

Krzysztof Puchalski



## **Działania zakładów pracy w Polsce w sferze promocji zdrowego odżywiania się i aktywności fizycznej personelu**

# Czy wiadomo, ile firm promuje aktywność fizyczną i zdrowe odżywianie się personelu?



Trudności w porównywaniu wyników:  
odmienne próby badawcze, konteksty  
problemowe, sformułowania pytań,  
kategorie odpowiedzi, sponsorzy, etc

## dofinansowanie sportu lub rekreacji w ofercie firm 10+

Drogowskaz Motywacyjny 2016, Sodexo Benefits and Rewards Services (N=900 firm i instytucji o zatrudnieniu 10+)

rok	2013	2014	2015
% firm 10+	17%	27%	31%

Niezależny sondaż: Plany Pracodawców, IB Randstad: karty sportowe w 2017 r. oferowało pracownikom 13% firm 10+ (N=1000)

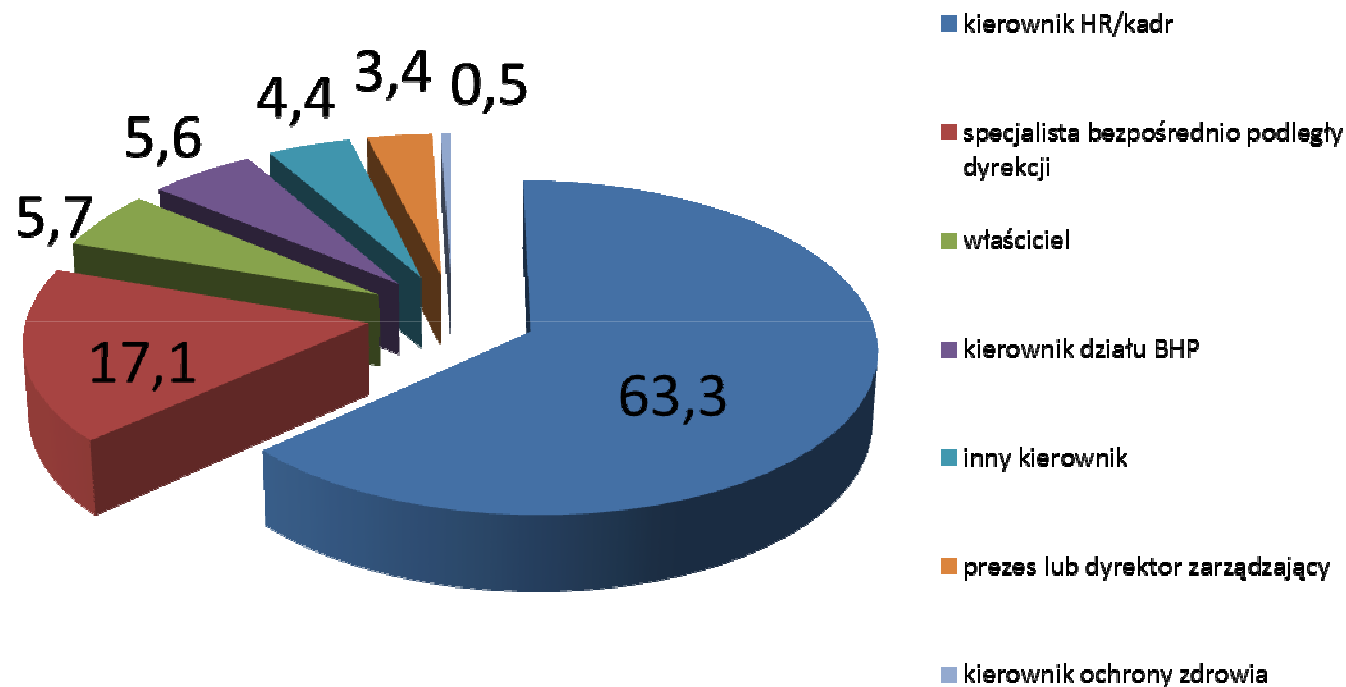
# Badania Krajowego Centrum Promocji Zdrowia w Miejscu Pracy

Termin	2000	2006	2010	2015	2017
Obiekt	firma lub instytucja zatrudniająca 50 i więcej osób, cały kraj				
	wszystkie branże	wszystkie branże (bez sekcji: edukacja, ochrona zdrowia i pomoc społeczna – według PKD 2004)		wszystkie branże, bez sekcji: administracja publiczna i obrona narodowa, zabezpieczenia społeczne; edukacja; opieka zdrowotna i pomoc społeczna (PKD 2007)	
N próby	755	611	1002	1000	
Dobór próby	losowy	Warstwowo-losowy, proporcjonalny firm (wielkość i lokalizacja)	Warstwowo-losowy, proporcjonalny do struktury firm pod względem branży, wielkości zatrudnienia i lokalizacji		
Metoda	ankieta poczt.	CAPI	CATI		CAPI
Respon-dent	Reprezentant kierownictwa firmy	Reprezentant kierownictwa firmy, najlepiej poinformowany w kwestiach bezpieczeństwa i zdrowia personelu		Reprezentant kierownictwa, najlepiej poinformowany w kwestiach zarządzania zdrowiem personelu	
Realizacja	Poczta Polska	PBS DGA, Sopot	BBS Obserwator, Kraków	BioStat, Rybnik	ASM, Kutno

