

Dobra praksa: Promocija zdravja v turizmu in logistiki

Zdravje je del kakovostnega življenja in tako želja vsakega izmed nas. Odgovornost za zdravje že dolgo ni več domena samo zdravstvenih institucij, ki se s tem profesionalno ukvarjajo, ampak je razdeljena veliko širše na več delov družbe, katere del smo. Največji vpliv na zdravje ima vsak posameznik preko samokontrole in odgovornosti, ki s svojimi življenjskimi navadami in življenjskim slogom v največji meri vpliva na raven svojega zdravja. Preostali del se formalno in neformalno porazdeli med družino, zdravstvene institucije, življenjski prostor oziroma okolje, delodajalce, lokalno skupnost in druge dele družbe, ki imajo vpliv na zdravje posameznika oziroma prebivalstva.

Avtorja:
prim. prof. dr. Marjan Bilban, dr. med.
 specialist medicine dela, prometa in športa, ZVD Zavod za varstvo pri delu
dr. Klemen Podjed
 Inštitut za produktivnost

Ljudje na delovnem mestu preživijo skoraj tretjino svojega aktivnega življenja, zato je zelo pomembno, da si v obdobju delovne aktivnosti ne kvarijo zdravja aktivno ali pasivno, ampak nasprotno, da ga ohranjajo in po možnosti celo krepijo. Vse preventivne aktivnosti za ohranjanje in krepitev zdravja lahko povežemo v programe promocije zdravja (PZ) na delovnih mestih. Programi PZ se ob koncu delovnega časa ne zaključijo, ampak se nadaljujejo tudi izven delovnega časa preko zdravega življenjskega sloga, zdrave in uravnovešene prehrane, športne aktivnosti ipd. Zdravje mora vsak posameznik vzeti za svoje, ga vzdrževati ter ohranjati, saj predstavlja vir in cilj življenja ljudi ter je tudi podlaga za posameznikove telesne zmogljivosti, njegov osebni in družbeni razvoj.

IZVEDBA DOBRE PRAKSE V PODJETJIH INTEREUROPA IN HOTELI BERNARDIN

Izdelava načrta promocije zdravja se v praksi pogosto izkaže za zahteven proces, saj želimo v okviru omejenih sredstev zagotoviti kar največje koristi promocije zdravja za zaposlene in za organizacijo. Zato je sodelovanje zunanjih strokovnjakov večstransko koristno. Partnerji v konzorciju izvajalcev, ki ga sestavljamo ZVD Zavod za varstvo pri delu, Konfederacija sindikatov 90 Slovenije in Inštitut za produktivnost, izvajamo projekt promocije zdravja v turizmu in logistiki. Projekt, ki se izvaja v dveh pilotnih organizacijah, Intereuropi in Hotelih Bernardin, je v zaključni fazi in v članku sta predstavljena proces in priporočila dobre prakse izvajanja tovrstnih projektov.

POSTOPEK IZVEDBE PROMOCIJE ZDRAVJA V HOTELIH BERNARDIN IN INTEREUROPI

V približno letu dni, kolikor traja projekt, so bile izvedene naslednje ključne aktivnosti:

» Konzorcijski partnerji smo

pripravili podroben načrt izvedbe promocije zdravja v dveh pilotnih organizacijah, Intereuropi d.d. in Hotelih Bernardin, d.d..

- » Izpeljana so bila srečanja z vodstvi pilotnih organizacij, v okviru katerih smo partnerji konzorcija izvedli predavanja o načinu izvedbe projekta ter bili na voljo za odgovore na vprašanja.
- » V pilotnih organizacijah sta bili ustanovljeni skupini za zdravje, ki sta takoj pričeli z delom. Prav tako je potekalo redno sestajanje partnerjev v konzorciju projekta.
- » Zavod za varstvo pri delu in Inštitut za produktivnost sta izvedla predstavitev in predavanja za člane skupin za zdravje oziroma zainteresirane zaposlene ter predstavila prakso izvajanja promocije zdravja na delovnem mestu.
- » Intereuropa in Hoteli Bernardin so izdelali plan oz. elaborat projekta, ki sta natančneje opredeljevala cilje, vsebino in obseg projekta, organizacijo, strukturni plan izdelkov, izvedbene faze, odgovornosti, terminski plan, itd..
- » Izvedena so bila usposabljanja sindikalnih zaupnikov oz. nekaterih predstavnikov skupin za zdravje, s ciljem usposobiti prisotne za proaktivno vlogo na področju promocije zdravja pri delu. Tridnevna usposabljanja, ki so zajemala tako zdravstvene kot organizacijske in komunikacijske teme, sva izvajala prim. prof. dr. Marjan Bilban iz Zavoda za varstvo pri delu in dr. Klemen Podjed z Inštituta za produktivnost ob organizaciji konfederacije sindikatov KS90.

