



ŚWIAT ZDROWIA
OPERATOR MEDYCZNY

Męski miesiąc, konkretne działania

November w Twojej firmie.

Jak przełamać *syndrom twardziela*
i zaangażować panów w dbanie o zdrowie.



Syndrom twardziela na open space i w hali. Dlaczego 100% frekwencji to nie zawsze powód do dumy?



November to nie tylko wąsy i akcje w social mediach. To doskonały pretekst, by przyjrzeć się temu, jak mężczyźni funkcjonują w środowisku pracy. W wielu organizacjach – od biur po zakłady produkcyjne i centra logistyczne – wciąż pokutuje przekonanie, że idealny pracownik jest bezwzględnie i niezmiennie niezawodny. Efekt? Panowie rzadziej korzystają ze zwolnień lekarskich wtedy gdy naprawdę są niezbędne dla skutecznego przywrócenia zawodowej sprawności, odwlekają badania profilaktyczne, a do specjalisty trafiają często dopiero wtedy, gdy ból uniemożliwia normalne funkcjonowanie i może kończyć się długo-trwałym wyłączeniem z aktywności zawodowej. To klasyczny *syndrom twardziela*.

Cichy koszt dla biznesu: Zjawisko prezenteizmu

Co się dzieje, gdy pracownik ignoruje przewlekły stres, niewyspanie czy inne pierwsze sygnały ostrzegawcze od organizmu? Przychodzi do pracy, ale jego realna efektywność drastycznie spada. Zjawisko to nazywamy prezenteizmem (obecnością w pracy pomimo choroby lub wyczerpania).

Dla firmy oznacza to konkretne straty:

- ✘ Spadek produktywności i koncentracji (tzw. ciche koszty operacyjne).
- ✘ Większe ryzyko błędów i wypadków (szczególnie kluczowe przy pracy fizycznej, np. wśród brygadzystów czy operatorów maszyn).
- ✘ Prosta droga do wypalenia zawodowego, które ostatecznie kończy się wielomiesięczną absencją.



Jak zmienić narrację wokół męskiego zdrowia?

Tradycyjne argumenty medyczne ("musisz się badać, bo zachorujesz") często wywołują naturalny opór. Aby skutecznie dotrzeć do męskiego zespołu – niezależnie, czy mówimy o menedżerach w centrali, czy pracownikach zakładów produkcyjnych poza aglomeracjami – komunikacja HR musi stać się bardziej strategiczna:

Fakty i zarządzanie ryzykiem, nie straszenie: Zamiast bazować na lęku przed chorobą, operujmy językiem konkretnów. Profilaktyka to zarządzanie własnym potencjałem i minimalizowanie ryzyka, a zdrowie to fundament, na którym opiera się odporność i wydajność zawodowa.

Pragmatyzm i zniesienie barier: Przeszkodą w badaniach często bywa logistyka. Brak czasu, skomplikowane procedury zapisów czy ograniczony dostęp do opieki medycznej poza metropoliami to realne mury. Zachęty od HR muszą iść w parze z pragmatyzmem – ułatwieniem dostępu i ograniczeniem biurokracji.

Zadanie do wykonania i gotowa ścieżka: Mężczyźni świetnie odnajdują się w działaniu zadaniowym. Komunikat zadziała wtedy, gdy damy pracownikowi prostą instrukcję: "W listopadzie zrób te 3 konkretne badania", a firma zapewni mu elastyczność i gotowy pakiet, zdejmując z jego barków problem szukania terminów i placówek.

Liderzy opinii w akcji.

Dlaczego przykład musi iść z góry (i z hali)?



Zjawisko społecznego dowodu słuszności w męskim zespole

Nawet najlepiej zaprojektowana i najdroższa kampania prozdrowotna zderzy się ze ścianą, jeśli nie będzie spójna z niepisanymi zasadami panującymi w firmie. Mężczyźni w środowisku zawodowym są niezwykle wyczuleni na tzw. społeczny dowód słuszności – bacznie obserwują, jakie zachowania są premiowane, a jakie marginalizowane. Jeśli kultura organizacyjna milcząco promuje pracę ponad siły, a liderzy chwalą się, że "nie pamiętają, kiedy ostatnio byli na zwolnieniu", żaden plakat zachęcający do badań profilaktycznych nie odniesie skutku.



Dwa światy, jedna zasada: Prezes w centrali, brygadzysta na zmianie

Działy HR często opierają komunikację wyłącznie na autorytecie zarządu. Tymczasem w firmach o strukturze rozprozonej – posiadających zakłady produkcyjne, magazyny czy flotę transportową – głos z centrali często nie rezonuje z codziennością pracowników.

