



## ZDROWIE MENEDŻERA

# Work Life Balance – czy to w ogóle możliwe

**Określenie *Work Life Balance* nie jest niczym nowym – w większości międzynarodowych organizacji jest to trend doskonale znany od wielu lat, choć bardzo często bywa sprowadzany do niepowiązanych ze strategią biznesową inicjatyw, które mają umilić życie zawodowe naszym pracownikom.**



Anna Trochim

Head of HR Poland,  
Cushman & Wakefield

W mojej opinii powyższe określenie samo w sobie zawiera nadmierne uproszczenie rzeczywistości i wskazuje na to, jakoby praca nie była częścią naszego życia, a wręcz z nim konkurowała. Zanim więc pochylimy się nad tym, czy posiadanie tzw. *Work Life Balance* jest w ogóle możliwe, warto zastanowić się, o czym tak naprawdę mówimy i co wpływa na to, że posiadamy owo poczucie balansu lub wręcz przeciwnie – odczuwamy jego brak.

### Indywidualna sprawa

Przede wszystkim równowaga w życiu jest kwestią bardzo indywidualną i subiektywnie ocenianą. Czy bez wahania można powiedzieć, że ktoś, kto spędza w pracy dokładnie 8 godzin dziennie, będzie miał lepszy *Work Life Balance* niż ta osoba, która na pracę przeznaczona 12 godzin? To zależy i co więcej – powinniśmy wziąć pod uwagę wiele innych czynników niż tylko liczbę przepracowanych godzin. Wymieniłabym wśród nich: **Bezpieczeństwo finansowe**, które dotyczy kwestii kosztów życia tu i teraz vs. miesięcznych przychodów, zabezpieczenia finansowego na przyszłość, możliwości realizowania swoich pasji, jak i poczucia, że wynagrodzenie, które otrzymujemy za naszą pracę, jest adekwatne do naszych kompetencji i naszego zaangażowania. Czy sami mamy poczucie owego bezpieczeństwa?

Jakość relacji, zarówno w obszarze zawodowym, jak i prywatnym. Otoczenie, w którym funkcjonujemy oraz wsparcie, jakie otrzymujemy niezależnie od sytuacji każdego dnia, mają ogromny wpływ na nasze codzienne funkcjonowanie. Czy znajdujemy przestrzeń w naszych kalendarzach na budowanie autentycznych i wartościowych relacji?

**Poczucie sensu**, które w obszarze zawodowym dotyczy głównie wykonywanej przez nas pracy, ale bardzo często jest też związane z potrzebą zdefiniowania sensu w życiu, co widoczne jest coraz mocniej od czasów pandemii COVID-19. Czy sami realizujemy swoje role życiowe z poczuciem sensu? Jakie postawy kaskadujemy na innych?

**Zdrowie**, zarówno to fizyczne i mentalne, które bardzo często zaniedbujemy, stawiając na pierwszym miejscu inne obowiązki. Często sprowadza się to do działań, o których wszyscy wiemy, takich jak zdrowe odżywianie czy regularna aktywność fizyczna, ale dotyczy także kwestii profilaktyki zdrowia i reagowania w sytuacji wyzwań zdrowotnych. Czy znajdujemy na to czas w naszych codziennych agendach? Czy za-

chęamy do tego naszych pracowników i najbliższych?

**Poczucie sprawczości**, czyli przywilej decydowania o tym, w jaki sposób, z kim i kiedy budujemy swoje życie, zarówno w sferze prywatnej, jak i zawodowej. Czy każdego z nas stać na taki przywilej?

### Sprzyjające środowisko zawodowe

Powyższa lista mogłaby być pewnie dużo dłuższa, zakłada bowiem czynnik wspomnianego wcześniej subiektywizmu i odczuwanego indywidualnie szczęścia. Jednocześnie uwypukla odpowiedzialność nas samych za poczucie balansu w życiu, które jednak nie byłoby możliwe bez sprzyjającego środowiska zawodowego. I tutaj powstają trzy kluczowe z mojej perspektywy pytania:

Jaka jest odpowiedzialność organizacji, niezależnie od ich skali i branży, za budowanie takich miejsc pracy, które będą wspierały *Work Life Balance* naszych pracowników, a z drugiej strony, które będą sprzyjały realizacji założonych celów biznesowych?

