

Promoviranje zdravja na delovnem mestu – dolžnost ali korist?

Odgovornost za zdravje je v rokah posameznika

Ko spregovorimo o načrtovanju in izvajanju promocije zdravja pri delu, se najprej soočamo z vprašanjem, kaj zdravje dejansko je in kdo je zanj odgovoren. V našem času in prostoru, ki ga opredeljuje vedno bolj hiter in aktiven način življenja, je še vedno premočno zakoreninjeno pojmovanje, da se z zdravjem ukvarjamo, ko že občutimo primanjkljaje. Preventivna skrb za zdravje je za povprečnega zaposlenega človeka splošen teoretičen pojem, s katerim se ne ukvarja. Svoj čas, ki je namenjen delu, smo dejansko vajeni posvečati delu v vseh pogledih. Nehote zapostavljamo skrb zase, čeprav se zavedamo, da smo nosilci delovnega procesa in smo pravzaprav motor in vsebina vsega.

ODGOVORNOST DELODAJALCA

Aktivnost promocije zdravja (PZD) je namenjena ozaveščanju, informiranju, trenutnemu vzgibu in vsem ciljem promoviranja, ki naj bi posameznika vodili do zavedanja, kako pomembno je njegovo zdravje. Ne le zanj osebno, ampak tudi za proces dela, za delovne rezultate in za celotno skupino sodelavcev znotraj podjetja.

Naj gre za delo v proizvodnji, na terenu ali v pisarni – kljub različnim pogojem in vrstam dela je vsem delovnim ljudem skupno dejstvo, da morajo najprej poskrbeti za svojo varnost in zdravje.

Skrb, ki jo v delovnem procesu posvečamo ohranjanju zdravja zaposlenih, je še posebej pomembna v zaostreni gospodarski situaciji. Popolnoma razumljivo je, da podjetja težko namenjajo čas in finančna sredstva za izvajanje katere koli dodatne dejavnosti, ko je glavna pozornost usmerjena v proizvodnjo, likvidnost, izplačevanje plač ter drugih obveznosti, povezanih z delom. Vendar je ne le modro, pač pa tudi nujno, da delodajalci na skrb za zdravje gledajo kot na **moralno**

vzdržujejo tudi zdravje zaposlenih. Le-to je v kritičnih situacijah hkrati tudi bolj ogroženo in skrb zanj toliko bolj potrebna. Poleg človeških in ekonomskih vidikov pomembnosti načrtovanja in izvajanja PZD je pomembna tudi **zakonska obveznost**, ki jo delodajalcem nalaga zakon.

V Sloveniji od decembra 2011 velja zakon ZVZD-1, objavljen v UL RS 43-2011, ki poleg novosti v zvezi z izvajanjem varstva pri delu uvaja in narekuje podjetjem nove obveznosti s področja promocije zdravja, preprečevanja in obvladovanja trpinčenja na delovnem mestu (mobing) ter preprečevanja uporabe psihoaktivnih sredstev pri delu. Načrt PZD je dolžno pripraviti in izvajati vsako podjetje, ki zaposluje ljudi, ne glede na velikost, obseg poslovanja in število zaposlenih, pa tudi ne glede na pravno obliko. Načrt se mora pripravljati na letni ravni tako za redno zaposlene kot tudi za vse pogodbene sodelavce.

Zakon navaja zahtevo po načrtovanju in izvajanju promocije zdravja pri delu, ne opisuje pa načinov, kako to doseči. Ko se poglobimo v vsebino PZD, nam postane jasno, da **zakon ne more vnaprej določati načina**, ki bi lahko smiselno veljal za vse oblike in vrste delodajalcev, zato je PZD predvsem interni proces, pri katerem si delodajalec lahko pomaga z osvajanjem določenih priporočil.

Posameznik je odgovoren za svoje zdravje, vendar je od njegovega zdravja odvisna tudi učinkovitost procesa dela ter posredno delovna skupina, podjetje in celotna družba. Zaradi ekonomskih posledic nevarnega ali nezdravega delovnega okolja se po oceni izgublja med 3 in 5 % BDP.

