

W ramach naszej witryny stosujemy pliki cookies w celu świadczenia Państwu usług na najwyższym poziomie, w tym w sposób dostosowany do indywidualnych potrzeb. Korzystanie z witryny bez zmiany ustawień dotyczących cookies oznacza, że będą one zamieszczane w Państwa urządzeniu końcowym. Możecie Państwo dokonać w każdym czasie zmiany ustawień dotyczących cookies. [Polityka prywatności](#)

AKCEPTUJĘ

RAPORT CSR.PL

N A V I G A T I O N

„DWIE GODZINY DLA RODZINY” PRZYCIĄGA CORAZ WIĘCEJ FIRM!

6 maja 2017 | Kampanie Wydarzenia

15 maja 2017 r. Fundacja Humanites – w ramach Międzynarodowego Dnia Rodzin – już po raz szósty organizuje akcję „Dwie Godziny dla Rodziny”. Tegoroczna edycja odbędzie się pod hasłem „Gotowanie na Rodzinnym Planie”. W tym roku zaangażowanie zadeklarowali młodzi aktorzy, kucharze i blogerzy m.in.: Michał

Malinowski, Urszula Dębska, Julia Kamińska, Aneta Zajęc, Tomasz Ciachorowski, Damian Kordas – najmłodszy Master Chef w Europie. Firmy biorące udział w wydarzeniu podarują swoim pracownikom symboliczne dwie dodatkowe godziny czasu wolnego, aby zwrócić uwagę na znaczenie nawiązywania i podtrzymywania relacji w rodzinach. Dziś pracodawcy wiedzą, że budowanie wizerunku firmy opartej na wartościach ważnych dla pracownika to nieodłączny element employer branding. Coraz częściej profil zasad, którymi kieruje się organizacja, jest kartą przetargową na rynku pracownika.

– Rynek pracy poświęca obecnie dużo uwagi społecznej roli pracowników, dlatego z roku na rok zainteresowanie akcją jest coraz większe. „Dwie Godziny dla Rodziny” zostały wymienione na liście najważniejszych czynników tworzących klimat dobrego miejsca pracy w ogólnopolskiej sondzie „Great Place to Work 2017”. Do tej pory Międzynarodowy Dzień Rodzin obchodził z fundacją ponad 500 polskich i międzynarodowych firm. W tym roku widzimy, że zainteresowanie akcją jest znacznie większe niż w latach poprzednich – mówi Zofia Dzik, prezes Fundacji Humanites.

Wartość dodana dla pracowników

Obecnie na rynku pracy uwaga przenosi się na pracownika. Pracodawcy poszukują nowych talentów, ludzi, którzy są kreatywni, chcą wnieść coś innowacyjnego do firmy. Mają przy tym świadomość, że jeśli chcą być atrakcyjni jako pracodawcy muszą również dać coś od siebie, poszerzać elementy gratyfikacji. Jak podaje Business Insider ponad połowa zatrudnionych twierdzi, że to właśnie dodatki i benefity decydują o tym, czy rozważyć przyjęcie nowej oferty pracy. Co ciekawe, 80 proc. z nich uważa, że woli otrzymać bonusy w postaci np. większej ilości wolnego czasu niż podwyżkę finansową. Wszystko to sprawia, że

pracodawcy coraz więcej inwestują w programy integrujące zawodową i rodzinną sferę życia. Przekłada się to na zdolność do pozyskania oraz utrzymania pracowników, a także wzrost ich motywacji.

– Nie liczy się już jedynie wynagrodzenie finansowe, ale także bonusy dodatkowe jak np. wolny czas dla rodziny. Jest to dla pracodawców nowe wyzwanie, aby stworzyć pozytywną markę, jako instytucję, która świadomie postrzega swoich pracowników nie tylko jako zatrudnionych, ale także ludzi z ich rolami społecznymi i bagażem doświadczeń. Dziś budowa wizerunku firmy otwartej na wartości ważne dla pracownika to nieodłączny element employer branding – mówi Zofia Dzik.

Jak wskazuje najnowszy raport Aon Hewitt, stworzony na podstawie informacji uzyskanych od ponad 5 mln pracowników z ponad 1000 organizacji na całym świecie w latach 2015-2016, poprawa poziomu zaangażowania wśród pracowników to wymierna korzyść dla firmy. Badania pokazują, że 5 proc. wzrost zaangażowania pracowników wiąże się z 3 proc. zwiększeniem przychodu w organizacji w kolejnym roku.