Kto ową odpowiedzialność ponosi i kto jest wyznacznikiem standardów, które wspierają długofalowy

i zrównoważony rozwój organizacji, jak i jej pracowników?

Jaka jest realna gotowość liderów do tego, aby dokonać rzetelnej oceny kultury naszych organizacji i w razie potrzeby do podjęcia niezbędnych działań na rzecz budowania środowiska pracy, wspierającego i promującego *Work Life Balance*?

Budowanie *Work Life Balance* (przy czym sugerowałabym pozostawienie określenia *Life Balance* lub po prostu *Balance*), wymaga z jednej strony autorefleksji i zaangażowania ze strony każdego z nas na poziomie indywidualnym, jak i konsekwencji oraz odpowiedzialności ze strony zarządów naszych firm. Bazuje to bowiem na budowaniu codziennych doświadczeń, które wpływają na subiektywne odczuwanie spełnienia i satysfakcji. Co więcej, od jednej i drugiej strony wymaga wysiłku, dojrzałości i czasu. W społeczeństwie, w którym poziom „zarobienia” jest wyznacznikiem sukcesu, a chwalenie się dobrym życiem jest oceniane jako „butność”, budowane *Life Balance* może być bardzo długim procesem. Pytanie więc, na co tak naprawdę jesteśmy gotowi w wymiarze indywidualnym, jak i organizacyjnym?

# ZDROWY MENEDŻER TO ZDROWY ZESPÓŁ – O PRZYKŁADZIE PŁYNĄCYM Z GÓRY

**Wspaniali menedżerowie budują wspaniałe zespoły. Kiedy menedżer jest przykładem wysokich standardów, wszyscy inni pracownicy podążają za nim, co z kolei sprawia, że są bardziej produktywni i szczęśliwi. Osoby niepełnosprawne mają większe szanse na znalezienie stanowisk, które odpowiadają ich potrzebom, jeśli mają wspaniałego przyjaciela i orędownika, jakim jest dobry menedżer.**

Joanna **Olszewska**  
CEO, BPO Network

Jeśli chodzi o biznes, rola menedżera jest kluczowa i często niedoceniana. Dobry menedżer może przekształcić firmę z przeciętnej w ponadprzeciętną, utrzymując pracowników przy zadaniach, podnosząc morale i produktywność, wprowadzając nowe praktyki i jak najlepiej wykorzystując ograniczony budżet. Ale co trzeba zrobić, aby być doskonałym menedżerem? Jak zarządza się osobami z niepełnosprawnościami? Jak można rozwijać swoje umiejętności zarządzania, aby rozwijać firmę?

**Bądź doskonałym menedżerem**  
Obserwacja, komunikacja i informacja zwrotna to najważniejsze na-

rzędzia w komunikacji menedżerskiej. Posiadanie jasnej struktury pomaga ustrukturyzować obserwacje, rozmowy i wyznaczyć cele. Znaczenie posiadania celów jest bardzo ważne zwłaszcza wtedy, gdy chcemy poprawić efektywność lub wprowadzić usprawnienia w firmie.

**Jak być menedżerem, kiedy w zespole są osoby z niepełnosprawnościami?**  
Zarządzanie pracownikami niepełnosprawnymi może wymagać wyjątkowych strategii, umiejętności i metod. Im szybciej uda się wprowadzić osoby niepełnosprawne na rynek pracy, tym szybciej będzie można skorzystać z ich umiejętności. Możliwości ich potencjału wynikają ze stopnia ich wiedzy i umiejętności. Dzięki swojemu

cennemu wkładowi okażą się najbardziej wykwalifikowanymi pracownikami do zatrudnienia na danym stanowisku. Dlatego pracodawcy muszą skupić się na umiejętnościach, a nie niepełnosprawności osób niepełnosprawnych.

**Różnorodność czyni nas lepszymi?**  
Kilka wskazówek, jak włączyć pracowników niepełnosprawnych do swojej firmy, spełniając jednocześnie ich potrzeby, jak i potrzeby firmy

– Podchodź do pracowników z niepełnosprawnościami z takim samym szacunkiem jak do innych pracowników, wdrażając jednocześnie dostosowania i interwencje adekwatne do ich potrzeb.