» Zavod za varstvo pri delu je izvedel poglobljeno analizo stanja zdravja in počutja, ki je zajemala:

- a. Analizo bolniškega staleža, ki prikazuje odsotnost z dela zaradi bolezni in/ali poškodbe tedaj, ko bi zaposleni morali biti na delu. Zajema analizo indeksov bolniškega staleža (indeks frekvence, teže, onesposabljanja in odstotek bolniškega staleža po spolu in starostnih skupinah zaposlenih) ter vključuje tudi prikaz najpogostejših diagnoz s predlogi za obvladovanje oz. zmanjševanje bolniške odsotnosti.
- b. Analizo počutja oz. analizo obremenitev, škodljivosti in tveganj v delovnem okolju. V tej analizi smo delavce povprašali o splošnem počutju in počutju v povezavi z delom in obremenitvami na delovnem mestu: splošne težave, težave z gibalno, očmi, dihalno, kožo ter o koriščenju bolniškega staleža in prezentizmu (prikazuje prisotnost zaposlenih na delu tedaj, ko se počutijo bolne). V vprašalniku o stresu na delovnem mestu so nas zanimali dejavniki prilagajanja, dojemanja okolja, stresa in zadovoljstva, potreb po izboljšanju dela in podpori, izgorelosti, mobingu ter aktivnostih promocije zdravja v delovnem okolju.

Rezultati analiz so bili na ločenih srečanjih predstavljeni tako vodstvu pilotnih organizacij kot tudi še posebej članom skupin za promocijo zdravja. Na teh srečanjih so bila izpostavljena ključna področja ukrepanja. V pilotnih organizacijah je skupina za zdravje zbrala tudi druge relevantne podatke (obstoječe analize, različni interni podatki itd.), potrebne za izdelavo kvalitetnega načrta promocije zdravja.

Člani konzorcija smo izvedli vrsto podpornih aktivnosti za izdelavo načrta promocije zdravja. Poleg predavanj in predstavitev smo sodelovali na srečanjih skupin za zdravje, pilotnim organizacijam smo posredovali delovno verzijo priročnika za izdelavo načrta promocije zdravja. Člane skupin za zdravje smo podprli z možnostjo izvedbe moderiranega

ELEMENTI NAČRTA PROMOCIJE ZDRAVJA PRI DELU

UVOD

NAMEN PROMOCIJE ZDRAVJA

PREGLED IN OCENA OBSTOJEČIH AKTIVNOSTI

KLJUČNE TEŽAVE NA PODROČJU ZDRAVJA IN DOBREGA POČUTJA ZAPOSLENIH

KLJUČNA PODROČJA IN PRIORITETE

AKCIJSKI NAČRT: ozaveščanje in izobraževanje; usposabljanje za razvoj veščin; razvoj politik; podporno okolje

KLJUČNI KAZALNIKI IN OCENJEVANJE USPEŠNOSTI

FINANČNI NAČRT

ZAKLJUČNE BESEDE S POVABILOM K SODELOVANJU

procesa za izdelavo osnutka načrta ter zagotavljali strokovno pomoč pri pregledu osnutkov načrtov. Postopki promocije zdravja pri delu s primeri dobre prakse so podrobneje opredeljeni na spletni strani Inštituta za produktivnost.