Badanie Krajowego Centrum Promocji Zdrowia w Miejscu Pracy  
2015 r. Struktura respondentów (osoba najlepiej  
poinformowana w kwestiach zarządzania zdrowiem)



Respondenci 2015



# Badania Krajowego Centrum Promocji Zdrowia w Miejscu Pracy

## Dobrowolne działania prozdrowotne firm w latach 2000-2017



„Jak można określić aktualną sytuację w P. firmie, dotyczącą troski o zdrowie personelu?”	2000 N=755	2006 N=611	1010 N=1002	2015 N=1000	2017 N=1000
firma realizuje <b>tylko</b> te działania, które są wymagane w polskim prawie	46	58	61	83	65
oprócz wymagań prawnych firma realizuje działania <b>dotatkowe</b>	<b>54</b>	<b>40</b>	<b>39</b>	<b>16</b>	<b>25</b>
trudno powiedzieć	-	2	-	1	10

Badania Krajowego Centrum Promocji Zdrowia w Miejscu Pracy  
**Dobrowolne działania pracodawców  
wspierające aktywność fizyczną personelu**



<b>Działanie (tak/nie) 2017 r.</b>	<b>% tak N=1000</b>
Dofinansowanie pracownikom abonamentów do obiektów sportowych (karty typu FitProfit, MultiSport, itp.)	55
Zapewnienie stojaków na rowery, pryszniców itp. dla pokonujących drogę do pracy biegiem, rowerem, na rolkach	52
Organizowanie dla pracowników po pracy zawodów sportowych, treningów, wspieranie grup/sekcji rekreacyjnych (np. nordic walking, aerobic)	31
Udostępnienie w firmie miejsc i przyrządów do aktywności fizycznej (np. siłowni, piłek do siedzenia, drążków, ściskaczy), organizowanie ćwiczeń w czasie pracy	18

Badania Krajowego Centrum Promocji Zdrowia w Miejscu Pracy  
**Dobrowolne działania pracodawców  
wspierające zdrowe odżywianie personelu**



<b>Działanie (tak/nie) 2017 r.</b>	<b>% tak N=1000</b>
Zapewnienie by w firmowych bufetach, stołówkach, w automatach, usługach cateringowych itp. stale były oferowane zdrowe produkty	29
Bezpłatne oferowanie pracownikom owoców, warzyw i innych zdrowych produktów	21
Dofinansowanie pracownikom abonamentów/kart na posiłki do wybranych barów/restauracji	20
(inne, jakie?) Dostarczanie pracownikom wody pitnej	1

# Badania Krajowego Centrum Promocji Zdrowia w Miejscu Pracy Dynamika w latach 2000-2017



Działania	2000 N=755	2006 N=611	2010 N=1002	2015 N=1000	2017 N=1000
Promocja aktywności fizycznej	42	41	42	15	>55
Promocja zdrowego odżywiania	b.d.	7	10	4	>29



# Próba wyjaśnienia: zmiany dynamiki rynku kart sportowych



- W 2017 r. oferowało je 24% firm 50+
- 5% ogółu firm 50-249 i 13% firm 250+ wprowadziło je dopiero w 2016 r.
- Co trzecia firma (32%) oferująca karty sportowe wprowadziła je dopiero w roku poprzedzającym badanie
- **Najwięcej wśród firm z kapitałem zagranicznym, w największych miastach, w woj. mazowieckim**
- 5% ogółu firm, które dotychczas nie oferowały pracownikom kart sportowych planuje uczynić to w najbliższym roku (**tylko 2% w grupie do 49 osób, 7% wśród liczących 50-249 pracowników i aż 21% wśród największych**)

Plany Pracodawców 2017, Instytut Badawczy Randstad, reprezentacja firm (N=1000, w tym 400 firm 50+)

# Badania Krajowego Centrum Promocji Zdrowia w Miejscu Pracy

## Wybrane powody realizacji promocji zdrowia w 2017 r.



Powód	%
Chęć budowy dobrego wizerunku firmy	79
Chęć budowy dobrych relacji i morale pracowników	72
Chęć uzyskania wzrostu efektywności pracy	69
Chęć ograniczenia kosztów związanych z absencją i wypadkami	65
Chęć wzmocnienia witalności, sprawności i energii pracowników	56
Chęć przeciwdziałania problemom ze zdrowiem, jakie zauważono u części pracowników	43

Wiele powodów jednocześnie  
Głównie względy wizerunkowe i społeczne, rzadziej ekonomiczne,  
najrzadziej zdrowotne

# Główne kierunki przemian – na zewnątrz firm



- Kryzys ekonomiczny i konsolidacje struktur sprzyjały cięciom w zdrowiu, a po nim nastąpiło ożywienie rynku (rynek pracownika)
- Rozwój oferty usług prozdrowotnych dla firm, unifikacja (i powierzchowność) usług
- Medialno-marketingowa kreacja rzeczywistości („raporty badawcze”, konkursy)
- Kreacja społecznych nierówności w dostępie do zasobów zdrowia

# Główne kierunki przemian – wewnątrz firm



- Zarządzanie zdrowiem wchodzi w obszar kompetencji działów HR i CSR, employer branding
- Rozwija się bhp (OSH), nieobecna staje się smp
- Rozproszenie odpowiedzialności za zdrowie (brak integracji działań), *outsourcing*
- Działania prozdrowotne w firmach zostają wpisane w pozazdrowotne konteksty (i tracą walory zdrowotne)

# Zachęcamy do lektury!