– Dzięki odpowiedniemu szkoleniu i przygotowaniu można odnieść sukces w zatrudnianiu i zarządzaniu pracownikami z niepełnosprawnością.

Od podszewki znam Kodeks pracy i ustawę o rehabilitacji zawodowej i społecznej oraz zatrudnianiu osób niepełnosprawnych. Dzięki temu od pięciu lat skutecznie zarządzam zespołem w BPO Network, który składa się wyłącznie z osób z niepełnosprawnościami. Jednym z celów, jaki sobie stawiamy, jest

walka z wszelkimi wykluczeniami osób z niepełnosprawnościami i realizujemy go z zastosowaniem najwyższych standardów etycznych. Wierzymy, że rozwiązania, które posiadamy, pomagają w pokonywaniu barier i ograniczeń, łącząc ze sobą pracowników z niepełnosprawnością i pracodawców z całej Polski – o różnych potrzebach, oczekiwaniach oraz możliwościach. Aby zatrudniona osoba była produktywna, powinna mieć wiedzę na temat narzędzi, którymi dysponuje. Dzięki temu będzie mogła dobrze realizować swoje zadania związane z pracą. Odpowiednie szkolenie techniczne jest kluczowe dla pracowników, aby mogli solidnie wykonywać swoją pracę, a tym samym pomogli firmie zwiększyć przychody i uzyskać przewagę konkurencyjną na rynku.

Aby włączyć osoby niepełnosprawne do pracy, należy skupić się na ich potrzebach i umiejętnościach, myśląc jednocześnie o korzyściach, jakie mogą zapewnić firmie. Niezależnie od tego, czy zatrudniasz niepełnosprawnych, czy pełnosprawnych kandydatów, ważne jest, aby być uczciwym i przestrzegać przepisów prawa, aby zapobiec dyskryminacji. Osoby niepełno-

sprawne mają kwalifikacje do pracy w takim samym zakresie jak ich sprawni koledzy.

**Dobry menedżer się rozwija**  
Większość firm będzie wymagać od menedżerów ukończenia projektów na czas. Wiąże się to z całą pewnością z dużo większym stresem i odpowiedzialnością, która ciąży na osobie kierującej zespołem przez cały okres jej pracy. Nie ulega wątpliwości, że ten, kto jest zatrudniony na stanowisku kierowniczym, musi podnosić swoje kwalifikacje zawodowe. Może to robić samodzielnie poprzez czytanie różnorodnej i powiązanej literatury, ale również poprzez uczestnictwo w różnych szkoleniach i kursach. To bardzo dobre rozwiązanie, ale pamiętać należy przede wszystkim, by szkoleniowiec był odpowiednio wyedukowany oraz miał długoletnią i bogatą praktykę. Wyposażony w wiedzę, doświadczenie i regularne wsparcie w postaci szkoleń menedżer jest w stanie zarządzać zespołem bardziej świadomie, a co za tym idzie, nie ulegać wypaleniu zawodowemu, czy nie poddawać się zwątpieniu. Bo poza praktyką menedżerowi potrzebna jest też silna psychika.

## Trendy w polityce prozdrowotnej

**Dynamiczne przemiany gospodarcze i niepewność społeczno-polityczna sprawiają, że firmy i zarządzający mierzą się dziś z zupełnie nowymi zjawiskami. Zmienił się rynek, organizacja pracy i podejście pracowników do warunków zatrudnienia, a także ich oczekiwania wobec pracodawców. Jak wynika z badania enel-med przeprowadzonego we współpracy z IR Center, pracownicy stawiają zdrowie własne i bliskich na pierwszym miejscu. Od pracodawców oczekują kompleksowej oferty, która uwzględni zarówno kwestię opieki medycznej, jak i rozwiązania promujące dobrostan psychiczny i mądrą profilaktykę.**

