

Јасмина МИЛАЧИЋ

УДК 796.1:316(043.2)

СТАВОВИ О РЕКРЕАЦИЈИ ЗАПОСЛЕНИХ (CORPORATE WELLNESS) У ПЕРИОДУ ТРАНЗИЦИЈЕ (извод из магистарског рада)

Сажетак

Савремени начин живота донео је веома брзе промене, али је оставио човека да трпи утицаје које не може лако да превазиђе. Ти утицаји имају увек негативну конотацију, а проблеми здравствене природе изазвани су конзумацијом хране, некретањем, психичким поремећајима или употребом алкохола и дроге. Из наведеног се наметнула потреба појаве програма који су донели револуцију у промоцији физичког вежбања.

Учињен је и покушај да се дође до практичних сазнања о еволуцији идеје о менаџменту и организацији рада и физичког вежбања. Сигурно да то не може да доведе до научног предвиђања и законитости, али је намера покушај идентификације и дефинисања начина схватања Corporate Wellness-а у компанијама у Србији. Као репрезенти појединих модела власништва и организовања изабрани су најистакнутији представници у Србији.

Предмет истраживања је утврдити ставове запослених и менаџмента о Corporate Wellness-у, њихов однос, а циљ је утврдити и на бази добијених резултата предложити одређена побољшања личног задовољства запослених, што би допринело и повећању профита колектива и свих сегмената који директно утичу на појединца и друштво.

Резултати су показали да очекиване разлике у ставовима између компанија или менаџмента и запослених нису потврдиле претпоставке изнете у хипотезама. Што се анализе здравственог статуса тиче, преко трећине запослених има угрожено здравље. Сада у транзицији, запослени имају све мање слободног времена, тако да се бављење рекреативним активностима ставља као приоритет. Анализом ставова и мотива, вежбање ради здравља показује да је свест на високом нивоу, али, нажалост, спровођење у дело то не показује. Сама транзитивна кретања нису донела очекивану брзину промена код запослених и менаџмента, тако да ни све што је везано за *Corporate Wellness* и његова неопходност, није довољно јасно запосленима, а када посматрају појединачно (здравствено стање, концентracија, међуљудски односи, задовољство послом, животни склад...), схватају колики је значај рекреације.

Кључне речи: /corporate wellness, рекреација, ставови, транзиција, запослени/

1. УВОД

Физичко вежбање већ одавно код нас није само мода за што лепшом фигуром него и потреба коју намеће савремени начин живота. Свакодневне обавезе праћене стресом, неправилном исхраном и седењем створиле су потребу за вежбањем.

Упоредо са развојем друштва, развијало се и физичко вежбање. Људи су од најранијих дана уочавали физичке предиспозиције и претпостављали да је њихов значај пресудан у смислу опстанка заједнице, али и односа између припадника истог друштва. Физичке предиспозиције су нарочито добијале на значају у условима рата, али и у миру, као фактор напретка заједнице. Наравно, физичко вежбање није увек било дефинисано како га ми данас видимо, већ је било дефинисано потребом. Те потребе се и до данас нису промениле, већ су само добиле свој други, институционални облик. Ове чињенице дају за право да се многи називи једног истог феномена подведу под заједнички именилац, а преовлађујући именилац у данашње време је спорт.

Савремени начин живота, донео је техничке, технолошке, социолошке и друге, веома брзе промене, али је оставио човека, као биолошко биће, да трпи утицаје које не може лако да превазиђе. Ти утицаји имају увек негативну конотацију, а проблеми здравствене природе изазвани су конзумацијом хране, некретањем, али сусрећу се и много озбиљнији, као дрога, алкохол, психички поремећаји итд.

Из свега наведеног просто се наметнула потреба појаве програма, још у 20. веку, који су донели револуцију у промоцији физичког вежбања, али пре свега у промоцији физичког изгледа. Касније, овај облик се дотиче и у промоцији радне способности, што је цивилизацију извело из индустријске револуције и увело у еру информација, односно у еру бриге о човеку, као споју психичких и физичких потенцијала.

Сам историјски развој свега наведеног игра маргиналну улогу у идеји „бити спреман“ („*to be fit*“), али га није на одмет поменути. Наиме, никада није јасно дефинисано шта то значи, али сама идеја фитнеса потиче из 60-тих година прошлог века, са Кенетом Купером на челу и програмом аеробног вежбања, док маркетиншки облик ова прича добија кроз популарну Џејн Фонду, 80-тих година, и постаје незаобилазни део цивилизованог начина живота. Поменута идеја је незадрживо захватила област менаџмента у савременом свету, а менаџмент и фитнес су „руку под руку“ ушли у креирање односа савременог друштва.

Отуда се развија и нови појам, појам *Corporate Wellness*, који је један од многих термина преузет са енглеског говорног подручја, а, наиме, објашњава сам себе синтагмом – „добро се осећати“ – „*well being*“ (осећати се добро). Преузимати термин не значи и преузети идеју. Идеја се, као и сам термин, преводи у пракси кроз материјално и духовно јединство људских односа, а у овом случају односа рада, управљања и организације. Не може се избећи транзиција тј. промена система вредности, те зато је потребно направити пресек и почетни корак идентификације и систематизације појаве, која би у једном детаљу развоја друштва допринела хуманизацији односа капитала и рада у Србији.

Овај рад је покушај да се дође до практичних сазнања о еволуцији идеје о менаџменту и организацији рада и физичког вежбања. Овај spoj је промовисан

вековима уназад, а доживео је, кроз јасне путеве гранања, како логичне успоне, тако и неизбежне падове. Поента је у идеји да све нуспродукте треба избећи систематичним тј. истраживачким методама, које ће бити представљене у овом раду. Било би претенциозно сматрати да рад овог значаја може да доведе до научног предвиђања и законитости, али, свакако, не би требало пренебрегнути чињеницу да је намера покушај идентификације и дефинисања начина схватања *Corporate Wellness*-а у турбулентном окружењу, у којем се налазе компаније у Србији.

