

DWIE GODZINY DLA RODZINY

22 kwietnia 2018 | Kampanie

Już po raz siódmy, 15 maja br. w Międzynarodowy Dzień Rodziny, odbędzie się finał polskiej kampanii społecznej „Dwie Godziny dla Rodziny”. Akcja Fundacji Humanites angażuje pracodawców i pracowników wokół tematu relacji rodzinnych i równowagi w życiu. Tegoroczna edycja odbędzie się pod hasłem „Gry i zabawy pokoleniowe”. Kampania, która na stałe wpisała się w kalendarz wydarzeń społecznych, przyciąga setki firm, w ubiegłym roku po raz pierwszy również tych z zagranicy, z Czech czy Niemiec. Zainteresowanie akcją zagranicznych przedsiębiorców potwierdza globalną potrzebę zmiany traktowania pracowników na rynku pracy.

– *Dotychczasowy model przywództwa opartego na sile nie sprawdza się w gospodarce cyfrowej. Aktualnie największą motywacją dla ludzi na rynku pracy jest możliwość samorealizacji oraz poczucie sensu wykonywanych zadań. Troska pracodawców o sferę rodzinną i równowagę życiową pracowników ma bezpośredni wpływ na realizację celów ekonomicznych firmy. Stwarzając im warunki do rozwoju nie tylko zawodowego, ale także w sferze prywatnej, pracodawca zyskuje zaangażowanie zespołu ludzi, dla których praca jest wartością, nie przymusem. Akcja „Dwie Godziny dla Rodziny” jest symbolicznym wyrazem takiego podejścia do biznesu na co dzień* – mówi Zofia Dzik, Prezes Zarządu Fundacji Humanites.

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE FIRM

W ostatnich latach firmy dostrzegły, jak istotny wpływ mają na otaczającą je rzeczywistość. W porozumieniu z organizacjami pozarządowymi, świat biznesu zaczął podejmować działania, których celem jest przede wszystkim podnoszenie jakości życia społeczeństwa, a nie tylko osiąganie wymiernych biznesowych korzyści. W 2006 r. Nigel Roome przeprowadził badanie wśród 8 europejskich liderów CSR (odpowiedzialność społeczna biznesu). Przebadani menedżerowie jednomyślnie stwierdzili, że dzięki zaangażowaniu i poprawie relacji z interesariuszami zewnętrznymi w ich firmach wykreowane zostały nowe modele biznesowe oparte o pomysły z zewnątrz firmy¹.

– *Dla Tofffee rodzina jest bezcenna, ponieważ nasze produkty tworzymy po to, by uprzyjemniać rodzinne chwile. Głęboko wierzymy też, że to od najbliższych zależy jakość życia, poziom energii i chęci do działania. Wiemy doskonale, że pracownicy zadowoleni z życia rodzinnego są bardziej zaangażowani w pracę i lepiej wykonują swoje obowiązki służbowe. Jednak do budowania szczęśliwych domowych relacji potrzebny jest czas. Dlatego z entuzjazmem przyłączamy się do akcji, która idealnie wpisuje się w wartości marki Tofffee i w nasze postrzeganie świata. Mamy nadzieję, że akcja „Dwie Godziny dla Rodziny” przyczyni się do podniesienia jakości życia naszych pracowników i ich rodzin* – mówi Aneta Paziewska, Senior Brand Manager Storck Sp. z o.o.

– *„Dwie Godziny dla Rodziny”, to czas na chwilę zastanowienia, migawka uśmiechu z bliskimi, zabawy i odpowiedzi, które nas nierzadko zaskoczą. W Microsoft wierzymy w to, że kultura pracy ma wpływ na realizację strategii firmy. Dlatego też tworzymy środowisko pracy, w którym jest miejsce na uczenie się, próbowanie nowych sposobów działania, wyciąganie wniosków z porażek oraz wspólne świętowanie sukcesów. Chcemy, by nasi pracownicy działali jak jeden zespół na rzecz sukcesu naszych klientów. Życie zawodowe i prywatne coraz bardziej przenikają się, a równowaga między nimi ma istotne znaczenie dla wyników indywidualnych oraz całej organizacji. Dlatego też z przyjemnością angażujemy się w akcję „Dwie Godziny dla Rodziny”, żeby symbolicznie dać wyraz temu, że warto tworzyć kulturę pracy, która wspiera pracowników nie tylko w realizacji ich zadań biznesowych, ale też celów życiowych* – mówi Daria Gostkowska, Dyrektor HR Microsoft.

DOBRY PRZYKŁAD Z POLSKI IDZIE W ŚWIAT

Polska kampania społeczna „Dwie Godziny dla Rodziny” w ciągu ostatnich 7 lat przyciągnęła już ponad 600 organizacji zarówno korporacji, jak i małych średnich przedsiębiorstw. Do kampanii przyłączają się firmy, szkoły, samorządy i organizacje pozarządowe. W tym roku swoje uczestnictwo w akcji potwierdzili już m.in.: Microsoft, Storck, Tauron, Bank BPH, Bosch, Mostostal, ENEL-MED.

