

# RAPORT

*o stanie zdrowia psychicznego  
aktywnych zawodowo Polaków*



31 MARATONÓW  
W 31 DNI

# RAPORT O STANIE ZDROWIA PSYCHICZNEGO

AKTYWNYCH ZAWODOWO POLAKÓW



PRZYGOTOWANE PRZEZ

**SW RESEARCH**

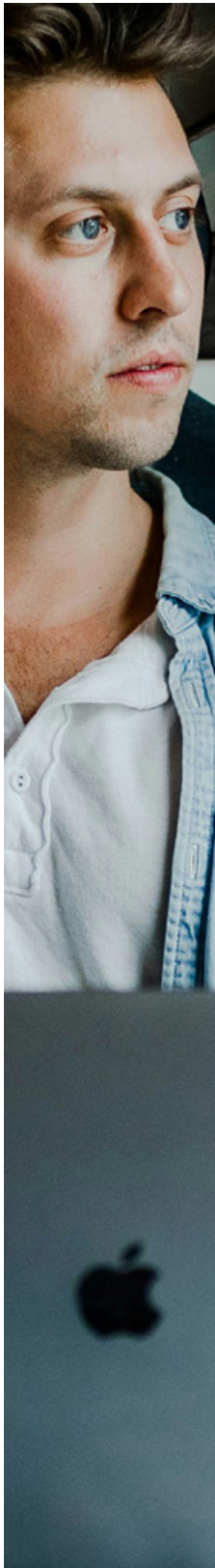
[sw@swresearch.pl](mailto:sw@swresearch.pl)

WE WSPÓŁPRACY Z

**RUNAWAYS**

[wspolpraca@runaways.pl](mailto:wspolpraca@runaways.pl)

[www.swresearch.pl](http://www.swresearch.pl)



## Słowo wstępu

---

**Mordor na Domaniewskiej od ponad dekady bawi pracowników (nie tylko warszawskich) zagłębi biurowych. Jednak ostatnie 5 lat nie dawało zbyt wiele powodów do śmiechu – począwszy od pandemii COVID-19 poprzez wojnę w Ukrainie aż po galopującą inflację oraz niepewność jutra.**

Obserwowaliśmy też jak młode pokolenie - Millenialsi czy tzw. "Zetki" - zmieniają sposób funkcjonowania polskich firm. Wiele memów i publikacji zostało poświęconych temu zagadnieniu - zderzeniu generacji w miejscu pracy.

W ostatnich latach zostało zrealizowanych również dużo badań i napisano wiele raportów na temat młodego pokolenia. Można odnieść wrażenie, że Gen Z odmieniono już przez wszystkie przypadki i przypisano im wiele różnych, czasem skrajnych etykiet. Jedni powiedzą, że w miejscu pracy "młodzi są roszczeniowi", inni - że wyjątkowo zmotywowani do pracy dla idei, a nie tylko dla pieniędzy.

To naturalne, że oczy większości badaczy skierowane są na najmłodsze pokolenia - w końcu to one będą kształtować świat najbliższych dekad.

Warto jednak pamiętać również o pozostałych generacjach. Starsi pracownicy (nie tylko korporacji) w ciągu ostatnich 5 lat, doświadczając wielu trudów życia codziennego, także musieli się dostosować do zmieniających się warunków i przewartościować swoje dotychczasowe priorytety.

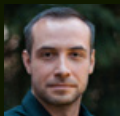
Ta nagła mobilizacja, wywołana pilną potrzebą adaptacji, wywołała szereg niepokojów i napięć, a tematyka szeroko pojętego zdrowia psychicznego nie schodziła z agendy różnych instytutów badawczych, które z zainteresowaniem zaczęły przyglądać się nowym zjawiskom społecznym (np. lockdown, praca zdalna, rosnące znaczenie komunikatorów i świata online, deprywacja kontaktów międzyludzkich, samotność w nowoczesnym świecie itd.)

Zauważyły to też firmy i próbując się dopasować do nowej rzeczywistości, zaczęły coraz częściej komunikować, że są "wrażliwe na mental health" swoich pracowników. Pojawiły się programy wellbeingowe, a jednym z nowych benefitów pracowniczych stało się wsparcie psychologa.

### **Czy to wystarczy?**

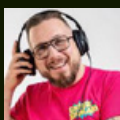
Zaangażowaniem w akcję 31 maratonów w 31 dni chcieliśmy poruszyć temat zaburzeń mentalnych wśród polskich pracowników, a naszym badaniem temat ten pogłębić i ująć ilościowo.