NE LE MODRO, TEMVEČ TUDI NUJNO JE, DA DELODAJALCI NA SKRB ZA ZA ZDRAVJE ZAPOSLENIH GLEDAJO KOT NA MORALNO OBVEZNOST DO SEBE IN ZAPOSLENIH TER JO DOJEMAJO KOT AKTIVNOST, KI JE EKONOMSKO SMOTRNO ZA PODJETJE.

obveznost do sebe in zaposlenih ter jo dojemajo kot aktivnost, ki je **ekonomsko smotrna za podjetje**. Če je sprejemljivo in smiselno, da podjetje skrbi za svoja materialna in pogonska sredstva, kot so pisarniška, računalniška in druga oprema, vozila, nepremičnine itd., je prav tako pomembno, da v podjetju

Avtorici:

Polona Bohorič in Željka Toplek Luzar
certificirani svetovalki
za promocijo zdravja pri delu
ZdravSem, Skupina za promocijo zdravja

Najpogostejši vzroki za odsotnost od dela v RS so, če izvememo nosečnost, porod in poporodno obdobje ter nego družinskega člana, v glavnem boleznin in poškodbe. Podatki Nacionalnega inštituta za javno zdravje (NIJZ) iz raziskave, opravljene v letu 2012, kažejo, da je zaradi bolniškega staleža z dela odsotnih 90 od 100 zaposlenih, kar v povprečju traja 17 dni na leto.

KAJ POMENI PROMOVIRATI ZDRAVJE PRI DELU?

Promocija zdravja v in ob delovnem procesu ne pomeni, da mora delodajalec skrbeti za zdravje zaposlenih. Kot smo uvodoma ugotovili, je skrb za zdravje v rokah vsakega posameznika. Resnična moralna in konkretna zakonska dolžnost delodajalca je **aktivnost pri formiranju strategij za izboljšanje zdravja ter posredovanje informacij zaposlenim**. Dejansko gre pri PZD za proces osveščanja, informiranja, izobraževanja

in usposabljanja posameznikov z namenom, da vzpostavijo bolj zdrav način lastnega delovanja. Pomemben del tega procesa, ki ga posameznik sam ne more spreminjati, temveč je v rokah delodajalca, je **oblikovanje in ustvarjanje ustreznega podpornega okolja**. Podporno okolje je splet pogojev v delovnem okolju, ki ponujajo možnosti za napredek pri pridobivanju ali skrbi za zdravje, naj bodo to pripomočki, veljavne vrednote, razumevanje družbe ali zavest širšega okolja. Cilj oblikovanja takšnega okolja je omogočiti, da so med različnimi možnostmi lažje dostopne tiste, ki so usmerjene v zagotavljanje zdravja.

Promocija zdravja pri delu torej **promovira uvajanje načrtovanih sprememb**, ki koristijo zdravju, neposredno v delovno okolje, v katerem zaposleni preživijo približno tretjino svojega življenja. Posredno z vzpostavljanjem novih navad PZD prinaša tudi možnost za izboljševanje zdravje izven delovnega okolja.

PZD je smiselna in učinkovita na vseh področjih vpliva na zdravje zaposlenih

3-5 % BDP.

Toliko bruto domačega proizvoda se po oceni izgublja zaradi ekonomskih posledic nevarnega ali nezdravega delovnega okolja.

– torej na področjih zdrave prehrane in gibanja, preprečevanja poškodb pri delu, delovnega okolja in odnosov, upravljanja s stresom ter na področju preprečevanja bolezni, povezanih z delom in življenjskim slogom.

Zdravi zaposleni so bolj zadovoljni, bolj motivirani za delo ter bolj pripadni podjetju in skupnosti. Zmožni so boljših medsebojnih odnosov, so bolj ustvarjalni, bolj inovativni, bolj produktivni in manj odsotni z dela.