Badanie przeprowadzone na zlecenie enel-med we współpracy z IR Center na reprezentatywnej próbie ponad 900 pracowników z różnych branż (m.in. budownictwo, IT, produkcja i white collars)<sup>1</sup> dowodzi, że 90 proc. osób czuje, że żyje w bardzo niepewnych czasach. Analiza pokazuje, że pandemia, bessa gospodarcza, a także wciąż toczący się w Ukrainie konflikt militarny przewartościowały podejście do zdrowia i dobrostanu własnego oraz członków rodzin. Praca zdalna, czasowe ograniczenie dostępu do lekarzy

i diagnostyki, brak ruchu oraz ukryte nadgodziny spowodowane brakiem jasnego rozdzielenia czasu na dom i pracę uruchomiły z kolei lawinę złych nawyków i zaniedbań, których konsekwencje boleśnie dziś dotyczą Polaków, pogarszając codzienną jakość ich życia.

**Odpowiednio zaprojektowana polityka prozdrowotna istotną składową Employer Brandingu**

Analiza IR Center pokazuje, że odpowiednio zaprojektowa-

wana polityka prozdrowotna w firmie może być istotną składową Employer Brandingu. Polscy pracownicy oczekują w tej sferze aktywności pracodawców. Aż 73 proc. podkreśla, że abonament medyczny w miejscu pracy jest dla nich ważny. Co czwarta osoba uważa go natomiast za obowiązek pracodawcy. Pomimo tego, benefit ten wciąż nie jest standardem – posiada go niewiele ponad 40 proc. zatrudnionych. Są to głównie osoby pracujące w dużych firmach powyżej 250 pracowników. Tymczasem w małych przedsiębiorstwach opiekę medyczną zapewnioną ma mniej niż jedna trzecia respondentów.

Jak pokazują badania, wdrożenie nowoczesnych rozwiązań prozdrowotnych decyduje dziś o przewadze konkurencyjnej na rynku pracy. Firmy, które oferują pracownikom rozwiązania medyczne, są postrzegane jako organizacje lepiej dbające o zatrudnionych (77 proc.) oraz chętniej polecane jako pracodawcy (69 proc.). Na wizerunek firmy wpływa również fakt, że wdrożenie poprzedzone jest rzetelną analizą, a oferta zo-

staje w miarę możliwości dopasowana do indywidualnych potrzeb. Aż 94 proc. badanych podkreśla, że benefity powinny być personalizowane.

Z drugiej strony pracownicy coraz częściej są skłonni partycypować w kosztach pakietów medycznych. Aż 60 proc. badanych byłoby gotowa dopłacić do pakietu zdrowotnego dopasowanego do potrzeb swoich i swojej rodziny. Taką gotowość wykazuje 53 proc. pracowników umysłowych, a 59 proc. jeśli miałyby pewność, że w pakiecie znajdą się usługi stomatologiczne. Badani najczęściej deklarowali, że byłiby w stanie dopłacić za rozszerzoną ofertę stomatologii zachowawczej i estetycznej.

### Silne trendy

Wellbeing i work-life balance to dwa silne trendy, które znacząco wpływają na oczekiwania zatrudnionych. Pracownicy umysłowi zrozumieli, że do efektywnej pracy niezbędny jest optymalny stan psychofizyczny, dlatego w kolejnych latach będzie rosło zapotrzebowanie także na profilaktykę psycho-

logiczną. Istotny okaże się nie tylko dostęp do specjalistycznych form leczenia, ale także precyzyjnej diagnostyki. Pracownicy coraz bardziej oczekują szerokiej oferty zdrowotnej oraz wycucia i dbałości o ich prywatność w procesie dobierania usług.

Wszelkiego rodzaju benefity prozdrowotne są obecnie niezbędne w budowaniu kultury organizacyjnej, która zapewni pracownikom wsparcie i optymalne warunki rozwoju osobistego, a zarazem przeloży się na wzrost efektywności pracy.