**Zapraszamy do lektury.**



**Piotr Zimolzak | SW Research**

Współwłaściciel, wiceprezes i główny analityk



**Rafał Ferber | Runaways**

CEO

# Na początek

---

**Na początek najważniejsze wnioski z badania.** Dwie trzecie pracowników uważa, że są do-  
brzy w tym, czym zajmują się w pracy, ale:

**80%**

---

nie może powiedzieć, że robi zawodowo to, co kocha,

**77%**

---

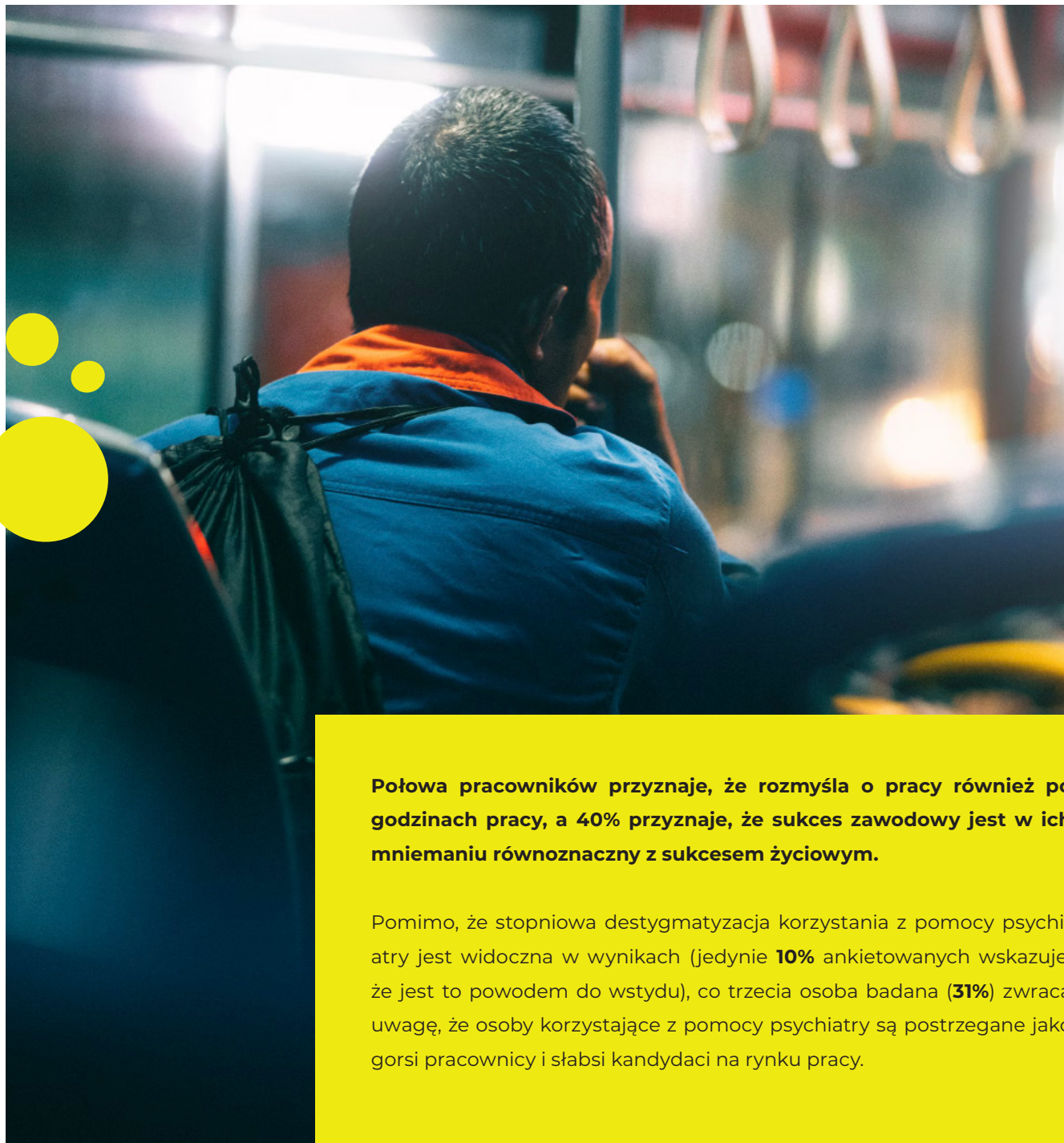
nie ma poczucia, że wykonywana praca jest potrzebna społeczeństwu, a

**73%**

---

nie jest zadowolona z wysokości swoich zarobków.