PZD je aktivnost, ki se je načrtovano in vodeno, vendar brez posebnih zakonodajnih obveznosti, lotevajo podjetja v mnogih državah EU. Pri tem prednjačijo predvsem Nizozemska, Švedska, Norveška, Velika Britanija in Nemčija. Izsledki raziskav kažejo, da se pri dobro zastavljenem in dosledno izvajanem načrtu PZD podjetje lahko nadeja **mnogih pozitivnih rezultatov**, kot so: dvig kakovosti storitev oz. izdelkov, večje zadovoljstvo kupcev, krepko zmanjšana bolniška odsotnost zaposlenih in s tem zmanjšanje stroškov podjetja, povečana kontinuiteta poslovanja in posledično večji ugled podjetja.

Skupni izmerjeni rezultati nakazujejo, da se je podjetjem vsak evro, ki so ga vložili v aktivnost učinkovite promocije zdravja, povrnil tudi do šestkrat!

Delodajalec se torej lahko loti načrtovanja in izvajanja PZD zaradi izpolnjevanja zakonske obveznosti, vendar je razlika med tem in med načrtom, ki se ga delodajalec loti na osnovi jasnega razumevanja celotnega smisla promocije zdravja, zares ključna. Priprava dokumenta, ki nima drugega namena kot zadostiti zakonodaji, lahko že vnaprej velja za neposredni strošek, medtem ko **smiselno pripravljen načrt pomeni investicijo**, ki se podjetju sčasoma povrne in se celo pomnoži.



Podjetja se večinoma ukvarjajo z ekonomiko preživetja in vlaganja sredstev na način zagotavljanja čim večjih prihrankov, zato morajo biti lastniki in delavci zares prepričani o ciljih in razlogih za promocijo zdravja ter blaginjo zaposlenih.



1 € = 6 €

Izmerjeni rezultati dejavnosti promocije zdravja v praksi nakazujejo, da se je podjetjem vsak evro, ki so ga vložili v aktivnost učinkovite promocije zdravja, povrnil tudi do šestkrat.

Podjetja se večinoma ukvarjajo z ekonomiko preživetja in vlaganja sredstev na način zagotavljanja čim večjih prihrankov, zato morajo biti lastniki in delavci zares prepričani o ciljih in razlogih za promocijo zdravja ter blaginjo zaposlenih.

Podjetja običajno ne razpolagajo z viškom kadrov ali časa in tudi finančna sredstva so večinoma omejena, zato je pomembno, da se pri načrtovanju **ne pričakujejo rezultati v kratkem času.**

PZD je tek na dolge proge, v mejah razpoložljivega, vendar z nenehnimi aktivnostmi.

Delodajalci vseh branž, velikosti in struktur bi se morali vprašati, ali si sploh lahko privoščijo ne vlagati v programe za zdravje in blaginjo zaposlenih.

KORAKI DO UČINKOVITEGA NAČRTA PZD

Načrt promocije zdravja v podjetju se začne kot skupna zaveza vodstva in zaposlenih. Koraki do preizkušeno učinkovitega načrta PZD, ki sledijo strokovnim priporočilom, so naslednji:

- » določitev nosilca naloge PZD v podjetju;
- » analiza stanja;
- » določitev področja ukrepanja in ciljev;
- » oblikovanje ukrepov – letni načrt promocije zdravja;
- » nadzor nad izvedbo in vrednotenje;
- » vodenje arhiva.

Vsak od teh korakov je pomemben, v pravem zaporedju pa lahko podjetje pripelje do rezultata, ki bo na dolgi rok obrodil sadove. Takšna so tudi pričakovanja Inšpektorata za delo, ki preverja dolžnosti delodajalcev v skladu s prvo alinejo 32. člena ZVZD-1: Delodajalec mora promocijo zdravja na delovnem mestu načrtovati ter zanjo zagotoviti potrebna sredstva, pa tudi način spremljanja njenega izvajanja.

Prvi v podjetju, ki naj bi jasno sprevidel smisel in vizijo PZD, je direktor oz. delodajalec sam. V podjetju je še pred začetkom aktivnosti s področja PZD **nujno ustvariti pogoje za to aktivnost** in ustrezno informirati vse zaposlene. Odločitvi in pogojem sledi izbor ustreznih sodelavcev, ki sestavljajo ekipo, ali izbor ključne osebe, ki vodi aktivnosti PZD v podjetju.