Србија се креће у правцу европских интеграција, тиме се и начини организовања власништва управљају захтевима тржишта. Тако да су у тренутку истраживања запослених затечени сви облици организационих модела компанија: друштвени, акционари, приватни и страни капитал. Као репрезенти појединих модела власништва и организовања изабрани су најистакнутији представници у Србији. Тиме је узорак истраживања добио атрибуте групног.

2. ТЕОРИЈСКИ ОКВИР РАДА

2.1. Дефинисање основних појмова

2.1.1. Ставови

Субјективна искуства о неком проблему или објекту (нису просто расположења или афективне реакције, него је проблем или објекат део тог искуства), изражени као евалуативна димензија. Када се има став према неком објекту, не само да се он једноставно доживљава, већ се доживљава као више или мање пожељан, бољи или лошији, укључују евалуативне (вредносне) судове.

Ставови могу бити језички изражени (саопштени говором). Иако постоји донекле и могућност невербалног изражавања ставова, не може се за врсте које не говоре рећи да их поседују. Људи који имају различите ставове према неком објекту разликоваће се према томе шта сматрају да је истинито или неистинито у вези са тим објектом (слагање или неслагање подразумева процену истинитости).

Релативно трајан систем, тј. усмерава појединца у дужем раздобљу, а такође став је научена, стечена предиспозиција.

Сродни појмови су уверења, веровања, празноверице, мњења или мишљења, вредности. Димензије ставова су: дирекција, сложеност, екстремност, усклађеност, доследност, снага, отвореност или изразитост става.

Истраживање ставова су веома заступљена у простору физичке културе (Вучковић, 2006; Јухас, Орлић, Лазаревић, Јанковић, и Матић, 2011).

2.1.2. Рекреација

Рекреација, било да је дефинисана као квалитет слободног времена или напор за постизање себе, или, као у „Лексикону страних речи и израза“ (Вујаклија, 1990), као освежење, разонода и поновно стварање, најобухватније је садржана у теорији Митића (2001), према којој је рекреација „стварање бића, израстање

личности из примерка хомосапиенса, проистекло из његове властитости, из његове потенцијалности, док се рекреативном активношћу постаје, тј. ствара се људско биће, а не ефикасна људска машина, а рекреација никако није одбрана од негативних последица живљења, већ напор за постизање себе“. Термин рекреација настао је од латинске речи RE-CREATIO што значи поновно стварање, освежавање и окрепљење. Све рекреативне активности намењене су активном и пасивном начину одмора. Многи светски стручњаци из области рекреације покушали су да дају своје дефиниције рекреације. Сви се они слажу да је рекреација добровољно изабрана активност, а никако наметнута, и да људима омогућава активан одмор, забаву и разоноду да би сачували здравље и кондицију.

Физичко вежбање се схвата као делатност која подразумева задовољство и остваривање суштине човека. Физичко вежбање (шире физичка активност) се често узима као суштинска одредница спорта. Не треба заборавити да спорт и физичко вежбање имају различито упориште. Физичко вежбање проистекло је, пре свега, из радне делатности, као делатност која се искључиво користи за васпитне циљеве.

2.1.3. „Corporate Wellness“

Термин „Corporate Wellness“ представља рекреацију запослених, односно *wellness* као појам, у најужем смислу те речи, је програм који је осмишљен да појединца врати у, једноставно речено, физички добру форму и омогући му да се осећа добро.

Појам *wellness-a* први пут спомиње Халберт (1961), који је спојио појмове *well-being* (добро-бити) и *fitnes* (бити у форми). Израз *wellness* данас представља филозофију, институцију и покрет, везану за тело и дух. *Wellness* се веже уз многа подручја људског деловања, међу којима су туризам, медицина, архитектура, спорт, итд.

Данас је прерастао у животни стил света. Када расправљамо о веллнесс-у, углавном се избегава ужа дефиниција, јер препознати, разумети и знати што је *wellness* захтева мултидимензионални и контемплативан приступ. *Сматра се* филозофијом – насупрот негативном и реактивном приступу животу, наглашава позитиван и проактиван приступ животу који ће повећати и унапредити све димензије људског постојања.

Процес остварења и промена у којем особа свесно и одговорно учествује у развоју и интеграцији свих аспеката своје физичке, друштвене, духовне, емоционалне, професионалне и интелектуалне добробити. Кључне речи које се уобичајено користе при појашњавања концепта *wellness* су: процес, свесност, избор и успех.

Наиме, *wellness* је активан *процес* према *успешнијем* постојању, путем *свесности* о томе да је увек могуће успешније живети, те чињењем исправног *избора* на том путу. Међутим, посматран шире, термин је искључиво хуманистички, оријентисан на појединца као сврсисходно биће, његово самопостигнуће и усмереност циљу (самоостварењу), базиран на, поред спољног, човековом унутрашњем животу, побољшању његовог менталног здравља и психичког процеса, изградњи селфа, омогућавању његовог психичког раста и развоја. У вези са тиме

је и концизна дефиниција овог појма, са једном хедонистичком компонентом, коју је формулисао Немачки савез wellness-а: „*Wellness* је живети здраво уз потпуни ужитак“. Интерактивни процес, који подразумева прихватање и примену здравих избора у животу, у циљу стварања успешног и избалансираног стила живота. Кључне речи су:

- ПРОЦЕС – подразумева да у сваком тренутку живота постоји могућност за побољшање животног стила – никада није касно за побољшање, никада није завршено;
- ПРИХВАТАЊЕ – значи да сваки појединац, природно и континуирано, тражи нове информације, више знања о начинима побољшања свог живота;
- ИЗБОР – значи да је особа размотрила више могућности и изабрала оне које су јој се учиниле најповољнијим;
- УСПЕХ – зависи од њих и њихових личних колекција достигнућа у животу и за сам њихов живот.