# Połowa pracowników...



**Połowa pracowników przyznaje, że rozmyśla o pracy również po godzinach pracy, a 40% przyznaje, że sukces zawodowy jest w ich mniemaniu równoznaczny z sukcesem życiowym.**

Pomimo, że stopniowa destygmatyzacja korzystania z pomocy psychiatri jest widoczna w wynikach (jedynie **10%** ankietowanych wskazuje, że jest to powodem do wstydu), co trzecia osoba badana (**31%**) zwraca uwagę, że osoby korzystające z pomocy psychiatri są postrzegane jako gorsi pracownicy i słabsi kandydaci na rynku pracy.

# Czterech na dziesięciu...

---

Czterech na dziesięciu pracowników (39%) raz w tygodniu lub częściej czuje się zbyt zmęczony/a po pracy, aby cieszyć się wolnym czasem. Znaczenie tego problemu jest największe w najmłodszych pokoleniach:

**47%**

---

Pokolenie Z (roczniki 1995-2012)

**44%**

---

Pokolenie Y/Millenialsi (roczniki 1980 – 1994)

**37%**

---

Pokolenie X (roczniki 1965 – 1979)

**23%**

---

BB/Baby boomers (roczniki 1946 – 1964)

# “Po godzinach”

---

Zjawisko to może mieć związek z deklarowaną pracą w godzinach nadliczbowych  
– przynajmniej raz w tygodniu nadgodziny robią następujące odsetki pracowników:

**20%**

---

Pokolenie Z (roczniki 1995-2012)

**27%**

---

Pokolenie Y/Millenialsi (roczniki 1980 – 1994)

**20%**

---

Pokolenie X (roczniki 1965 – 1979)

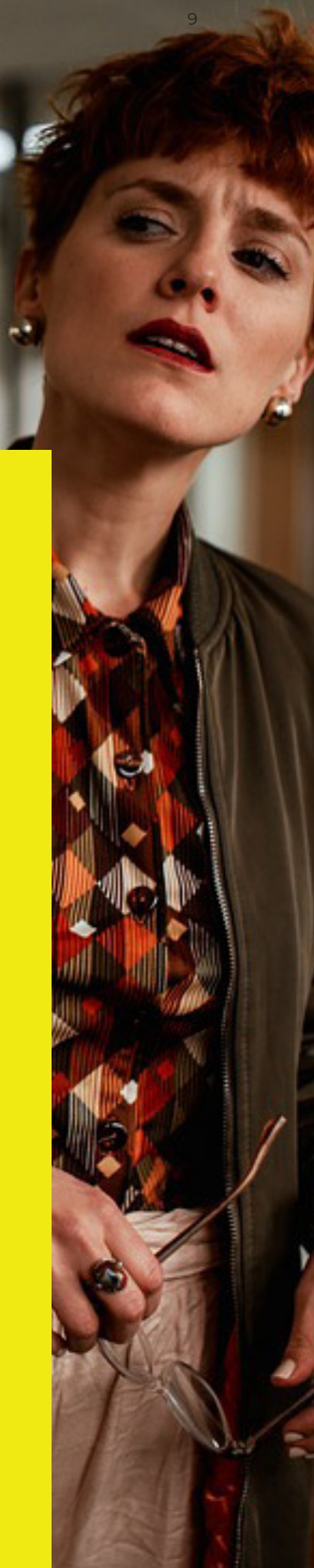
**16%**

---

BB/Baby boomers (roczniki 1946 – 1964)

**Najstarsze pokolenie (roczniki 1945-1964) deklaruje częściej niż pozostałe, że nie zdarza im się rezygnować ze zwolnienia/wolnego w pracy w obawie przed negatywną opinią współpracowników/pracodawcy. To też pokolenie, które częściej wyznaje zasadę traktowania pracy priorytetowo i dawania z siebie 100% w pracy.**

Dla osób z tego pokolenia życie zawodowe jest bardzo ważną częścią ich życia – w przeciwieństwie do najmłodszego pokolenia, które dopiero wchodzi na rynek pracy i najrzadziej zgadza się z tym stwierdzeniem. Pokolenie Z i Millenialsi częściej uważają, że praca na pełny etat ich ogranicza (realizację ich celów i marzeń). Starsze pokolenia (powyżej rocznika '79, czyli Pokolenie X i Baby Boomers) częściej deklarują, że praca przynosi im dużo satysfakcji. W każdym pokoleniu z deklaracją, że praca jest przede wszystkim sposobem na pozyskanie pieniędzy zgadza się duży odsetek badanych (od **68%** w najstarszym, do **77%** w najmłodszym pokoleniu). Pracownicy z Pokolenia X i Baby Boomers częściej umieją zachować równowagę pomiędzy życiem zawodowym i prywatnym (wskazało tak odpowiednio **60%** i **68%** badanych w tych grupach, podczas gdy wśród młodszych pokoleń była to ok. połowa ankietowanych). Osoby z najstarszych roczników znacznie częściej czują się docenieni za wkład, który wnoszą do firmy (deklaruje tak **61%** badanych w tej grupie, a w najmłodszej grupie badanych jest to jedynie **31%**). Większość respondentów uważa, że ma dobre relacje z kolegami/ koleżankami z pracy, a także z przełożonym, przy czym takie największy odsetek takich osób jest w pokoleniu Baby Boomers. Jest to też pokolenie bardziej zadowolone ze swojej pracy i które czuje jej sens.