W środowisku biurowym i korporacyjnym:

Ambasadorem zmiany powinien być dyrektor lub manager wyższego szczebla. Kiedy przełożony otwarcie mówi o tym, że bierze w listopadzie "dzień na zdrowie", loguje się na badania i zachęca do tego swój zespół, zdejmując z profilaktyki odium słabości. Daje oficjalne, menedżerskie przyzwolenie na to, by dbanie o siebie traktować priorytetowo.



Na hali produkcyjnej i w logistyce: Tutaj prawdziwymi liderami opinii nie są osoby z zarządu, lecz bezpośredni przełożeni: mistrzowie zmiany, brygadziści czy kierownicy magazynów. To oni nadają ton relacjom w zespole. Jeśli brygadzysta wyśmiewa ulotkę o badaniach prostaty, akcja jest spalona. Jeśli jednak ten sam brygadzysta powie: "Panowie, firma ogarnęła pakiety, macie ułatwiony dostęp, robimy przegląd i nikt w tym czasie nie traci premii", frekwencja rośnie skokowo.



Jak HR może wesprzeć liderów w działaniach?



Czas jako najcenniejsza waluta: Lider musi mieć narzędzia, by dać pracownikowi czas na badania. Komunikat "Zbadaj się" jest pusty, jeśli wiąże się z koniecznością brania urlopu wypoczynkowego. Wprowadzenie płatnych godzin na profilaktykę i otwarte komunikowanie tego przez kierowników to najsilniejszy sygnał, że firma traktuje temat poważnie.



Rozwiązywanie problemów logistycznych:

W mniejszych miejscowościach barierą rzadko jest sam łęk przed badaniem. Biorąc pod uwagę kolejki do specjalistów, odległości do większych ośrodków i czas pracy na zmiany, zorganizowanie wizyty to dla wielu pracowników logistyczny koszt. Liderzy powinni promować gotowe, firmowe rozwiązania ułatwiające ten proces – takie jak pakiety medyczne gwarantujące szybki dostęp do placówek czy mobilne punkty pobrań organizowane w zakładach pracy. Zniesienie bariery "nie mam na to czasu i nie wiem, gdzie pójść" to połowa sukcesu.



Autentyczność zamiast korpomowy:

Zachęcamy liderów do dzielenia się własnymi historiami. Nie muszą to być wielkie wyznania zdrowotne. Wystarczy proste, ludzkie: "Od lat to odkładałem, bo zawsze było coś ważniejszego. W tym roku w końcu się zdiagnozowałem, zróbcie to samo, bo warto mieć spokojną głowę".



Movember – niewidzialny wymiar. Odporność psychiczna i presja wyników



Globalna inicjatywa Movember od lat zwraca uwagę nie tylko na profilaktykę onkologiczną, ale również na dramatyczne statystyki dotyczące męskiego zdrowia psychicznego. W środowisku zawodowym ten temat pozostaje jednak silnym tabu. Od najmłodszych lat mężczyźni są socjalizowani do bycia "twardymi", radzenia sobie z problemami w pojedynkę i nieokazywania słabości. W świecie biznesu, w którym premiowana jest odporność na stres, decyzyjność i ciągle dowożenie wyników, przyznanie się do wypalenia, chronicznego przemęczenia czy spadku nastroju często traktowane jest przez mężczyzn jako ryzyko wizerunkowe i zagrożenie dla kariery.

W efekcie panowie rzadziej proszą o pomoc psychologiczną, a stres rozładowują w sposób **radzenie sobie z trudnymi emocjami**

zdrowia lub po prostu "zaciskają zęby", aż do momentu całkowitego wyczerpania zasobów. Dla pracodawcy to sygnał alarmowy – ukryty stres to obniżona jakość pracy, konflikty w zespole i nagle, długotrwałe absencje kluczowych specjalistów.

Zmiana słownika HR:

Od "terapii" do "zarządzania formą mentalną"

Jak HR może wprowadzić temat dobrostanu psychicznego, nie wzbudzając przy tym męskiego oporu? Kluczem jest odpowiedni dobór słów. Należy odejść od klinicznego i mocno sfeminizowanego języka, który kojarzy się z "roz-mawianiem o uczuciach", na rzecz terminologii opartej na działaniu, psychologii sportu i optymalizacji.

- ✗ pomoc psychologiczna → wsparcie w budowaniu odporności psychicznej
wytężalności, SIŁY
- ✗ radzenie sobie
z trudnymi emocjami → techniki zarządzania stresem
i redukcji napięcia
- ✗ zadbaj o swój dobrostan → zarządzaj własną energią
i higieną cyfrową

Jak budować mentalne BHP w męskim zespole?