Pracownicy doceniają starania firm biorących udział w akcji „Dwie Godziny dla Rodziny”

Według badań Stana Slapa, współpracującego z pracodawcami i pracownikami w celu budowania sukcesu firm, przeprowadzonych wśród 10 tysięcy menadżerów z 70 krajów, najważniejszą wartością dla nich jest rodzina. Jednocześnie na pytanie: „Która wartość jest najbardziej zagrożona” odpowiedź również brzmiała rodzina. Firmy, które decydują się dać pracownikom dwie dodatkowe godziny wolnego czasu na spędzenie go z najbliższymi, pokazują tym, że wspierają ich odpowiedzialną rolę społeczną – członka rodziny – matki, ojca, syna, córki itd. Z kolei zatrudnione w nich

osoby doceniają zaangażowanie swoich przełożonych. Ważna jest dla nich świadomość, że firma interesują się nimi nie tylko jako pracownikami, ale także ludźmi. Przekłada się to na pozytywny wizerunek pracodawców.

– W interesie pracodawcy jest współpraca z zaangażowanymi ludźmi, dla których praca jest wartością, nie przymusem. Wspomagając ich rozwój, nie tylko zawodowy, ale także prywatny, oddziałujemy na ich role społeczne – między innymi jako rodziców czy partnerów. Tym samym akcja „Dwie Godziny dla Rodziny” jest wyrazem troski pracodawców o sferę rodzinną i równowagę życiową osób, które zatrudniają. Dla pracowników akcja stała się ważnym elementem wyróżniającym dobre miejsce pracy – podkreśla Zofia Dzik.

Kampania na stałe wpisała się w kalendarz wydarzeń społecznych

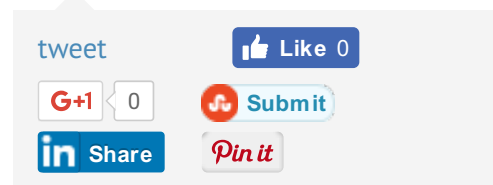
– Celem Fundacji Humanites jest inspiracja do odświeżenia rodzinnych relacji, odkrycia na nowo bliskich osób. Co roku fundacja podpowiada w jaki sposób można spędzić „Dwie Godziny dla Rodziny”. Tegoroczna edycja odbędzie się pod hasłem „Gotowanie na Rodzinnym Planie”. Akcja ma przypomnieć o ważnym dla budowania więzi zwyczaju spożywania posiłków w gronie rodzinnym, kiedy jest czas na rozmowy, wymianę poglądów – podkreśla Amanda Szeligowska, koordynator akcji „Dwie Godziny dla Rodziny”.

Akcja społeczna „Dwie Godziny dla Rodziny” inspiruje pracowników i ich rodziny do dobrej, międzypokoleniowej rozmowy, wykraczającej poza rutynę codziennego dnia. 15 maja pracodawcy dobrowolnie skracają dzień pracy swoim pracownikom o dwie godziny. Ten symboliczny gest pokazuje, że pracownik poza pracą pełni również inne role społeczne.

Zasięg kampanii z roku na rok jest coraz

większy. W ubiegłorocznej edycji udział wzięło ponad 300 polskich i międzynarodowych firm, dużych grup kapitałowych oraz instytucji publicznych, a także uczelnie wyższe i samorządy. Wśród nich były między innymi takie firmy jak: Alior Bank, Grupa Allianz, Grupa Aviva, Grupa ATM, Grupa ATOS, Grupa AXA, Grupa Bosch, Grupa EFL, ENEL-MED, Grupa Erbud, Electrolux, GFK Polonia, Great Place to Work, ING Życie, K2, MetLife, Microsoft, Grupa PKN ORLEN, Oracle, Orange Polska, Pentacom, PKO PTE, Bank PKO BP, Play, PwC, Questa, Siemens, Grupa Tauron, Tchibo, Wedel, Wirtualna Polska, EY i wiele innych.

Co roku działania fundacji wspiera także wiele znanych osób. Są wśród nich m.in. Zbigniew Wodecki, Stanisław Soyka, DJ Wika, Mezo oraz prof. Jerzy Bralczyk. Wywiady na temat ich wspomnień, marzeń i wartości, którymi kierują się w życiu można obejrzeć na stronie: www.mamrodzine.pl/2-godziny-dla-rodziny/inspiracje/obejrzyj/.



« PREV
Mali ekolodzy z Włocławka
ruszają do akcji
Środy i niedziele w Muranowie z
NEXT
Biedronką »

COMMENTS ARE **DISABLED** FOR
THIS POST

WYRÓŻNIENI W XXXII. EDYCJI
RAPORTU