*“Mimo rosnącej świadomości problemu, większość pracodawców nie wprowadza skutecznych programów wsparcia psychologicznego. Pracownicy często nie mają dostępu do profesjonalnej pomocy, co pozostawia ich bez wsparcia w trudnych chwilach. Ponadto, kultura organizacyjna w wielu firmach nie sprzyja otwartej komunikacji i wzajemnemu wsparciu, co potęguje negatywne efekty stresu i wypalenia”*

- **Karina Januszko**, lekarz psychiatra.



# Pomoc

**Korzystanie z pomocy specjalistów od zdrowia psychicznego (psychologa lub psychiatry) jest powszechniejszym doświadczeniem w młodszych pokoleniach** – osoby 30- letnie i młodsze znacząco częściej przyznają, że znają osoby, którym psycholog pomógł w kryzysie oraz że korzystanie z pomocy takiego specjalisty może zapobiegać pojawieniu się problemów zdrowia psychicznego. Podobnie, badani z pokoleń Y i Z istotnie częściej niż pokolenia starsze, przyznają, że w razie wystąpienia problemów emocjonalnych / psychicznych sięgnęliby po pomoc specjalisty.



*“Dostęp do regularnych sesji terapeutycznych i poradnictwa psychologicznego powinien stać się standardem, aby zapobiegać kryzysom i wspierać pracowników w radzeniu sobie z codziennymi wyzwaniami zawodowymi. Implementacja takich działań może nie tylko poprawić samopoczucie pracowników, ale również zwiększyć ich lojalność i zaangażowanie, co przełoży się na długofalowy sukces organizacji”*

- **Iga Gałęcka**, Konsultant Kryzysowy.

# Czas dla siebie

---

W sytuacji pogarszającego się stanu psychicznego, niezależnie od pokolenia, badani najczęściej zwracają się z rozmową do osób bliskich (35%) oraz starają się zadbać o czas „dla siebie” (28%). Millenialsi częściej niż starsze pokolenia skorzystaliby ze wsparcia psychologa, a osoby z pokolenia Z wybierają częściej ćwiczenia fizyczne.

**49%**

---

Hobby i zainteresowania

**46%**

---

Dbanie o czas „dla siebie”

**43%**

---

Rozmowy z osobami bliskimi

**40%**

---

Ćwiczenia fizyczne



Dbanie o czas „dla siebie”: istotnie częściej wskazywane przez pokolenie Baby boomers (**56%**), szczególnie w porównaniu z Pokoleniem Y i Pokoleniem X.

Ćwiczenia fizyczne: Najrzadziej wskazywane przez Baby boomersów (**29%**), najczęściej przez Millenialsów (**45%**).