Aby realnie wesprzeć męską część załogi w trudnych momentach, działu HR i komunikacji wewnętrznej powinny wdrożyć pragmatyczne, odczarowane z mitów rozwiązania:

- 1 Dyskretny dostęp do specjalistów:** Programy Wsparcia Pracowników (EAP Employee Assistance Programs) to potężne narzędzie, ale wymagają odpowiedniej promocji. Mężczyzna musi mieć pewność 100% anonimowości. Komunikat powinien brzmieć: "Masz problem z bezsennością, presją projektową, potrzebujesz zewnętrznej perspektywy? Skonsultuj się z ekspertem, to narzędzie dla Ciebie", co normalizuje korzystanie z pomocy psychologa czy coacha kryzysowego.
- 2 Szkolenia oparte na fizjologii i konkretach:** Warsztaty dla panów (ale i całych zespołów) powinny skupiać się na mechanizmach biologicznych i narzędziach. Tematy takie jak "Wpływu na decyzyjność", "Fizjologia stresu – jak resetować układ nerwowy" czy "Praktyczne techniki odłączania się od pracy" cieszą się znacznie większym zainteresowaniem panów niż ogólne webinary o uważności na zdrowie fizyczne czy psychiczne.
- 3 Kultura wyłączania powiadomień:** Żadne wsparcie psychologiczne nie zadziała, jeśli organizacja wymaga od pracowników dostępności 24/7. Liderzy HR muszą promować tzw. prawo do odłączenia (*right to disconnect*). Szacunek do czasu prywatnego i urlopów to najlepsza, darmowa profilaktyka zdrowia psychicznego, jaką firma może zaoferować swoim pracownikom.

AUDYT MENTALNEGO BHP W TWOJEJ FIRMIE

Zanim zaplanujesz kampanię na Movember, sprawdź, czy Wasza kultura organizacyjna na co dzień wspiera odporność psychiczną zespołu. Przeczytaj poniższe 10 stwierdzeń. Za każdą odpowiedź TAK otrzymujesz 1 punkt. Zsumuj punkty i sprawdź, w jakiej kondycji jest kultura organizacyjna w Twojej firmie.

Kultura pracy i postawa liderów

- ☐ W mojej firmie menedżerowie stanowczo odsyłają do domu chorych lub skrajnie przemęczonych pracowników, zamiast chwalić ich za "poświęcenie dla projektu".
- ☐ W mojej firmie kadra zarządzająca i kierownicy zmian korzystają z urlopów, dając dobry przykład – całkowicie odłączają się wtedy od maili i służbowych telefonów.
- ☐ W mojej firmie panuje niepisana (lub oficjalna) zasada, że po godzinach pracy nie oczekuje się natychmiastowych odpowiedzi na wiadomości (z wyjątkiem ustalonych dyżurów).
- ☐ W mojej firmie pracownik (niezależnie od szczebla) może otwarcie powiedzieć "mam za dużo na głowie, nie wyrabiam" bez obawy, że zostanie to uznane za brak kompetencji.

Procesy i środowisko

- ☐ W mojej firmie przewlekłe nadgodziny w zespole są traktowane przez HR jako błąd w procesie i ryzyko wypalenia, a nie jako powód do pochwały za pracowitość.
- ☐ Kwestie dbania o work-life balance i korzystania z benefitów zdrowotnych są w mojej firmie mocno akcentowane już podczas pierwszych dni wdrażania nowego pracownika.
- ☐ W mojej firmie pracownicy fizyczni, terenowi i magazynowi mają logistycznie równie łatwy dostęp do wsparcia (np. infolinii psychologicznej, badań) co pracownicy biurowi.

Narzędzia i komunikacja

- ☐ W mojej firmie pracownicy mają zapewniony w 100% anonimowy i łatwy dostęp do zewnętrznych konsultacji psychologicznych lub coachingu kryzysowego.
- ☐ Szkolenia wspierające dobrostan są w mojej firmie komunikowane językiem korzyści (np. "zarządzanie energią", "odporność na stres"), co zmniejsza opór przed udziałem, szczególnie u mężczyzn.
- ☐ Moja firma ułatwia regenerację po wysiłku – oferuje pakiety sportowe, ale też np. warsztaty z fizjoterapeutą (kluczowe przy pracy fizycznej i siedzącej).



0-3 PUNKTY

Uwaga na ryzyko wizerunkowe! Jeśli wdrożycie głośną kampanię prozdrowotną w środowisku, które na co dzień milcząco promuje pracę ponad siły, pracownicy potraktują to jako hipokryzję (tzw. *wellbeing washing*). Męska część załogi wyśmieje plakaty, widząc, że zarząd ignoruje realne problemy. Zanim zorganizujecie akcję profilaktyczną, zacznijcie od podstaw: zróbcie szkolenie dla liderów z rozpoznawania wypalenia zawodowego i egzekwujcie prawo do odpoczynku.

4-7 PUNKTÓW

Macie dobre chęci, **wdrażacie pojedyncze narzędzia**, ale brakuje Wam systemowego podejścia. Prawdopodobnie wsparcie zależy u Was od wartości konkretnego menedżera, a nie od twardych zasad firmowych. Przed startem akcji upewnijcie się, że wasza komunikacja jest spójna – unikajcie wielkich obietnic, jeśli w tle wciąż panuje presja na nadgodziny. Skupcie się na małych krokach, np. zaangażowaniu jednego konkretnego dyrektora do promocji akcji.