W 2017 r. wśród uczestników wydarzenia znalazły się takie firmy jak: Alior Bank, Grupa Allianz, Grupa ATM, Grupa ATOS, Grupa AXA, Grupa Bosch, Grupa EFL, Grupa Erbud, Electrolux, GFK Polonia, Grupa PKN ORLEN, Oracle, PKO BP Bankowy PTE, PwC, Questa, Siemens, Grupa Tauron, Tchibo, EY i wiele innych.

Zeszlatoroczna kampania po raz pierwszy przekroczyła granice i trafiła do pracodawców w Niemczech i Czechach. Zainteresowanie akcją zagranicznych przedsiębiorców potwierdza globalną potrzebę zmiany postrzegania pracowników na

WYRÓŻNIENI W XXXVI. EDYCJI RAPORTU



Grupa Lux Med za profesjonalne wsparcie medyczne kadry olimpijskiej oraz działania edukacyjne z zakresu udzielania pierwszej pomocy.

Polska Press Grupa została wyróżniona za cykl edukacyjny #juniorlab, promujący rozwój pasji dzieci i młodzieży, czytelnictwo, prasę i twórcze wykorzystanie nowoczesnych technologii.

POLECAMY: DOLINA DRWĘCY I OKOLICE BRODNICY



rynku pracy. Pracodawcy uświadamiają sobie, że zatrudniają ludzi, a nie pracowników. Prowadzone na świecie badania wskazują, że w zrównoważonym środowisku pracy, gdzie ludzie mają czas dla siebie, swojej rodziny i pasji następuje wzrost produktywności. Wiele firm tworzy strategiczne programy well-being, które skupiają się na rozwoju osobistym szczególnie ważnym dla pokolenia Y.

POSTAW NA JAKOŚĆ RELACJI Z NAJBLIŻSZYMI

Większość z nas najchętniej swój wolny czas spędza z rodziną i przyjaciółmi. Warto jednak zastanowić się nad jakością czasu spędzonego z najbliższymi. Badania przeprowadzone przez Katedrę Pedagogiki Wyższej Szkoły Biznesu w Dąbrowie Górniczej i Mazowieckie Centrum Profilaktyki Uzależnień na uczniach ze Śląska i Mazowsza pokazują, że coraz mniej rodziców ma czas dla swoich dzieci. Wyniki są alarmujące. Niemal 70% dzieci w wieku szkolnym nie jest przytulana przez rodziców. Połowa nie je z nimi niedzielnych obiadów, a prawie co trzecie dziecko nie spędza z rodzicami wieczorów, bo ci zbyt późno wracają z pracy. Pełne napięcia życie w biegu, chęć pogodzenia wszystkiego nie sprzyja budowaniu relacji nawet jeśli wolny czas się pojawi. Częściej bowiem siedzimy przed ekranem w wirtualnym świecie niż wspólnie spędzamy wartościowy czas.

Fundacja Humanites promuje wspólne spędzanie czasu, w taki sposób aby stwarzać okazje do odkrywania siebie na nowo. W tym roku stworzyliśmy i wydaliśmy Pokoleniową Grę Rodzinną ASK ME, którą proponujemy firmom. Organizacje mogą zamówić grę dla swoich pracowników. Gra jest pomyślana w taki sposób, aby angażowała wszystkich członków rodziny zarówno tych najmniejszych jak i najstarszych. Celem nadrzędnym akcji jest inspirowanie do międzypokoleniowych rozmów, odkrywania i pogłębiania wartości rodzinnych i refleksji nad budowanymi na co dzień relacjami z najbliższymi. Dlatego, co roku Fundacja podpowiada w jaki sposób można spędzić „Dwie Godziny dla Rodziny”. Tegoroczna edycja odbędzie się pod hasłem „Gry i zabawy pokoleniowe”.

– Gry planszowe to coraz bardziej popularna forma spędzania wolnego czasu zarówno w gronie znajomych jak i z rodziną. Zamiast tradycyjnego zasiadania przed telewizorem, czy komputerem warto oderwać się od ekranu i spróbować czegoś nowego. Zwłaszcza, jeśli niesie to ze sobą walory edukacyjne, ćwiczy logiczne myślenie, zdolności kojarzenia, czy interpersonalne. W przeciwieństwie do gier komputerowych, spotykając się przy jednym stole mamy bezpośredni, rzeczywisty kontakt z innymi ludźmi – mówi Amanda Szeligowska, koordynator akcji „Dwie Godziny dla Rodziny”.

 Tweetnij

 Lubię to! 0



 Submit

 Share

 Zapisz

PREV

[Dzień Ziemi. Porozmawiajmy o ekologii.](#)

COMMENTS ARE **DISABLED** FOR THIS POST

KATEGORIE

- Eko
- Kampanie
- Raporty
- Wolontariat
- Edukacja
- Miejsce Pracy
- Obok CSR

REDAKCJA





LOG IN TO YOUR ACCOUNT

Not a member yet? [Sign Up](#). [Lost your password?](#)