Наведена дефиниција појма *wellness* заснована је на научним чињеницама, поред које постоје једноставнија тумачења појма, која дефинишу *wellness* као активан пут ка достизању здравог начина живота, одржавање здравог начина живота и стално усавршавање себе и других.

Wellness има неколико основних димензија у животу: друштвену, професионалну, духовну, физичку, интелектуалну, емоционалну.

Има индивидуално значење за свакога, свако може и мора да нађе свој пут и своје циљеве, али је исход исти за све – ДОБАР ЖИВОТ, ЗДРАВ ЖИВОТ, ИСПУЊЕН ЖИВОТ.

Дакле, *wellness* није нешто ново, реч је страног порекла, али суштина је универзална и то је нешто чему људи теже вековима – ЗДРАВ АКТИВАН ЖИВОТ.

2.1.4. Период транзиције

Преображај идентитета пред којим се налази друштво у Србији треба да омогући да успостављање унутрашњег интегритета буде у складу са спољашњом интеграцијом овог друштва која ће омогућити да се оно укључи у Европу. Када је реч о друштву у Србији, такозвани „период транзиције“ има свој специфичан израз и он је несумњиво последица околности у којима се Србија налази већ другу деценију од како је у Европи почела транзиција „постсоцијализма“. Друштво у Србији од тада пролази кроз политичке и економске промене, али тек последњих година постаје видљивије да ипак долази до неких мењања у правцу европских интеграција. Међутим, постоје аспекти културе према којима изгледа да преображај друштва још није заправо почео.

Отуда би се могао извести закључак да је период владавине „социјализма“ потро неке цивилизацијске вредности кроз које би, да није било тог периода, друштво у Србији очувало своје традиционалне облике и тако допринело заједничкој културној баштини човечанства. Овакав закључак изгледа прилично поједностављено јер занемарује чињеницу да су друштвене промене резултанте веома дуготрајних процеса.

Што се тиче друштва у Србији, планирана стратегија одрживог развоја здравог живота може допринети постављању нових оквира, који би могли да буду стимулативни за развој опште свести у свим неопходним правцима друштвених кретања, уколико оствари колективну подршку која се односи и на свакодневни живот индивидуа и друштва. Уважавање природних ресурса представља при том *conditio sine qua non* достојанственог односа према локалном и глобалном окружењу. Ово подразумева одговорност као неопходан елемент духовне еволуције идентитета колектива посредством индивидуа које ће себе видети као ћелије универзалног човека.

2.2. Преглед досадашњих истраживања

Много година су стручњаци из сродних области покушавали да нађу одговоре на питања о рекреацији запослених. У нашој земљи најчешћа истраживања су обележила деведесете године и раније. Из тог периода постоје многобројни докторати, магистарски радови и издате књиге. Нажалост, због ратова, санкциј и свих осталих транзитских криза, „патило“ је цело друштво, па и сама наука.

Крајем деведесетих и почетком новог миленијума, Факултет спорта и физичког васпитања се преко Катедре за рекреацију, њихових студената, постдипломаца и осталих сарадника најчешће бавио задатом темом, „Генех корпорација“ (Митић, 1990) и „Рекреација запослених“ (Мујић, 1980).

Проучавања релације ставова и рекреације још увек се налазе на маргинама истраживачких интересовања, морамо констатовати, пре свега, на основу увида у научну литературу из области рекреације уопште. Да би се додирнули са сличним истраживањима и наишли на искуства у другим наукама послужили смо се решењима већ реализованих истраживања. То су само делови истраживања домаћих и иностраних аутора (Галић, 1984 ; Качавенде-Радић, 1989 ; Радовановић, 1982; Митић, 1990).

Качавенде-Радић (1989), која се бавила образовањем као чиниоцем коришћења слободног времена запослених, дошла је до седам различитих група активности: физичко-рекреативне, алтруистичко- педагошке, културно-естетске, мануелно-делатне, хедонистичко-хазардне, религијске и образовне активности.

Галић (1984) на посредан начин обухвата и бављење рекреативним активностима. Једна од интересантних батерија за истраживање посвећена је испитивању могућих активности у слободном времену, у којима су и физичко-рекреативне активности. Резултате до којих је аутор дошао не можемо третирати као охрабрујуће јер указују да је код одрасле особе у веома малој мери изражено интересовање за бављење физичким активностима.

Радовановић (1982) се годинама бави физичким васпитањем, његова докторска дисертација „Стил понашања наставника и ставови ученика о вредностима физичког васпитања“ приказује ставове о којима је реч и у овом раду. Резултати његовог истраживања говоре да су ставови о физичком васпитању углавном позитивни, само се разликују стилови понашања наставника.

3. ПРЕДМЕТ ЦИЉ И ЗАДАЦИ ИСТРАЖИВАЊА

Предмет истраживања је утврдити ставове запослених и менаџмента о *Corporate Wellness*-у, њихов однос у моделима страних компанија, јавних предузећа, друштвених предузећа и приватне компаније.

Циљ истраживања је утврдити ставове о *Corporate Wellness*-у између менаџмента и запослених у сваком од поменутих модела компанија. Такође, утврдити ставове менаџмента и запослених у сва четири модела типа власништва компанија и констатовати њихове разлике.

Такође, циљ је да се, на бази добијених резултата, предложи одређена побољшања, која могу допринети личном задовољству, повећању профита компанија и свим сегментима који директно утичу на појединца и друштво. Полазећи од предмета и јасно дефинисаног циља конкретизовани су и следећи истраживачки задаци:

- прикупити литературу
- дефинисати испитанике
- изабрати упитник
- извршити припрему тестирања
- извршити тестирање
- извести закључке на основу прикупљених података и резултата истраживања

4. ХИПОТЕЗЕ ИСТРАЖИВАЊА

На основу досадашњих истраживања, предмета и циља могу се поставити следеће хипотезе. Предвиђена је општа хипотеза:

Очекује се да ће се ставови о *Corporate Wellness*-у између различитих типова власништва компанија, њихових запослених и менаџмента, веома разликовати.