8-10 PUNKTÓW

Wasza kultura organizacyjna jest dojrzała i **realnie wspiera pracowników**. Nie musicie nikogo przekonywać do podstaw. Akcje prozdrowotne, pakiety badań czy wyzwania sportowe padną u Was na niezwykle podatny grunt. Zbudowaliście środowisko, w którym prośbienie o pomoc to przejaw odpowiedzialności za siebie i zespół, a nie oznaka słabości. Możecie śmiało wchodzić na wyższy poziom zaawansowanych aktywacji.

Siła Sojuszniczek.

Dlaczego mężczy miesiąc to gra zespołowa?



Kto tak naprawdę wysyła mężczyznę na badania?

Badania socjologiczne i medyczne od lat pokazują wyraźny trend: mężczyźni rzadko inicjują działania profilaktyczne z własnej woli. Bardzo często decydującym impulsem, który ostatecznie pcha ich do gabinetu, jest namowa żony, partnerki, siostry lub... koleżanki z pracy. Działy HR mogą i powinny ten mechanizm mądrze wykorzystać, przekształcając kampanię skierowaną wyłącznie do panów w inicjatywę integrującą cały zespół. Wizerunkowo to strzał w dziesiątkę – buduje poczucie wspólnoty i wzmacnia kulturę organizacyjną opartą na empatii.

Złota zasada HR: Partnerstwo zamiast

"matkowania". Włączając kobiety w obchody Movembera, komunikacja wewnętrzna musi uważać na jedną pułapkę. Nie chodzi o to, by panie w biurze stały się "opiekunkami" swoich kolegów i zmuszały ich do badań. Taka narracja może wywołać efekt odwrotny do zamierzonego – irytację lub protekcyjny ton. Kluczem jest **sojusznictwo (allyship)** i rzucanie wyzwań. W Różowym Październiku to panowie noszą często przypinki na znak solidarności i wspierali koleżanki z zespołu. Listopad to idealny czas na rewanż.



Jak włączyć cały zespół w Movember?

01

Rewanż i wyzwanie (*Teraz Wasza kolej*): Komunikacja może opierać się na pozytywnej presji grupy. Zespoły składające się z kobiet rzucają panom wyzwanie: "My zrobiłyśmy swoje badania miesiąc temu. Teraz piłeczka po Waszej stronie. Kto pierwszy pochwali się statusem Przegląd Techniczny Zakończony?". Wprowadza to element rywalizacji, w której panowie czują się bardzo swobodnie.

02

Sojuszniczki w przestrzeni biurowej (*Wąsate gadzety i dress code*): Niech listopad będzie widoczny na open space i w pokojach socjalnych. Wprowadzenie *Blue Friday* (dzień, w którym ubieramy się na niebiesko w kolorze męskiej profilaktyki) lub rozdanie zabawnych rekwizytów (np. papierowe wąsy do zdjęć na firmowego Slacka/Teamsa) pozwala paniom wyrazić wsparcie w lekki sposób. To świetny "lodołamacz" do trudniejszych rozmów o zdrowiu.

03

Wspólne nabijanie kilometrów (*Zdrowie bez podziału na płeć*): Ponieważ jednym z filarów Movembera jest aktywność fizyczna (np. globalne wyzwanie *Move for Movember* – przebiegnięcie lub przejście 60 km w miesiącu), zorganizuj wyzwanie dla całej firmy. Niech panie i panowie wspólnie zbierają kilometry (biegając, jeżdżąc na rowerze, spacerując), a firma np. przekaże drobną kwotę na fundację za każdy osiągnięty cel. Wspólny cel zaciera podziały i promuje ruch jako najlepszą formę zapobiegania wypaleniu.

Firma, która angażuje w Movember wszystkich pracowników, wysyła jasny sygnał: "Jesteśmy jednym organizmem. Zależy nam na Was bez względu na płeć i dział, w którym pracujecie". To czysty zysk dla employer branding.

Grywalizacja i angażowanie.

Dlaczego będzie działać?

Wprowadzanie elementów gry, rywalizacji i zdobywania celów to jeden z najskuteczniejszych mechanizmów w komunikacji do męskiej części zespołu. Przenosi środek ciężkości z "obowiązku medycznego" czy "strachu przed diagnozą" na naturalną chęć sprawdzenia się. Aktywnie niemedyczne budują potężny zasięg i świadomość akcji, omijając jednocześnie drażliwe kwestie zdrowotne. Oto trzy gotowe scenariusze do wdrożenia w każdej firmie.

1 Wąsaty Challenge: Rozgłos bez straszenia diagnozami Zapuść wąsy – to globalny, najbardziej rozpoznawalny symbol Movembera. Daje potężne możliwości employer brandingowe i angażuje pracowników w lekki, humorystyczny sposób.