“

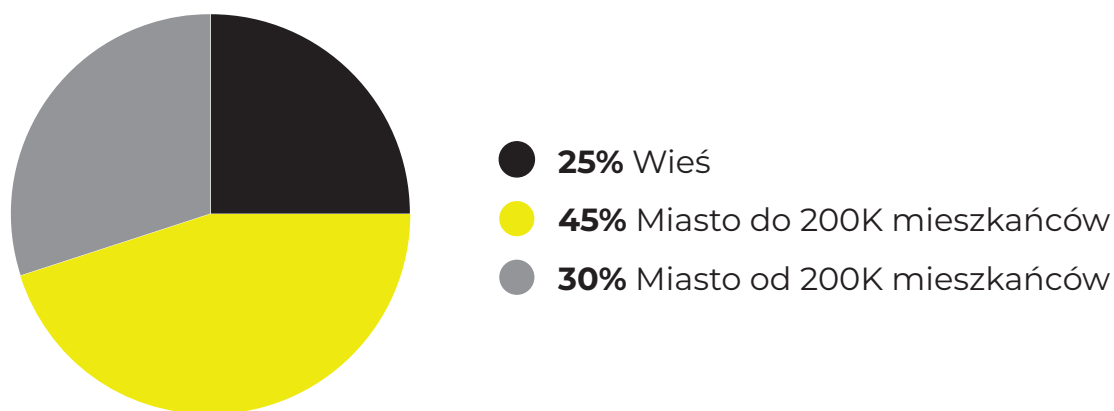
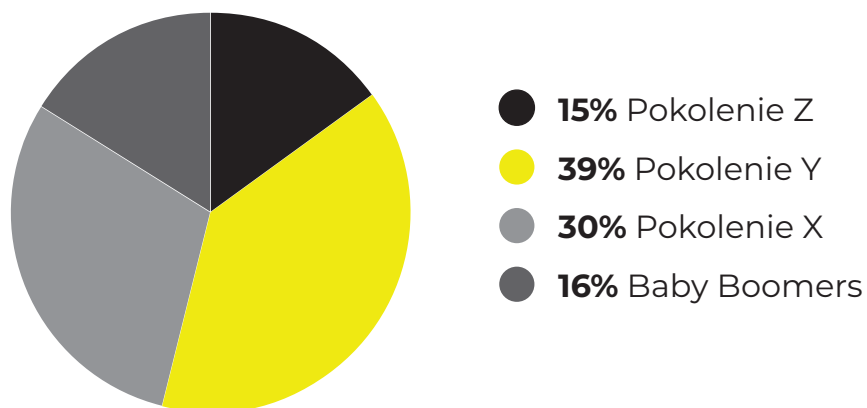
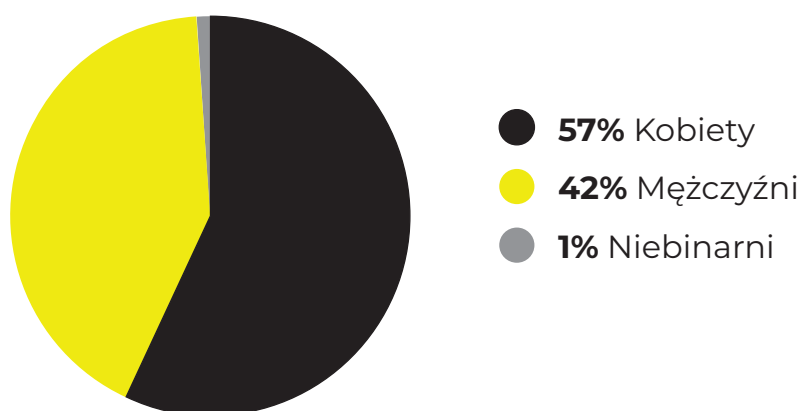
*Każdy pracodawca, bez względu na formę prowadzonej działalności oraz postać prawną, powinien mieć w swoim otoczeniu osoby, które działają jak “poduszka bezpieczeństwa” dla osób pracujących w wysokim stresie. Kompetencje konsultantów i interwentów kryzysowych pozwalają na udzielenie pracownikom wsparcia, które nie będzie obarczone stygmatem “nienormalności” oraz prowadzenia kompleksowych programów wsparcia psychicznego w miejscu pracy”*

- **Iga Gałęcka**, Konsultant Kryzysowy.

# Nota metodologiczna

Badanie zostało przeprowadzone techniką wywiadów on-line (CAWI) w kwietniu i maju 2024 roku. W ramach badania zebrano 1219 ankiet z dorosłymi osobami, deklarującymi swoją aktywność zawodową na rynku pracy.

W próbie zapewniono zróżnicowanie ze względu na płeć, wielkość miejscowości wielkości firm, branże, tryby pracy oraz przynależność do pokolenia.



# Autorzy

**SW Research - Agencja Badań Rynku i Opinii** SW Research to innowacyjna agencja badawcza specjalizująca się w badaniach online. Firma jest właścicielem jednego z największych paneli konsumenckich online w Polsce – [swpanel.pl](http://swpanel.pl) oraz nowoczesnej platformy do projektowania badań online [ankieteo.pl](http://ankieteo.pl). Agencja działa zarówno w obszarze badań ilościowych, jakościowych, a także oferuje rozwiązania z zakresu IT na potrzeby badań rynku. Do kluczowych klientów w portfolio agencji należy zaliczyć domy mediowe, agencje PR, producentów FMCG, retail, instytucje finansowe, a także inne agencje badawcze. Więcej informacji: [www.swresearch.pl](http://www.swresearch.pl)

**Runaways - agencja reklamowa**, specjalizująca się w działaniach performance marketing i social media. Współautor projektu [31 maratonów w 31 dni](#) - projektu, którego celem jest [finansowe wsparcie Antydepresyjnego Telefonu Zaufania](#).



[www.swresearch.pl](http://www.swresearch.pl)