Посебне хипотезе (потхипотезе) биле су формулисане у следећем облику:

Запослени у компанијама са страним капиталом имају позитивније ставове према *Corporate Wellness*-у, у поређењу са запосленима у јавним предузећима и акционарским компанијама.

Запослени у јавним предузећима имају неповољније ставове према *Corporate Wellness*-у, у поређењу са запосленима у компанијама са страним капиталом и акционарским компанијама.

Запослени у акционарским компанијама имају умереније ставове према *Corporate Wellness*-у у поређењу са запосленима у јавним предузећима и компанијама са страним капиталом.

Очекује се код приватног власништва да власник има потребу да спроводи *Corporate Wellness*, али га ниско рангира у реду приоритета предузећа, што се очекује и код запослених у компанијама са приватним домаћим улагањем.

5. МЕТОДОЛОГИЈА

5.1 Ток и поступци истраживања

Истраживање је обављено у страном компанији „Теленор“, друштвеној компанији ПТТ саобраћаја „Србија“, акционарском друштву „Симпо“ приватизованој компанији „Водопривреда“. Период анкетирања је трајао три недеље, прикупљање података и унос истих следећих недељу дана.

На тржишту наше земље делују стране и домаће компаније. Узорак у истраживању обухвата представнике страних компанија, јавних предузећа, акционаре, приватне компаније.

Упитник је постављен шире од задатих униваријантних приступа, зато што је и угао посматрања проблема којим се бавимо много шири, тј. мултиваријантни (као сам *wellness*). Садржај упитника је, практично, из више целина – опште информације, део који се бави мотивима запослених и део који указује на стање у ком се запослени налазе.

5.2. Узорак испитаника

Популацију из које је биран узорак испитаника и на коју се односи ово истраживање сачињавају запослени и менаџмент, на територији Београда. Група од 200 испитаника има обележја групног и хотимичног узорка. Атрибути групног узорка проистичу из чињенице да су испитаници издвојени из четири различите корпорације по критеријуму структуре власништва, док су особине хотимичности садржане у контролисаном начину избора испитаника унутар сваке корпорације. Из сваке компаније, наиме, узето је по 10% представника различитих стратума које је било могуће препознати у структури запослених – по 10% запослених из стратума менаџмента и по 10% из остала четири слоја запослених. Из сваке компаније („Теленор“, Пошта, „Симпо“ и „Водопривреда“) узето је по 50 запослених (укупно 200 запослених). За сваки поједини стратум испитаници су одабрани по принципу случајности, што је омогућило да у коначан узорак уђу испитаници различитих обележја (по критеријуму пола, узраста, брачног статуса, стручне спреме, дужине радног стажа и материјалног статуса), пропорционално учесталости јављања у укупном броју потенцијалних кандидата, запослених у четири одабране корпорације.

5.3. Узорак варијабли

Узорак варијабли: критеријумска варијабла – организациони модел компанија, или тип власништва; предикторске варијабле: ставови менаџмента о *Corporate Wellness*-у, као и ставови запослених о *Corporate Wellness*-у.

Ставови су истраживани путем јединственог упитника, који се састоји из више делова у циљу што објективније процене стања у периоду транзиције. Због природе експлоративног истраживања, није било могуће користити стандардизовани инструмент, па је конструисан специфичан анкетни лист. Експлоративна природа упитника у већини варијабли је онемогућила примену било које мерне скале, због

чега нису провераване ни метријске карактеристике (валидност, ревијабилност, објективност и дискриминативност). Природа варијабли је условила потребу да се емпиријски подаци искажу, првенствено, кроз фреквенције чиме су непараметријске статистичке процедуре наметнуте као одговарајући модел квантификација при закључивању.

Независне варијабле су:

- ниво образовања
- задовољство послом (нивоом и врстом)

Зависне варијабле су:

- перцепције суштине појма физичке активности – рекреације
- функције физичко-рекреативних активности (здравствена, забавна, социјална, психолошка, естетска)
- самопотврђивање кроз рекреативне активности
- врсте рекреативних активности
- учесталост бављења активностима
- физичка активност у слободном времену
- ометајући фактори (баријере) за бављење физичким активностима

Контролне варијабле:

- пол
- године старости
- брачни статус
- занимање
- материјални статус

Групу независних варијабли у истраживању поделили смо у две подгрупе, представљају их образовне карактеристике испитаника и њихово задовољство послом који обављају.

Посматрано у целини, зависне варијабле смо груписали у складу са више различитих приступа проблему овог истраживања, тако да првом групом зависних варијабли испитујемо однос:

- перцепције суштине појма физичке активности – рекреације
- функције физичко-рекреативних активности (здравствена, забавна, социјална, психолошка, естетска)
- самопотврђивање кроз рекреативне активности
- врсте рекреативних активности
- учесталост бављења активностима
- физичка активност у слободно време
- ометајући фактори (баријере) за бављење физичким активностима

Групу контролних варијабли чине социодемографска обележја испитаника које смо посматрали (пол, године старости, брачни статус, занимање, материјални статус). Сматрамо да пол, године и брачни статус испитаника могу бити значајни фактори партиципације и односа према рекреативним активностима. Имајући

у виду друштвену и економску условљеност рекреације у савременом друштву, такође сматрамо да су варијабле којима испитујемо занимање и материјални статус испитаника значајно повезане са односом испитаника према рекреативним активностима.