- **Jak to wdrożyć:** Na początku listopada ogłaszamy w firmie konkurs na zapuszczenie wąsów. Zespoły, działy lub poszczególni pracownicy dokumentują swoje postępy na firmowym komunikatorze (Teams, Slack, Yammer) w specjalnym kanale #Movember.

- **Warianty dla HR:** Można wprowadzić kategorie (np. "Najbardziej imponujący wąs", "Największy wysiłek", "Najlepszy debiut") i wyłonić zwycięzców pod koniec miesiąca podczas symbolicznego finału. To generuje naturalny szum wokół akcji, a przy okazji daje pretekst, by w swobodnej atmosferze przypomnieć o pakietach badań.

2 Wyzwania sportowe: Budowanie nawyków przez rywalizację Ruch to fundament profilaktyki chorób cywilizacyjnych i najlepsze narzędzie redukcji stresu. Zamiast mówić o chorobach układu krążenia, rzućmy zespołom wyzwanie kondycyjne.

- **Jak to wdrożyć:** Ustawiamy firmowy cel – np. wspólne "okrążenie Polski" lub zebranie określonej puli kilometrów w zamian za drobną darowiznę od pracodawcy na rzecz wybranej fundacji.
- **Warianty dla HR:** W chłodnych, listopadowych realiach świetnie sprawdzają się wyzwania polegające na zliczaniu kroków (dostępne dla każdego, nawet na hali produkcyjnej) oraz rywalizacje przeniesione pod dach. Zamiast aktywności na zewnątrz, warto rzucić pracownikom biurowym wyzwanie "miesiąc bez windy" (zliczanie pokonanych pięter) lub zorganizować po godzinach firmowy turniej w piłkarzyki czy squasha. Dla osób regularnie ćwiczących dobrym motywatorem będzie rywalizacja w minutach spędzonych na basenie lub siłowni. Wspólne, mądrze zaplanowane nabicie wyników buduje odporność, formę i relacje w zespole znacznie lepiej niż kolejny plakat w kuchni – i co najważniejsze, nie naraża nikogo na jesienne infekcje.

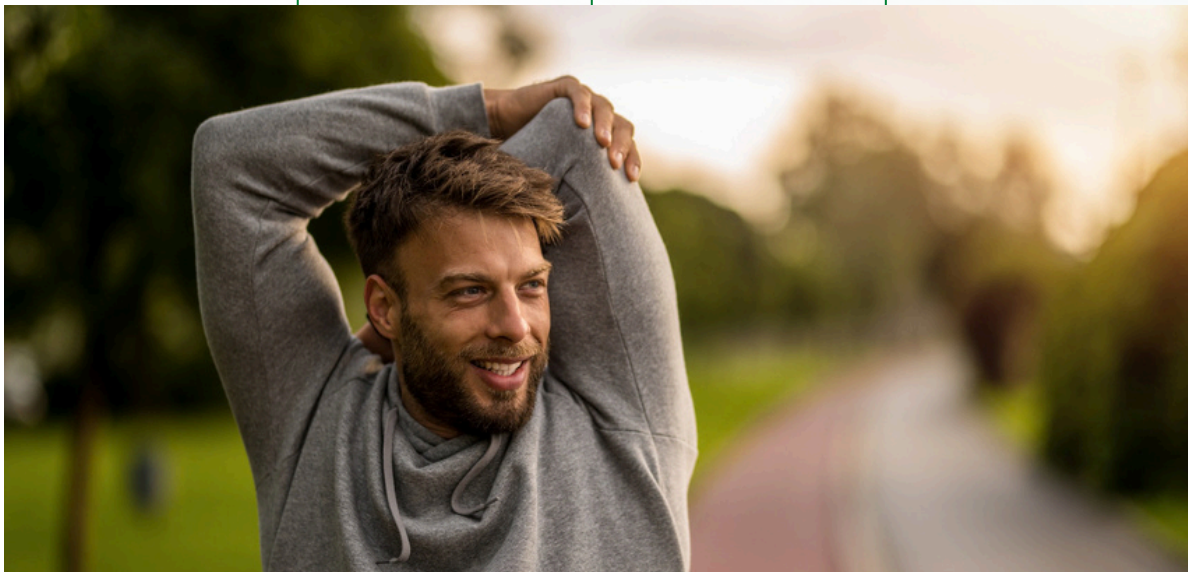
3 Męskie strefy regeneracji: Higiena cyfrowa i zarządzanie stresem Jeśli wymagamy od pracowników wysokiej wydajności, musimy wypożyczyć ich w narzędzia do "chłodzenia silnika". Mężczyźni w biznesie często lepiej reagują na pojęcie regeneracji niż relaksacji.