*Więcej o badaniu na pakietymedyczne.enel.pl*

*1. Rola pracodawcy w czasach nieustannych zmian: Jak personalizować ofertę dla pracowników i wyjść naprzeciw ich potrzebom?. Raport 2022.*

enel-med

# POSTAWILIŚMY NA PROFILAKTYKĘ OKULISTYCZNĄ I ONKOLOGICZNĄ

**Dalej nadrabiamy zaległości zdrowotne, ale stawiamy też na profilaktykę. Liczba zrealizowanych w 2022 r. świadczeń ambulatoryjnych wzrosła o 40 proc. w porównaniu z 2021 r.**

Największym zainteresowaniem w tym roku cieszył się dostęp do dodatkowej profilaktyki okulistycznej (+465 proc.) i onkologicznej (+87 proc.). Coraz więcej pracodawców decyduje się też na zapewnienie pracownikom dodatkowego wsparcia medycznego w walce z powikłaniami po COVID-19. Dostęp do pomocy medycznej ułatwiają teleporady, które nadal stanowią 30 proc. konsultacji lekarskich.

Jak duże mamy zaległości zdrowotne spowodowane pandemią, widać było już w 2021 r., kiedy liczba zrealizowanych świadczeń medycznych – konsultacji i badań diagnostycznych – wzrosła prawie w każdym obszarze systemu opieki zdrowotnej. Czasem były to wzrosty nawet o kilkadziesiąt procent rok do roku (np. świadczenia onkologiczne). A w tym roku jeszcze uważniej dbamy o swoje zdrowie. Z obserwacji SALTUS Ubezpieczenia wynika, że liczba wszystkich świadczeń zamawianych i zrealizo-

wanych w ramach dobrowolnych ubezpieczeń zdrowotnych wzrosła w 2022 r. o 40 proc. w porównaniu z 2021 r.

– Wynika to z kilku przyczyn. Niestety dalej nadrabiamy zaległości zdrowotne z poprzednich lat, ale trzeba też zauważyć, że pandemia zwiększyła naszą dbałość o zdrowie. Z większą rozwagą podchodzimy do badań profilaktycznych, których nie unikamy tak jak wcześniej. Wpływ na to ma moim zdaniem m.in. zwiększone zainteresowanie prywatną opieką zdrowotną, co widać w stale rosnącej liczbie ubezpieczonych w ramach nieobowiązkowych polis zdrowotnych, w czym szczególną rolę odgrywają pracodawcy dzięki benefitom pozapłacowym. Uważam też, że duży wpływ na lepsze dbanie o zdrowie ma również upowszechnienie teleporad. To wygodna forma zasięgnięcia porad lekarskich, więc nie zwlekamy i nie odkładamy wizyt – zauważa Marcin Załęski, Dyrektor Działu Ubez-

pieczeń Zdrowotnych i Pracowniczych w SALTUS Ubezpieczenia. Największy wzrost zainteresowania profilaktyką ubezpieczyciel zaobserwował w okulistyce – ponad 4,5-krotny wzrost świadczeń związanych z nabytymi wadami wzroku w porównaniu z 2021 r. Drugim ważnym obszarem była opieka onkologiczna, gdzie zauważono 87 proc. zwiększenie ilości zamawianych porad lekarskich i badań diagnostycznych.



**Największy wzrost zainteresowania profilaktyką ubezpieczyciel zaobserwował w okulistyce – ponad 4,5-krotny wzrost świadczeń związanych z nabytymi wadami wzroku w porównaniu z 2021 r.**

**Rośnie zainteresowanie programami profilaktycznymi**

Istotny wpływ na zmianę podejścia Polaków do profilaktyki mają między innymi benefity pracownicze w formie ubezpieczenia zdrowotnego czy pakietu medycznego. Owszem, ten dodatek pozapłacowy od lat jest na czele listy najbardziej pożądanых przez Polaków korzyści związanych z zatrudnieniem i pracodawcy zdawali oraz zdają sobie z tego sprawę. Jednak w 2022 r. firmy zdecydowanie rozważniej dobierają ich zakres. Stawiają przede wszystkim na jakość zapewnianej profilaktyki. W miejsce szeroki, choć ograniczonych programów (z limitami wizyt i badań), stawiają na punktowe, ale nielimitowane wsparcie w obszarach, gdzie pracownicy tego najbardziej potrzebują.

– Zauważamy większe niż wcześniej zainteresowanie programami profilaktycznymi dla pracowników, czyli zestawami badań i konsultacji lekarskich, mających zapobiegać konkretnym problemom zdrowotnym. W tym roku pracodawcy najczęściej decydowali się na zapewnienie pracownikom dodatkowej ochrony onkologicznej, nabytych wad słuchu i wzroku oraz dostępu do świadczeń

zwalczających choroby układu oddechowego oraz powikłania związane z przechorowaniem COVID-19 – mówi Marcin Załęski z SALTUS Ubezpieczenia.