5.4. Статистичка обрада података

Сви подаци прикупљени током истраживања обрађени су поступцима дескриптивне и компаративне статистике. За математичко процесирање оригиналних података и њихову графичку илустрацију коришћени су апликациони програми за персоналне рачунаре *SPSS* и *Microsoft Excel*.

Из простора дескриптивне статистике за сваку варијаблу исказану у форми интервалне скале, односно континуиране статистичке серије, одређени су репрезентативни централни и дисперзиони параметри, а за све варијабле исказане у форми прекидне (дискретне) статистичке серије одређена је једино дистрибуција фреквенција као једини смислени дескриптивни показатељ.

Из простора компаративне статистике примењене су првенствено дискриминативне процедуре, и то:

- Контингенцијска анализа (χ^2 -тест) приликом упоређивања варијабли исказаних фреквенцијама
- Униваријантна анализа варијансе (АНОВА) приликом упоређивања дескриптивних централних параметара (аритметичке средине) више субузорака.

6. ИНТЕРПРЕТАЦИЈА РЕЗУЛТАТА СА ДИСКУСИЈОМ

С обзиром на велики број разноврсних ајтема од којих је био састављен основни инструмент за прикупљање података, као и на комплексност узорка испитаника, сви добијени подаци подељени су и интерпретирани у неколико већих и мањих целина.

Сваки ајтем је анализиран у односу на основни хипотетски предиктор овог истраживања – организациони модел компаније. Осим типа компаније, када је то било логично, улога хипотетских предиктора повремено је додељивана и другим варијаблама попут пола, старости, стручне спреме и економског статуса испитаника.

6.1. Актуелно стање Corporate Wellness-а у неким компанијама у Републици Србији

Иако се већ на основу неких закључака интерпретираних у претходном одељку који је био посвећен општој физичкој активности запослених у четири различите компаније у периоду транзиције могло могла стећи извесна слика (нажалост неповољна) о кретним навикама, количини и начину трошења слободног времена, на овом месту је исти проблем још детаљније опсервиран, пре свега, из аспекта рекреације запослених у њиховим компанијама (*Corporate Wellness*-а). Неповољни утисци формиран на основу ранијих анализа потврђени су и приликом осврта на три специфична ајтема праћена у овом одељку. Показало се, наиме, да запослени

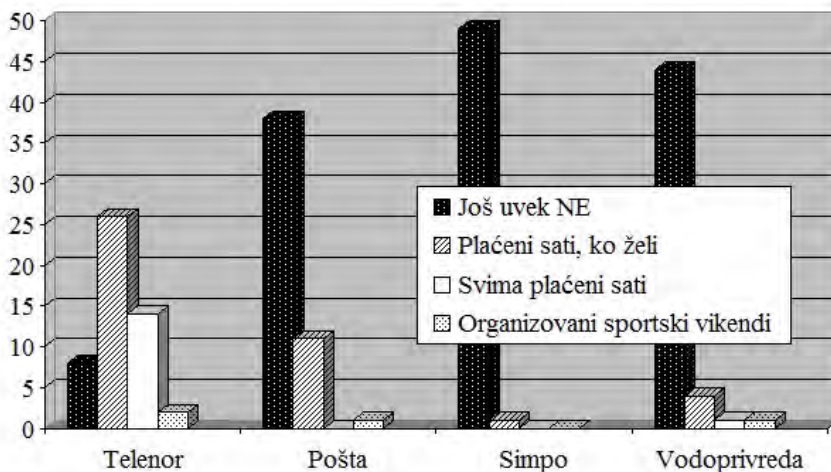
у српским компанијама, осим што немају добре навике и добро организован буџет слободног времена, ни у компанијама у којима су запослени немају адекватне услове за систематско упражњавање рекреативних активности. Општи је утисак да је *Corporate Wellness* на крају листе приоритета готово свих компанија у Србији, без обзира на организациони модел и власничку структуру. Тако се увидом у нумеричке податке (апсолутне и релативне фреквенције) приказане у Табели и на слици, лако запажа да се готово две трећине запослених (69,5% укупног узорка) осећа препуштено самима себи будући да њихове компаније нису увеле ниједан вид рекреације запослених. Овај проценат је још неповољнији када се сагледа појединачно за сваку компанију. Тако је 98% запослених у „Симпу“, 88% запослених у „Водопривреди“ и 72% у Пошти изјавило да у својим компанијама не препознаје ниједан модел организованог *Corporate Wellness*-а. Једино су запослени у „Теленору“ имали осетно нижи проценат од оног који је утврђен за комплетан узорак (само 16% њих не препознаје елементе *Corporate Wellness*-а). У овој иностраној компанији, међутим, највише запослених (52%) је изјавило да они који желе да вежбају имају плаћене сате које, судећи по ранијим подацима о општој физичкој (не)активности запослених, мало њих и користи. Ово одступање „Теленора“ утицало је и на појаву статистички сигнификантне разлике између дистрибуција одговора утврђених у четири различите компаније, односно, на веома ниску вредност реализованог нивоа значајности ($Sig.<.,05$). Међу одговорима запослених у преостале три компаније (Пошта, „Симпо“ и „Водопривреда“) није било значајнијих разлика.