- **Jak to wdrożyć:** Zamiast tradycyjnych pogadanek, zorganizujemy konkretne, narzędziowe warsztaty z zarządzania stresem, fizjologii snu czy higieny cyfrowej (odłączania się od ekranów po pracy).
- **Warianty dla HR:** Ciekawym rozwiązaniem jest zaaranżowanie w biurze (lub zakładzie) tymczasowej "Strefy Regeneracji" – miejsca z przygaszonym światłem, dobrym ekspresem do kawy, z zakazem wnoszenia laptopów i rozmawiania o projektach. Nawet 15 minut w takim środowisku w ciągu dnia pracy to potężny zastrzyk energii i twardy dowód na to, że firma realnie dba o higienę układu nerwowego załogi. Regularne odcinanie się od przebodźcowania chroni przed wypaleniem znacznie skuteczniej niż długi, jednorazowy urlop. Taka przestrzeń to inwestycja, która zwraca się dzięki wyższej koncentracji zespołu.



Harmonogram aktywacji: Movember w 4 tygodniach

Przed startem (koniec października)	Wąsaty Challenge Założenie specjalnego kanału na firmowym komunikatorze (np. #Movember2026). Wytypowanie 3 ambasadorów (np. brygadziста, manager), którzy zapuszczą wąsy jako pierwsi.	Wyzwania sportowe Wybór mechaniki: darmowa aplikacja do liczenia kroków/kilometrów lub prosty formularz raportowania dla zespołów. Ustalenie celu (np. wspólne 1000 km).	Męskie strefy regeneracji Zablokowanie w kalendarzach terminów na krótkie webinary. Znaleźnienie i zaaranżowanie cichej przestrzeni na Strefę Regeneracji w biurze/zakładzie.
Tydzień 1: Kick-off	Początek listopada: Publikacja zdjęć "przed" (gładoć ogłoszeni uczestnicy). Ogłoszenie zasad i nagród w intranecie.	Start rywalizacji. Komunikat od zarządu: za każdy kilometr /10 tys. kroków firma wpłaca X zł na fundację.	Otwarcie fizycznej Strefy Regeneracji. Komunikat tłumaczący zasady korzystania (np. max. 15 min, zakaz telefonów).
Tydzień 2: Budowanie zaangażowania	Pierwszy "Check-in" zdjęciowy na kanale. Nakręcanie pozytywnej presji i komentowanie pierwszych postępów.	Publikacja pierwszego rankingu zespołów. Inspiracja na weekend: udostępnienie propozycji lokalnej trasy spacerowej, inspiracje do wizyty w saunie czy wspólnego wyjścia na ściankę wspinaczkową	Krótki, 20-minutowy webinar z ekspertem (online): Fizjologia stresu i higiena snu.
Tydzień 3: Kryzys i motywacja	Przypomnienie o badaniach profilaktycznych (płynne przejście od zabawy do celu akcji: "Wąsy rosną, a czy Ty zrobiłeś już przegląd?").	Wyzwanie specjalne na weekend (np. podwójne punkty za aktywność na zewnątrz, żeby zmotywowować do wyjścia z domu w listopadzie).	Promocja wewnętrznego Programu Wsparcia Pracowników – przypomnienie o anonimowej infolinii psychologicznej.
Tydzień 4: Finał i nagradzanie	Głosowanie ankietowe całego zespołu na najlepsze, najśmieszniejsze lub najbardziej symboliczne wąsy.	Podsumowanie wyników sportowych. Uroczyste ogłoszenie przekazania darowizny i podziękowanie dla najaktywniejszych.	Rozesłanie pigułki wiedzy z warsztatów (np. 5 zasad higieny cyfrowej) i krótka ankieta satysfakcji. Podjęcie decyzji (na podstawie feedbacku zespołu), czy pilotażowa Strefa Regeneracji zostaje w biurze/zakładzie na stałe jako nowy standard.



Fundament wydajności.

Kluczowe obszary męskiego zdrowia



Zarządzanie ryzykiem zaczyna się od diagnozy W biznesie nie da się optymalizować procesów bez wcześniejszego zebrania danych. Dokładnie ta sama zasada dotyczy męskiego organizmu. Tymczasem wielu mężczyzn traktuje wizytę u lekarza jako ostateczność, gdy pojawia się ból uniemożliwiający pracę. Kampania Movember w firmie powinna uświadomić jedno: profilaktyka to nie szukanie chorób, ale upewnienie się, że wszystkie parametry są w normie. To badanie "wartości bazowej", która pozwala bezpiecznie funkcjonować na wysokich obrotach.

Na co działają HR i menedżerowie powinni zwracać uwagę, projektując komunikację zdrowotną dla panów? Oto "Wielka Trójka" męskiej profilaktyki:



Układ krążenia: Cicha cena stresu i siedzącego trybu

Zawały serca i nadciśnienie dotyczą mężczyzn znacznie wcześniej niż kobiet. To efekt połączenia presji zawodowej, stresu, diety i – bardzo często – pracy w jednej pozycji (dotyczy to w równym stopniu pracowników biurowych przy biurkach, jak i kierowców zawodowych czy operatorów maszyn).