IZDELAVA NAČRTA PROMOCIJE ZDRAVJA

Dobra praksa zahteva, da načrt promocije zdravja pripravi organizacija sama, ne da jim ga - na primer - na pladnju ponudi zunanji izvajalec. Kajti organizacije oz. podjetja se med seboj zelo razlikujejo. Zato je vsak dober načrt promocije zdravja unikat, optimalno prilagojen organizaciji in zaposlenim. Dober načrt promocije zdravja:

- a. vsebuje vse ključne elemente
- b. je realističen, pregleden, z dosegljivimi cilji ter
- c. spodbuja k sodelovanju in izboljšavam.

Izdelava načrtov promocije zdravja v pilotnih organizacijah je bila sredi septembra 2014 v zaključni fazi. Kljub strokovni podpori Zavoda za varstvo pri delu in Inštituta za produktivnost pa so v zaključni fazi organizacija oziroma njeni predstavniki tisti, ki morajo pripraviti osnutek načrta promocije zdravja. V Intereuropi so oblikovali ožjo skupino za izdelavo načrta, v Hotelih Bernardin pa pri izdelavi načrta sodelujejo vsi člani skupine za zdravje.

V tej zaključni fazi se je zelo dobro izkazal moderiran pristop podpore članom skupine za zdravje na njihovih srečanjih izdelave načrta, ki ga oblikoval in izvedel dr. Klemen Podjed. Pristop vključuje elemente coachinga in moderiranja ob strogo in formalno postavljenih časovnih okvirih. Ta pristop omogoča tako širino in prostor, potrebno za ustvarjanje rešitev in idej, kot tudi izrazito usmerjenost v rezultat - izdelan osnutek načrta promocije zdravja. Skupina za zdravje v Hotelih Bernardin je svoje srečanje kljub izjemno ambicioznemu dnevnomu redu končala štiri minute pred koncem srečanja. Preostale minute pa smo izkoristili za voden proces umirjanja in sproščanja, ki ga je izvedla ena od članic skupine za zdravje.

ZAKLJUČNE AKTIVNOSTI V PROJEKTU

Končni rok projekta je konec oktobra 2014 in v zadnjih tednih pred zaključkom so se izvajale številne aktivnosti. Poudarek promocije zdravja v tej fazi je na dokončanju in sprejetju načrtov promocije zdravja, komunikaciji, ozaveščanju, diseminaciji rezultatov in izvajanju drugih ukrepov, skladno z načrtom promocije zdravja. Med ključne aktivnosti spadajo:

- » izdelava 3-5 spletnikov oziroma videov;
- » priprava in tiskanje plakatov in 800 zloženek s ciljno vsebino glede na rezultate analiz zdravja;
- » izvedba nekaj ukrepov za izboljšanje zdravja (delavnice, ipd);
- » priprava več člankov za objave v različnih medijih;
- » izdelava priročnika dobre prakse promocije zdravja v turizmu in logistiki;
- » izdelava zbornika in izvedba ključne konference.

Več o projektu lahko preberete na spletni strani www.zdravje-delo.si.

KLJUČNE UGOTOVITVE IN PRIPOROČILA

Vsaka organizacija je svet zase in vsak dober načrt promocije zdravja je edinstven. Aktivnosti promocije zdravja so lahko izvedene mnogo bolj uspešno, če organizacija upošteva nekaj pomembnih priporočil:

1. predanost vodstva in zaposlenih,
2. kakovostna analiza,
3. sodelovanje zunanjih strokovnjakov,
4. redna vzajemna komunikacija in sodelovanje,
5. kakovosten program izvedbe,
6. kakovostna izvedba ukrepov,
7. kontrola in trajnost sprememb.

Dosedanji rezultati kažejo, da aktivnosti promocije zdravja v Intereuropi in Hotelih Bernardin predstavljalo pomemben korak naprej v smeri boljšega zdravja in počutja za zaposlene, kot tudi zmanjšanje stroškov in težav, povezanih z zdravstvenimi težavami zaposlenih.

“Promocija zdravja na delovnem mestu so sistematične ciljne aktivnosti in ukrepi, ki jih delodajalec izvaja zaradi ohranjanja in krepitve telesnega in duševnega zdravja delavcev.”