Табела 1. Дистрибуција одговора 200 запослених о томе да ли је њихова компанија већ увела неки вид организоване физичке активности

Компанија	Још увек НЕ	Плаћени сати, ко жели	Свима плаћени сати	Организовани спорт. викенди
Теленор	8 (16%)	26 (52%)	14 (28%)	2 (4%)
Пошта	38 (72%)	11 (22%)	0	1 (2%)
Симпо	49 (98%)	1 (2%)	0	0
Водопривреда	44 (88%)	4 (8%)	1 (2%)	1 (2%)
Σ	139 (69,5%)	42	15	4

$\chi^2 = 31,624^*$ $Sig. = ,003$

Слика 1. Дистрибуција одговора 200 запослених о томе да ли је њихова компанија већ увела неки вид организоване физичке акцијонист



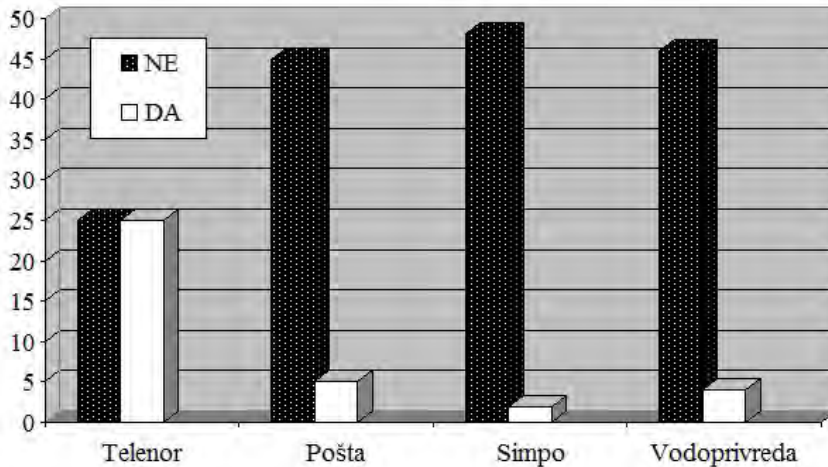
Лош статус *Corporate Wellness*-а потврдили су и подаци везани за наредни ајтем којим је проверавано да ли и у којој мери нека од четири компаније спроводи било какав програм подстицања запослених на бављење систематским рекреативним вежбањем. Овде се, дакле, није радило о непосредном организовању физичких активности, већ о систематском и стручном деловању на свест радника кроз указивање на важност физичке активности у савременим условима живота и објашњавање принципа избора адекватне физичке активности. У овом аспекту *Corporate Wellness*-а слика је била још неповољнија с обзиром на то да је минималан број испитаника препознао неке акције своје компаније усмерене на подизање свести и знања о рекреативном вежбању. Овде је поново као колико-толико позитиван пример предњачио „Теленор“, иако је и половина његових запослених изјавила да не препознаје ниједан програм подстицања на физичку активност (Табела и Слика 1). „Теленор“ је очигледно покушао да закупом извесног броја термина у неким фитнес центрима омогући извесном броју запослених активније учешће у физичким активностима. Међутим, како показује пракса, сами термини и обезбеђен простор не значе много без стручног приступа и систематског ангажовања већег броја стручњака за спортску рекреацију и то у дужем временском периоду. Показало се да без континуираног стручног ангажмана тешко да може да дође, пре свега, до промене свести запослених, као ни до повећања нивоа едукације неопходне да за самостално бављење здравственим облицима вежбања који захтевају правилно дозирање.

Табела 2. Дистрибуција одговора 200 запослених о томе да ли њихова компанија има неки програм подстицања запослених на физичке активности

Компанија	НЕ	ДА	Σ
Теленор	25 (50%)	25 (50%)	50
Пошта	45 (90%)	5 (10%)	50
Симпо	48 (96%)	2 (4%)	50
Водопривреда	46 (92%)	4 (8%)	50
Σ	164 (82%)	36 (18%)	200

$\chi^2 = 56,515^*$ Sig. = ,000

Слика 2. Дистрибуција одговора 200 запослених о томе да ли њихова компанија има неки програм подстицања запослених на физичке активности



За потребе овог истраживања било је значајно и да се утврди који су то евентуални разлози у избегавању организованих облика *Corporate Wellness*-а. Зато је од испитаника затражено да наведу шта је то што би била највећа препрека за учествовање у рекреацији чак и када би им компанија хипотетски обезбедила редовно упражњавање физичке активности. Показало се да је основна стартна препрека за већину запослених сумња у хигијенске услове објеката у којима се вежба. Да ли је овај податак последица неких ранијих негативних искустава у појединим фитнес центрима или је само параноични изговор, остало је нејасно. Међутим из њега је могуће извући драгоцену информацију за неке будуће озбиљније акције у сфери *Corporate Wellness*-а, а та је – запосленима је веома значајно да се осећају пријатно и безбедно у објектима где вежбају

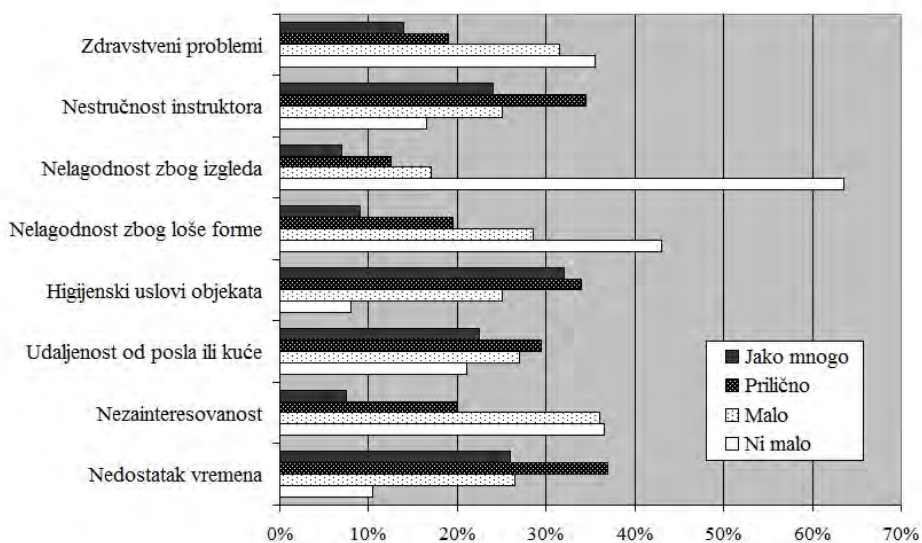
Осим претпостављене слабе хигијене, најзаступљеније препрека за одлазак на организовану рекреацију су још биле: недостатак времена, удаљеност од посла и што посебно забрињава – сумња у стручност спортских тренера и фитнес инструктора. Док су проблеми са временом и резиденцијалном удаљеношћу веома

објективни и очигледно све присутнији у урбаним условима живота, докле сумња у стручњаке спортске рекреације захтева мало опрезнији приступ. Чињеница је да никада на тржишту није било више особа које се представљају као стручњаци за фитнес и реализују велики број разноврсних садржаја, а да поверење запослених баш у те стручњаке није било мање.