**3 na 10 porad lekarskich wykonujemy zdalnie**

Teleporady nadal stanowią ok. 30 proc. wszystkich konsultacji lekarskich, które wykonujemy. Przyzwyczajiliśmy się do nich, ponieważ drastycznie skracają czas oczekiwania na pomoc. Trzeba też zauważyć, że w ten sposób możemy skonsultować się nie tylko z internistą, ale lekarzem każdej specjalizacji. Warto też pamiętać, że z prywatnej opieki medycznej korzystają nie tylko mieszkańcy miast o dużym nasyceniu placówek prywatnych, a mieszkańcy całej Polski. W ich przypadku dostęp do teleporad specjalistycznych jest szczególnie istotne. To zapewne przekłada się też na nieustający wzrost popularności dodatkowych ubezpieczeń zdrowotnych. Według najnowszych danych Polskiej Izby Ubezpieczeń liczba osób korzystających z polis nieobowiązkowych na koniec trzeciego kwartału 2022 r. wyniosła 4,08 mln. To o 10,6 proc. więcej niż rok wcześniej.

## Uważamy się za najmniej zdrowych w Europie

**Prawidłowe odżywianie, większa aktywność fizyczna, lepsza jakość snu i zmniejszanie naszego negatywnego wpływu na planetę – nowe badanie konsumenckie przeprowadzone na zlecenie Herbalife Nutrition ujawniło, że Polacy chcą poprawić zarówno stan swojego zdrowia, jak i kondycję świata, w którym żyją. Jednak za dobrymi intencjami nie idą działania.**

**Krótkoterminowe poświęcenie z myślą o długoterminowych celach**

53 proc. ankietowanych twierdzi, że zdrowe odżywianie jest dla nich obecnie jednym z pięciu priorytetów w zakresie dobrego samopoczucia, a 46 proc. wymienia na tej liście także kontrolę wagi. Zdaniem Polaków, odżywianie odgrywa znaczącą rolę w osiągnięciu celów wellness. Co więcej, gdy przyjrzymy się intencjom konsumentów, widać, że 77 proc. badanych zadeklarowało gotowość do krótkoterminowego „poświęcenia” z myślą o długoterminowych korzyściach zdrowotnych. Kiedy jednak zagłębimy się w kwestię realizacji celów, badania odsłaniają zupełnie inną rzeczywistość.

**Prawidłowe odżywianie tylko w teorii**

Pomimo danych wskazujących, że zdrowe odżywianie i kontrola wagi są kluczowymi celami dla wielu osób, w odpowiedzi na pytanie:

„Jak często obecnie odżywasz się zdrowo?”, ponad połowa badanych stwierdziła, że odżywia się zdrowo tylko czasami, rzadko lub w ogóle nie przestrzega zasad zdrowego odżywiania. Porównanie danych ze wszystkich badanych krajów sugeruje, że polscy konsumenci uważają się za najmniej zdrowych w całej Europie. Gdy zestawimy te wyniki z kolejnymi danymi – 43 proc. ankietowanych przyznaje, że spożywa za mało owoców i warzyw, a 19 proc. uważa, że nie spożywa wystarczającej ilości białka (najwyższy odsetek spośród wszystkich krajów europejskich) – staje się oczywiste, że nasze intencje i działania w sferze zdrowia nie są spójne. – Dobre intencje dotyczące wellness są wyraźnie widoczne, ale musimy się zastanowić, co możemy zrobić, by wspierać konsumentów w pokonywaniu barier i przekształcaniu zamiarów w rzeczywistość – mówi Andrea Bertocco, dyrektor ds. naukowych Herbalife Nutrition w regionie Europy, Bliskiego