PROMOCIJA ZDRAVJA JE PROCES

Promocija zdravja je proces, ki omogoča ljudem, da povečajo nadzor nad svojim zdravjem in si ga po možnosti tudi krepijo. V delovnem okolju predstavlja vlaganje skupnih naporov delodajalcev, delavcev in družbe za izboljšanje zdravja in dobrega počutja delavcev. Prednostna področja promocije zdravja so: zdravju naklonjena oziroma v zdravje usmerjena javna politika, ki jo lahko imenujemo tudi politika zdravja, skrb za varno in zdravo življenjsko ter delovno okolje, krepitev aktivnosti skupnosti za ustvarjanje zdravja, razvijanje osebnih veščin z večjim nadzorom nad lastnim zdravjem ter izbiro ciljev, ki vodijo k boljšemu zdravju ter preusmeritev zdravstvene dejavnosti k krepitvi zdravja in ne zgolj preprečevanja in zdravljenja bolezni. Promocija zdravja v delovnem okolju posredno vpliva tudi na promocijo kakovosti ter produktivnosti in vpliva na pozitivnejšo podobo podjetja. Koncepti promocije zdravja v delovnem okolju predstavljajo izboljšanje zmogljivosti posameznika (ameriški model, osveščenost, izobraževanje, znanje) in optimalne ureditve delovnega ter širšega okolja (evropski model, pravno upravni, tehnični in organizacijski ukrepi). Programi promocije zdravja v konkretnem podjetju lahko sledijo splošno začrtanim ciljem krepitve zdravja populacije, če pa želijo

biti resnično uspešni, morajo biti zasnovani na konkretnih problemih, projektno pripravljani, vodeni, spremljani in evalvirani ter vključeni v celostno politiko vodenja podjetja.

Promocija zdravja se razlikuje od drugih orodij v medicini po tem, da je usmerjena v zdravje in ne v bolezen. Zdravja ne postavlja kot cilj naših prizadevanj, ampak kot osnovni pogoj za normalno življenje in tudi delo. Promocija zdravja je proces usposabljanja ljudi, da znajo za svoje zdravje skrbeti in ga ob težavah tudi sami izboljševati. Posameznik oziroma vsi morajo biti usposobljeni za doseganje popolnega telesnega, duševnega in socialnega blagostanja in ob tem tudi za spreminjanje oziroma prilagajanje okolja. Izhaja iz biopsihosocialnega koncepta življenja, ki pravi, da je zdravje vir vsakdanjega življenja, ne pa življenjski cilj. Zdravje je namreč podlaga za človekove fizične zmogljivosti, za njegov osebni in družbeni razvoj. Za doseganje zdravja mora biti vsak posameznik oziroma skupina zmožen ugotoviti in uresničiti svoje želje, zadovoljevati potrebe in spreminjati, oziroma obvladovati svoje okolje. Promocija zdravja je strategija posredovanja med ljudmi in njihovim okoljem za zdravje. Gre za proces, ki omogoča, da ljudje oz. skupnosti povečajo nadzor nad dejavniki, ki vplivajo na njihovo zdravje in na tej podlagi svoje zdravje izboljšajo.

PROMOCIJA ZDRAVJA V ZAKONODAJI

Pojem promocija zdravja na delovnem mestu se v Zakonu o varnosti in zdravju pri delu-1 (ZVZD-1) prvič pojavi v prvem poglavju o splošnih določbah zakona in sicer v 3. členu zakona, ki razlaga pomene posameznih izrazov in med drugim tudi pojasni pojem promocije zdravja. »Promocija zdravja na delovnem mestu so sistematične ciljne aktivnosti in ukrepi, ki jih delodajalec izvaja zaradi ohranjanja in krepiteve telesnega in duševnega zdravja delavcev.« (Zakon o varnosti in zdravju pri delu, 2011). Promocija zdravja je v nadaljevanju, v drugem poglavju (6. člen), opredeljena tudi kot ena izmed dvanajstih temeljnih načel zakona, ki se nanašajo na zagotavljanje varnosti in zdravja delavcev pri delu, pravice oziroma dolžnosti delavcev in delodajalcev, ukrepe za zagotavljanje varnosti in zdravja ipd. V 6. členu ZVZD-1 opredeljuje promocijo zdravja kot načelo, ki določa delodajalcu načrtovanje in izvajanje promocije zdravja na delovnem mestu. Prav tako je potrebno poudariti, da so delavci dolžni in imajo obveznost, da glede svoje varnosti in zdravja pri delu sodelujejo z delodajalcem, tudi z aktivnim sodelovanjem in udeležbo v programih promocije zdravja.