Табела 3. Процентуална заступљеност скаларних вредности на нивоу комплетног узорка којима су испитаници процењивали колико би их поједини проблеми спречавали да редовно упражњавају физичке активности организоване од стране компаније

Врста проблема	Ни мало	Мало	Прилично	Јако много
Недостатак времена	10,5%	26,5%	37%	26%
Незаинтересованост	36,5%	36%	20%	7,5%
Удаљеност од посла или куће	21%	27%	29,5%	22,5%
Хигијенски услови објеката	8%	25%	34%	32%
Нелагодност због лоше форме	43%	28,5%	19,5%	9%
Нелагодност због изгледа	63,5%	17%	12,5%	7%
Нестручност инструктора	16,5%	25,0%	34,5%	24%
Здравствени проблеми	35,5%	31,5%	19,0%	14%

Слика 3. Процентуална заступљеност скаларних вредности на нивоу комплетног узорка којима су испитаници процењивали колико би их поједини проблеми спречавали да редовно упражњавају физичке активности организоване од стране компаније



Изнети подаци указују на потребу да се приликом планирања садржаја рекреације за запослене велика пажња посвети изналажењу модела рада и локација за њихову реализацију који ће најмање угрозити буџет времена запосленог човека и заштитити га од додатног исцрпљивања везаног за превоз до места вежбања. Осим тога, драгоценим се показала и улога стручњака (спортско-рекреативних тренера, фитнес инструктора...) који очигледно имају пресудну улогу у формирању свести потенцијалних корисника *Corporate Wellness*-а. Од њих се, по свему судећи, више очекује добар педагошко-психолошки приступ, добро објашњење и адекватно дозирање, прилагођено сваком појединцу, него ли импресивна демонстрација разних кореографија.

7. ЗАКЉУЧАК

На узорку од 200 испитаника оба пола, различите старости и различитог степена стручне спреме, запослених у четири компаније са различитим моделом организовања и структура капитала, спроведена је опсежна анкета која је садржала велики број ајтема везаних за разноврсне проблеме у рекреацији запослених. Питања су конципирана тако да што боље одсликају мишљења и ставове запослених о разноврсним проблемима везаним за: актуелно стање здравља, однос према послу који обављају, своју општу физичку (не)активност, *Corporate Wellness* и информисаност о основним појмовима везаним за рекреацију запослених. Подаци су сређени и обрађени поступцима дескриптивне и компаративне статистике, при чему је као основни хипотетски предиктор различитог манифестовања појединих варијабли узета припадност специфичној компанији. На основу добијених резултата било је могуће закључити следеће:

- Већина испитаника (82,5%) своје здравље оцењује као добро, а знатно мање њих као лоше (6%), односно изврсно (11,5%). Битно је да ни један од 200 анкетираних испитаника није рекао му је здравље веома лоше. Сумњу у потпуно позитивну слику о здрављу запослених у четири компаније обухваћене овим истраживањем ипак изазива податак да је готово једна трећина анкетираних навела да има неки здравствени проблем, при чему је још важнија чињеница да скоро половина испитаника сматра да их актуелни здравствени проблеми ометају у нормалном обављању посла. Здравље око једне трећине запослених је више или мање угрожено. Још више, међутим, забрињава податак да велика већина запослених нередовно брине о свом здрављу, тј. сете га се тек када осете неки проблем.
- Добијени подаци указују на то да су испитаници, без обзира у којој су компанији били запослени, имали готово идентичан осећај (не)задовољства послом који обављају. Ови подаци наводе на размишљање да у периоду транзиције у Републици Србији није успостављена разлика између предузећа са различитим моделима управљања и са различитом власничком структуром. Ово се вероватно може објаснити двосмерношћу транзитивних токова. Док су, с једне стране, домаћа друштвена предузећа кренула у поступно подизање квалитета рада приближавајући се европским стандардима, дотле, са друге

стране, иностране компаније са приватним или мешовitim капиталом још увек нису успеле да успоставе европске стандарде, вероватно успорене старим навикама на домаћем тржишту рада и навикама домицилних запослених.