Wschodu i Afryki – Bez wątpienia zdrowe odżywianie i prowadzenie zrównoważonego, aktywnego stylu życia mogą stanowić wyzwanie. Dlatego powinniśmy skupić się na edukowaniu konsumentów na temat różnych opcji, jak osiągać cele wellness w sposób pasujący do ich stylu życia. – Prawidłowo skomponowana dieta jest obecnie bardzo łatwa do stworzenia dzięki produktom bogatym w składniki odżywcze o naukowo przebadanych formułach. Aktywność fizyczna też nie sprowadza się tylko i wyłącznie do ćwiczeń na siłowni – dodaje Bertocco – Pod wieloma względami musimy zmienić nasze myślenie i pomóc konsumentom w poruszaniu się po ich własnej mapie wellness w ramach różnych dostępnych obecnie opcji. Zasadniczo zdrowe odżywianie nie musi oznaczać tego samego dla każdego – spersonalizowanie planu w oparciu o naukowe informacje jest niezbędne do osiągnięcia celu.

**Polacy zwracają uwagę na niską zawartość cukru**

Analiza zwyczajów zakupowych polskich konsumentów wykazała, że przy wyborze żywności największe znaczenie mają: niski poziom cukru (34 proc.), zawartość witamin i składników mineralnych (37 proc.) oraz naturalny skład produktów (43 proc.). To oczywiste preferencje w grupie osób, które chcą poprawić swo-

je samopoczucie, ale interesujący okazał się inny fakt: unikanie pokarmów pochodzenia zwierzęcego (5 proc.) i spożywanie dużych ilości białka (14 proc.) uzyskały mało wskazań, co sugeruje brak zrozumienia, w jaki sposób te dwa aspekty mogą wpływać na zdrowie w dłuższej perspektywie. Badanie wykazało także, że starsze osoby częściej uważają, że zdrowe odżywianie wymaga spożywania białka pochodzenia zwierzęcego. – Ograniczenie spożywania produktów zwierzęcych, zwłaszcza czerwonego mięsa, może przyczynić się do poprawy zdrowia. Warto włożyć więcej pracy, by pomóc konsumentom uzyskać właściwy obraz tego, w jaki sposób stosowanie zbilansowanej diety wpłynie korzystnie na ich samopoczucie. Ma to znaczenie zarówno z perspektywy zdrowia, jak i środowiska naturalnego – tłumaczy Andrea Bertocco.

**Świadomość zmian klimatycznych nie wpływa na wybór diety**

Zdrowie miało kluczowe znaczenie dla ankietowanych, ale dbanie o dobro całej planety także pojawiło się na liście ważnych dla nich celów. Prawie połowa uczestników badania (43 proc.) zgodziła się z opinią, że zmiana klimatu wpłynie na kupowaną przez nich żywność. Jednak deklarowana chęć dokonywania bardziej zrównoważonych wyborów żywieniowych zderzyła się z następującymi dany-

mi: 35 proc. osób przyznało, że nie jedzą roślinnych zamienników nabiału, a 26 proc. – że nie jedzą roślinnych białek i nie chcą robić tego w przyszłości. Oczywiście, wyrażają troskę nadmierną emisją dwutlenku węgla, ale nie łączą jej z faktem, że przemysł mięsny, zwłaszcza produkcja wołowiny, która ma największy wpływ na emisję gazów cieplarnianych ze wszystkich produktów spożywczych, przyczynia się do zmian klimatycznych.

**Dobre intencje to pierwszy krok na drodze do zmiany**

Jak wynika z badań, konsumenci wyrażają chęć poprawy własnego samopoczucia i dokonywania wyborów, które mają pozytywny wpływ na całą planetę. Jednak między deklaracjami a podejmowanymi działaniami istnieje wyraźny rozdźwięk. – Brakuje wyzoś, co pozwoliłoby przekuć pozytywne zamiary w konkretne działania – podsumowuje Konrad Szalkiewicz, dyrektor generalny Herbalife Nutrition – Może to wynikać z braku narzędzi, wsparcia, edukacji. Jeśli mamy zmierzyć się z epidemią otyłości i zmianami klimatycznymi, musimy zapewnić konsumentom narzędzia i informacje, które pomogą im osiągnąć cele – podsumowuje.

[1] <https://ncez.pzh.gov.pl/abc-zywienia/zasady-zdrowego-zywienia/jak-zmniejszyc-ilosc-miesa-czerwonego-oraz-przetworow-miesnych-w-diece/>