Zakon v 32. členu podrobneje opredeljuje načrtovanje promocije zdravja na delovnem mestu. V prvem delu narekuje, da mora delodajalec promocijo zdravja na delovnem mestu načrtovati ter zanjo zagotoviti potrebna sredstva in tudi način spremljanja njenega izvajanja. Omenjeni 32. člen s tem nalaga delodajalcem neke vrste novo dolžnost, ki je do sedaj v slovenskem pravnem redu še ni bilo. Novo obveznost na strani delodajalca pisci zakonodaje utemeljujejo ob dejstvu, da je najpomembnejši segment zagotavljanja zdravja na delovnem mestu nedvoumno preventivno ravnanje delodajalca in delavca v delovnem okolju oziroma na delovnem mestu (ZVZD-1). Nova obveznost delodajalcev je dodatno utemeljena tudi z razvojem celovite politike na področju preventive,

med katero spada tudi zdravstvena preventiva, torej programi promocije zdravja na delovnem mestu. Programi PZ pozitivno vplivajo ne samo na izboljšanje posameznikovega zdravja in počutja ter psihofizičnih sposobnosti, ampak tudi na večjo konkurenčnost in produktivnost podjetja. Pozitivni učinki so utemeljeni in potrjeni tudi z izboljšanjem kazalnikov negativnega zdravja, kot so denimo poškodbe pri delu, bolniške odsotnosti, bolezni, utrujenost in invalidnosti. Programi PZ so v svojem osnovnem delu skladni s splošno začrtanimi cilji krepiteve zdravja populacije, vendar, če želimo, da bodo programi res uspešni in dobri, morajo biti usmerjeni v konkretne probleme in obremenitve v delovnem okolju, ki se pojavljajo pri specifičnih ciljnih skupinah - delavcih, ki jim je program tudi namenjen.

Pomemben je tudi podatek, da lahko delodajalec stroške zaradi promocije zdravja prišteva med davčno priznane odhodke. Davčna uprava pojasnjuje, da se odhodki delodajalca zaradi promocije zdravja na delovnem mestu, ki je načrtovana in določena v izjavi o varnosti z oceno tveganja, lahko štejejo kot davčno priznani odhodki (DURS - Pojasnilo, 2012).

Torej, če je iz izjave o varnosti z oceno tveganja na delovnem mestu z vključeno PZ določeno, da je treba določenemu delojemalcu z namenom obvladovanja tveganj in nevarnosti pri delu zagotoviti na primer obisk bazena v predvidenem obsegu, so ti odhodki lahko tudi davčno priznani. V dodatnem pojasnilu o stroških PZ, ki nimajo podlage v izjavi o varnosti z oceno tveganja, Generalni davčni urad pojasnjuje, da se: »Odhodki delodajalca iz naslova izvajanja promocije zdravja (npr. odhodki za fitness, bazen, aerobiko, seminarje in podobno), za katere ni pripravljene izjave o varnosti z oceno tveganja ne štejejo kot davčno priznan odhodek, če od navedenih stroškov ni obračunana dohodnina.«

VIRI IN LITERATURA

1. Ron Z. Goetzel, Ronald J. Ozminowski: The Health and Cost Benefits of Work Site Health-Promotion Programs, Annual Review of Public Health Vol. 29: April 2008, 303-323.
2. DURS. 2012. Pojasnilo o upravičenih davčnih odhodkih po 32. členu Zakona o varnosti in zdravju pri delu, št. 4210-8553/2012-2-640-00
3. <http://www.produtivnost.si/koristno/>
4. <http://www.zdravje-delo.si/>
5. Zakon o varnosti in zdravju pri delu - (ZVZD-1). Uradni list RS št. 43/2011: 5649-5660.

“Projekt Promocija zdravja v turizmu in logistiki je na podlagi Javnega razpisa za sofinanciranje projektov za promocijo zdravja na delovnem mestu v letu 2013 in 2014 finančno podprl Zavod za zdravstveno zavarovanje Slovenije”

60

Delodajalec lahko stroške zaradi promocije zdravja prišteva med davčno priznane odhodke.