- Прегледом емпиријских и релативних фреквенција одговора испитаника запослених у различитим компанијама на захтев да упореде своје расположиво слободно време пре и након почетка периода транзиције, недвосмислено је утврђено да данашњи запослени имају далеко мање слободног времена него ли у претходним годинама. Иста ситуација је уочена код свих испитаника, без обзира у којој компанији су били запослени у тренутку спровођења анкете. Помањкање слободног времена запослених у периоду транзиције по свему судећи је умањило шансе за редовним бављењем неопходним физичким активностима. Због тога је *Corporate Wellness* добио на далеко већем значају, чиме се и улога компанија у организовању здравствено-рекреативних активности својих запослених знатно повећала. Та чињеница недвосмислено је указала на оправданост спровођења овог истраживања.
- Увидом у заступљеност појединих физичких активности у свакодневици запослених у четири компаније обухваћене овим истраживањем, утврђен је забрињавајући податак да се половина анкетираних никада не бави ни једним видом рекреације. Слика о физичким (не)активностима запослених постаје још неповољнија када се примети да је други модалитет по бројности међу одговорима анкетираних био онај којим они изјављују да веома ретко упражњавају физичке активности у свом слободном времену. Практично две трећине запослених данас се не бави систематским рекреативним вежбањем, а вероватно је тај проценат и већи када се има на уму потреба већине људи да дају социјално пожељне одговоре, тј. да улепшавају слику о себи. Упоредивањем података добијених у овом са подацима из ранијих сличних истраживања, могло се закључити да су веома кореспондентни. Ова висока нумеричка сличност чак и са истраживањима старијим од 10 година указује да се потребе и навике запослених у Србији у периоду транзиције нису битније промениле.
- Прегледом емпиријских и релативних фреквенција одговора испитаника запослених у различитим компанијама на захтев да оцене у коликој мери би увођење редовног *Corporate Wellness*-а требало да буде приоритетни циљ њихове компаније, помало неочекивано је утврђено да мали број њих сматра да би редовна рекреација требало да буде пословни приоритет. Тиме је потврђена 4 хипотеза истраживања.
- Анализом изабраних одговора везаних за пет тврдњи којима су запослени исказали своју увереност у ефикасност редовних рекреативних активности по питању побољшања неких аспеката радне способности (здравствено стање, концентрација, међуљудски односи, задовољство послом и животни склад), потврђено је да испитаници имају позитиван став према *Corporate Wellness*-у, али да је само једна трећина њих (32,5%) потпуно убеђена у његове велике ефекте.

- Запослени у српским компанијама, осим што немају добре навике и добро организован буџет слободног времена, ни у компанијама у којима су запослени немају адекватне услове за систематским упражњавањем рекреативних активности. Општи је утисак да је *Corporate Wellness* на крају листе приоритета готово свих компанија у Србији, без обзира на организациони модел и власничку структуру. Нумерички показују да се готово две трећине запослених (69,5% укупног узорка) осећа препуштено само себи, будући да њихове компаније нису увеле ниједан вид рекреације запослених.

8. ЛИТЕРАТУРА

1. Allport, G. (1935). Download in internet: <http://psihologija.ffzg.unizg.hr/socperc>
2. Аллпорт, Г. (1969). Склоп и развој личности. Београд: Култура.
3. Aura, O. (2006). Worksite Fitness Policy in an Intellectual Capital Framework. PhD dissertation, in Swedish School for Economics and Business Administration in Helsinki. Download in internet: <http://brunnen.shh.fi/portals/pubmanager/pdf/164-951-555-935-9.pdf>
4. Благајац, М. (1994). Теорија спортске рекреације. Београд.
5. Вучковић, И. (2006). Ставови играча Прве кошаркашке лиге Србије и Црне Горе о тренерским квалитетима и раду управе клуба. *Физичка култура*, 60(2), 147-156.
6. Галић, М. (1984). Образовно културно образовање одраслих. *Магистарски рад*. Београд: Филозофски факултет, Одељење за педагогију.
7. Halbert, D. (1961). Download in internet: www.seekwellness.com/wellness
8. Јухас, И., Орлић, А., Лазаревић, Д., Јанковић, Н., и Матић, М. (2011). Став студената Факултета спорта и физичког васпитања према кросу. *Физичка култура*, 65(1), 46-51.
9. Качавенда-Радић, Н. (1989). Слободно време и образовање. Београд: Завод за уџбенике и наставна средства.
10. Митић, Д. (2001). Рекреација. Београд: Факултет спорта и физичког васпитања.
11. Мујић, П. (1980). Рекреација запослених. Београд: Факултет спорта и физичког васпитања.
12. Перић, Д. (2000). Пројектовање и елаборирање истраживања у физичкој култури. Београд: СИА.
13. Радовановић, И. (1982). Стил понашања наставника и ставови ученика о вредностима физичког васпитања. Докторска дисертација. Београд: Факултет физичке културе.
14. Shephard, R.J. (1992). A critical analysis of work-site fitness programs and their postulated economic benefits. *Med Sci Sports Exerc.*
15. Shephard, R.J. (1996). Worksite Fitness and Exercise Programs: A Review of Methodology and Health Impact. *Am J Health Promot*, .

ATTITUDES TOWARDS EMPLOYEE RECREATION (CORPORATE WELLNESS) IN THE TRANSITION PERIOD

Abstract

Modern life has brought about very rapid changes, but it has also left man suffer the impacts that cannot be easily overcome. These impacts always have negative connotations, and the health problems are caused by the consumption of food, sedentary lifestyle, mental disorders or alcohol and drug abuse. All this has brought about the necessity of appearance of programs that revolutionized the promotion of physical exercise.

There has also been an attempt to arrive at a practical knowledge of the evolution of ideas about management and organization of work and physical exercise. Surely this cannot lead to scientific predictions and legitimacy, however the intention is to attempt to identify and define ways to understand Corporate Wellness in the companies in Serbia. The most prominent representatives in Serbia were selected as representatives of specific ownership and organization models.

The subject of this research is to determine attitudes of employees and management towards Corporate Wellness and their relationship, and its objective is to, based on the results acquired, determine and suggest certain improvements to personal satisfaction of employees, which would contribute to the increase of company profit, and all the segments that directly impact the individual and society.

The results showed that the expected differences in attitudes between the company/ the management and employees were not confirmed by the assumptions made in the hypotheses. As for the analysis of health status, it is revealed that over a third of employees are considered to have their health at risk. Nowadays, in the transition period, employees have less and less free time, so recreational activities are put as a priority. The results of analysis of attitudes towards and motives for exercising for health show that the level of awareness is high, but, unfortunately, the application in practice does not show it. Transitional flows themselves have not brought the expected rate of change with employees and management, thus everything related to *Corporate Wellness* and its necessity is not sufficiently clear to employees, however when viewed individually (health, concentration, interpersonal relationships, job satisfaction, life balance, etc.) the level of importance of recreation is understood.

Keywords: corporate wellness, recreation, attitudes, transition, employees