?



Życie odgracane

Pogodziłiśmy się już z tym, że od nadmiaru bodźców i przedmiotów nie jesteśmy w stanie uciec. Coraz bardziej jednak potrzebujemy technik i porad jak kontrolować nadmiar, zarówno w naszych domach jak i głowach.



„Chrzanić to!”

Coraz liczniejsze i popularniejsze ideologie „dobrego życia”, normatywne przepisy na zrównoważone życie, wywołują naturalną potrzebę wyluzowania i zwrócenia się do bardziej intuicyjnych źródeł przyjemności i dobrostanu.

Lepsi my!

TECZKA TRENDÓW DOBREGO ŻYCIA 4P, 2018

RAPORT SYNDYKATOWY



w liczbach

LEPSZY UMYŚL

- Fitness dla umysłu
- Sen doceniony
- Cisza i inne dźwięki
- „Nowe” zdrowie psychiczne
- Cyfrowa higiena



70% osób z pokolenia Y często czuje się **zmęczonych**,

a **24%** często się **złości**, irytuje - dużo częściej niż inne pokolenia

STAROŚĆ ZREDEFINIOWANA

- Age blurring – zacieranie się granic wieku
- Moda nie liczy lat
- Geritech

51% Polaków w wieku powyżej 50 lat uważa, że obecnie **najważniejsze dla nich jest korzystanie z życia***



SPORTOMANIA

- Athlesisure, czyli na sportowo gdziekolwiek jesteś
- Fit i well na okrągło
- Fitness w hotelu i na festiwalu



59% kobiet uważa, że **sportowe ubrania typu dresy, podkoszulki, bluzy z kapturem itp. nadają się nie tylko do uprawiania sportu, ale mogą być z powodzeniem noszone na co dzień**

DOBRA PRZESTRZEŃ

- Przestrzeń na zdrowie
- Przestrzeń z odzysku
- Miejsca wielozadaniowe

w miejscu zamieszkania **najważniejsze jest aby było**

dużo zieleni 61%,
57% **czyste powietrze**
i cisza **41%**



TECHNO-POZYTYWNOŚĆ

- Technoćwiczenia
- Zdrowie monitorowane
- Troskliwa technologia



45% internautów korzysta lub korzystało z aplikacji związanej ze **zdrowiem**; głównie ćwiczenia/sport i dieta
Y (18-35 l.) - 60%,
X (36-50 l.) - 45%,
BB (51-70 l.) - 27% (Baby Boomers)

CIAŁO-POZYTYWNOŚĆ

- Wszyscy jesteśmy piękni
- Pełna naturalność
- Menstruacja – ostatnie tabu
- Odkrywanie waginy, czyli naprawdę ostatnie tabu



72% Polaków uważa, że w reklamach i czasopismach **nie powinno się komputerowo poprawiać wyglądu** pokazywanych osób

DIETY NA WSZYSTKO

- Czyste jedzenie
- Diety „bez”
- Jelita są ważne!
- Dieta na dobry nastrój
- Dieta na starość

tylko **25%** osób **nie ogranicza** żadnych produktów w swojej diecie; **najczęściej ograniczane są cukier, sól i tłuszcz**



NOWA PRZYTULNOŚĆ

- Nie tylko hygge
- Utuleni w zieleni
- Do serca przytul psa



69% **mężczyzn** hoduje w domu **rośliny**,
a **42%** uważa, że dzięki nim **ich otoczenie jest ładniejsze**

ŻYCIE ODGRACONE

- Rzeczozmęczenie
- Uważne odgracanie
- Odgracona etykieta

31% uważa, że ma w domu **za dużo rzeczy**,

a u **43%** bałagan wywołuje **stres (kobiety - 48%, mężczyźni - 36%)**



„CHRZANIĆ TO!”



33% kobiet uważa, że lepiej mieć **życie krótkie i przyjemne**, niż długie i pełne wyrzeczeń

Źródło: „Lepsi my! Teczka trendów dobrego życia 4P, 2018”, badanie CAWI na panelu Customer Hub, populacja 18-70 l., internauci, N=1002, styczeń 2018 r.

* „Polski konsument 50+”, 4P 2017

Raport, prezentacja, warsztat → zapraszamy do kontaktu z Anną Kotkowską: anna.kotkowska@grupa4p.pl, tel. + 48 500 166 893