- **Co komunikować:** Konieczność regularnego mierzenia ciśnienia tętniczego oraz badania lipidogramu (poziomu cholesterolu). To najprostsze wskaźniki, które mogą z wyprzedzeniem ostrzec przed poważnym kryzysem.



Metabolizm: Paliwo dla układu nerwowego

Wahania energii, popołudniowe zjady formy i problemy z koncentracją to często nie efekt przepracowania, ale nierozpoznanych problemów metabolicznych, takich jak insulinooporność czy stany przedcukrzycowe.

- **Co komunikować:** Badanie poziomu glukozy (cukru) na czczo i prób wątrobowych to podstawa. Prawidłowy metabolizm to lepsza jakość snu i wyższa odporność na stres na co dzień.



Profilaktyka onkologiczna: Movember w praktyce

To rdzeń listopadowej akcji. Ryzyko nowotworów układu moczowo-płciowego rośnie wraz z wiekiem, ale niektóre z nich dotyczą głównie ludzi młodych. W komunikacji zrób wyraźny podział na dwie grupy wiekowe:

- **Panowie 40+ (Prostata):** Profilaktyka gruczołu krokowego to absolutny priorytet. Kiedyś temat tabu, dziś proste badanie krwi (poziom marker PSA) pozwala szybko ocenić sytuację.
- **Panowie 18-40 lat (Jądra):** To najczęstszy nowotwór lity u młodych, aktywnych zawodowo mężczyzn. Rozwija się szybko, ale wcześniej wykryty jest wyleczalny w niemal 100%. Kluczem nie są tu drogie badania w klinikach, ale regularne samobadanie, które nic nie kosztuje i zajmuje 3 minuty miesięcznie.

Samodzielne jąder

– sprawdź, jak to zrobić?



ŚWIAT ZDROWIA
OPERATOR MEDYCZNY

Szacuje się, że nawet **70% przypadków nowotworów jest związanych ze stylem życia i narażeniem na czynniki rakotwórcze**. Zmiana nawyków i regularne badania profilaktyczne mogą uchronić Cię przed groźnymi chorobami i uratować Ci życie.

Wykrycie nowotworu we wczesnym stadium, kiedy jeszcze nie daje objawów, znacznie zwiększa szanse na wyleczenie.

3 NAJWAŻNIEJSZE ZASADY:

1

Wykonuj samobadanie regularnie raz w miesiącu.

2

Poświęć samobadaniu od 3 do 5 minut

3

Najlepiej pod prysznicem lub zaraz po kąpeli

JAK SIĘ BADAĆ?



Chwyc jedno jądro za pomocą obu rąk.



Sprawdź, czy nie wyczuwasz żadnych większych zgrubień, które są bolesne w dotyku.



W ten sam sposób zbadaj drugie jądro.

CZEGO NIE MUSISZ SIĘ OBAWIAĆ?

- Naturalną rzeczą jest, że jedno jądro jest zazwyczaj nieco mniejsze i osadzone niżej od drugiego.
- Drobne guzki i zgrubienia są naturalnymi strukturami w jądrach i dookoła nich.

CO POWINNO CIĘ ZANIEPOKOIĆ?



zgrubienia, narośla lub guzy, które powodują tkliwość lub ból



uczucie ciągnięcia jądra



wyraźny obrzęk jądra



zaczerwienienie moszny



zmiany kształtu jąder

Movember w Twojej Firmie:

Pakiet Zdrowy Mężczyzna



Zadbaj o zdrowie, zanim organizm przypomni się sam. Praca, rodzina, obowiązki, kolejne zadania. W codziennym biegu łatwo odłożyć własne zdrowie na później. Zmęczenie, spadek energii, problemy ze snem czy gorsza regeneracja często wydają się czymś naturalnym. Tymczasem mogą być sygnałem zmian zachodzących w organizmie. Pakiet Zdrowy Mężczyzna pomaga sprawdzić najważniejsze parametry związane z energią, hormonami, metabolizmem i profilaktyką zdrowotną.

Można go zrealizować w różnych wariantach – od realizacji badań po pełny, angażujący proces wspierający zdrowie w organizacji.



Pełna ścieżka profilaktyczna: Od edukacji po świadome decyzje

Krok 1: Webinar edukacyjny

Pierwszy krok to edukacja i budowanie świadomości zdrowotnej przed badaniami. „Testosteron. Klucz do męskiej równowagi hormonalnej” to jeden z tematów webinarów, który przygotowaliśmy z myślą o pracownikach.

Krok 2: Badania profilaktyczne

Obejmują kluczowe parametry laboratoryjne dopasowane do programu Zdrowy Mężczyzna. Wyniki są dostępne w pełni cyfrowo – online na platformie Mój Świat Zdrowia.

Krok 3: Interpretacja wyników i konsultacje

Po otrzymaniu wyników pracownik może skonsultować je z lekarzem i uzyskać wskazówki dotyczące dalszego postępowania. Dzięki temu program nie kończy się na wykonaniu badań, ale pomaga zrozumieć wyniki oraz podjąć świadome decyzje dotyczące zdrowia.

Dla kogo stworzyliśmy ten program?

Warto rozważyć wykonanie badań, jeżeli pracujesz pod dużą presją, chcesz sprawdzić stan zdrowia po 40. roku życia lub Twój organizm wysłał konkretne sygnały:



Często odczuwane zmęczenie



Problemy ze snem



Spadek formy



Wahania nastroju



Movember w Twojej Firmie:

Pakiet Zdrowy Mężczyzna



Zdrowy Mężczyzna

Akcja profilaktyczna wspierająca zdrowie mężczyzn. Obejmuje ocenę parametrów związanych ze zdrowiem metabolicznym, gospodarką hormonalną, poziomem testosteronu, profilaktyką prostaty oraz ogólną kondycją organizmu.

energia i gospodarka hormonalna

Testosteron całkowity	Główny męski hormon wpływający na energię, libido, regenerację i samopoczucie.
SHBG	Białko wpływające na dostępność testosteronu dla organizmu.
FSH	Hormon biorący udział w regulacji pracy jąder.
LH	Hormon kontrolujący produkcję testosteronu.
Estradiol	Hormon obecny również u mężczyzn, wpływający m.in. na metabolizm i równowagę hormonalną.
Prolaktyna	Hormon, którego nieprawidłowy poziom może wpływać na libido i samopoczucie.
TSH	Podstawowy wskaźnik pracy tarczycy wpływającej na energię i metabolizm

zdrowie metaboliczne i sercowo-naczyniowe

Glukoza	Ocena poziomu cukru we krwi
Lipidogram	Ocena poziomu cholesterolu i ryzyka chorób serca
Kwas moczowy	Parametr związany z metabolizmem oraz ryzykiem dny moczanowej
Magnez	Wspiera pracę mięśni, serca i układu nerwowego

wątroba

ALT	Ocena stanu komórek wątroby
AST	Parametr wspierający ocenę funkcji wątroby
GGTP	Marker pracy wątroby i dróg żółciowych
Albumina	Białko wykorzystywane do oceny funkcji wątroby

nerki i gospodarka wodno-elektrolitowa

Kreatynina	Ocena pracy nerek
Mocznik	Parametr wspierający ocenę funkcjonowania nerek
Sód	Odpowiada za gospodarkę wodno-elektrolitową
Potas	Ważny dla pracy serca, mięśni i układu nerwowego

profilaktyka prostaty

PSA	Marker wykorzystywany w profilaktyce chorób prostaty
-----	--

witaminy ogólny stan zdrowia

Witamina D	Ocena jednego z najczęstszych niedoborów wpływających na odporność i samopoczucie.
Morfologia krwi	Ogólna ocena organizmu
OB	Wskaźnik przewlekłego stanu zapalnego
CRP	Czuły marker stanu zapalnego
Wapń	Ważny dla zdrowia kości i mięśni

Rozszerzenie: Webinar edukacyjny

Webinar może poprzedzać akcję profilaktyczną i pomagać pracownikom zrozumieć znaczenie profilaktyki oraz wykonywanych badań.

Cena: **od 4000 zł brutto za webinar***

Rozszerzenie: Telekonsultacje lekarskie

Program można rozszerzyć o konsultacje lekarskie wspierające interpretację wyników badań. Telekonsultacje mogą zostać sfinansowane w całości przez pracodawcę jako element programu zdrowotnego lub samodzielnie zakupione przez pracownika po otrzymaniu wyników badań.

 Sprawdź dostępne konsultacje online na stronie [Świata Zdrowia](#)

Cena: **w zależności od specjalizacji liczby wizyt***

Dlaczego pracodawcy wybierają nasze programy profilaktyczne?

- ✓ **Gotowe rozwiązanie:** Otrzymujesz gotową akcję profilaktyczną do realizacji w organizacji.
- ✓ **Wyróżniająca synergia:** Możliwość połączenia edukacji zdrowotnej z badaniami.
- ✓ **Wzmocnienie dobrostanu:** Wsparcie dla pracowników budujące silną markę pracodawcy.
- ✓ **Elastyczność:** Model realizacji w pełni dopasowany do specyfiki i potrzeb Twojej firmy.

 Szczegółowe opisy poszczególnych badań znajdziesz w [Bazie Badań Świata Zdrowia](#).

*Finalny koszt usługi zależy od zakresu i lokalizacji realizacji badań, zostanie potwierdzony na etapie przygotowania oferty.

Cena: **od 317 zł brutto za osobę***