PODJETJE LAHKO VSE AKTIVNOSTI PROMOCIJE ZDRAVJA PRI DELU IZVAJA SAMOSTOJNO, ČE IMA ZA TO USPOSOBLJEN IN MOTIVIRAN KADER TER ČAS. ZA POMOČ PRI OBLIKOVANJU IN IZVAJANJU NAČRTA PA SE LAHKO VEDNO OBRNE NA USPOSOBLJENE ZUNANJE IZVAJAKLCE.

Podjetje lahko vse aktivnosti izvaja samostojno, če ima za to usposobljen in motiviran kader ter čas. Za kakršno koli pomoč tako pri oblikovanju načrta kot pri njegovem izvajanju se vedno lahko obrne na ustrezno usposobljene zunanje izvajalce. **Za promotorja zdravja pri delu v podjetju je pomembno poznavanje tega področja in usposobljenost za vodenje projektov.** Poleg odločitve za aktivacijo je zato ključnega pomena izbor prave osebe, ki učinkovito vodi aktivnosti s področja PZD. V večjih podjetjih to obsega vodenje delovne skupine PZD ter koordinacijo sodelovanja z zunanjimi izvajalci ali podizvajalci storitev s področja PZD, v majhnih in mikro podjetjih pa dejansko vodenje celotnega procesa.

ZAČETNO STANJE JE VODILO ZA DELO

Pomembna razlika med ukrepi, ki jih posamezna podjetja izvajajo nenačrtovano in po trenutnem navdihu ali željah zaposlenih, in med načrtovanim izvajanjem PZD je predvsem v kvalitetno pripravljeni

analizi zdravstvenega stanja zaposlenih v podjetju.

Za dobro analizo stanja je smiselno najprej sestaviti že znana in ugotovljena dejstva, ki jih razkrivata **ocena tveganja varnosti pri delu** in **zdravstveni del ocene tveganja**. Pomembna je tudi **analiza bolniškega staleža**, ki je lahko interna, na nivoju podjetja, ali uradna evidenca, pridobljena na NIJZ, izdelana za večja podjetja. Za dobro primerjavo začetnega stanja s splošnim zdravstvenim stanjem v panogi je lahko zelo uporabna **analiza panoge**, ki jo pridobimo z naročilom na NIJZ. V podjetjih, ki zaposlujejo nad 30 ljudi, je lahko izjemne vrednosti tudi **zdravniško poročilo** po opravljenih obdobjih preventivnih zdravniških pregledih pri izvajalcu medicine dela.

Ker pa v dokumentih ni moč odkriti vsega, je pomemben vir informacij za ugotavljanje stanja zdravja zaposlenih, njihovega odnosa do zdravja ter interesov v zvezi z izboljšanjem tudi **anketa o zdravju**. Odgovori zaposlenih so neprecenljivo vodilo predvsem pri odločitvah, kam bo podjetje usmerilo svoje ukrepe PZD. Dobra analiza upošteva tudi **pregled morebitnih obstoječih ali preteklih aktivnosti** s področja PZD, če sovpadajo z drugimi ugotovitvami. Za pomoč pri izvajanju PZD je temelj tudi **pregled načinov internega komuniciranja v podjetju**, ki lahko predstavljajo kanale za izvajanje promocije zdravja v podjetju.

Celotno analizo podjetje prilagaja virom in podatkom, ki so dostopni. Temeljita in poglobljena analiza je ključna za nadaljnje delo in za doseg učinkovitosti PZD.

ZAPIS PODROČIJ DELOVANJA, CILJEV IN UKREPOV PZD

Vsi podatki iz analiz delodajalca pripeljejo do ugotovitve, kje so

ključne težave zdravja zaposlenih v podjetju. Šele zatem se je smotno lotiti določevanja področij, ki zahtevajo čim hitrejšo ukrepanje ali ki kažejo na možnosti hitrega izboljšanja. Čeprav gre morda za isto dejavnost in naravo dela, so v različnih podjetjih lahko **področja ukrepanja različna**, saj gre tako za različne navade ljudi kot za različno organizacijo dela.

Priporočljivo je, da so cilji, ki si jih podjetje v načrtu PZD zastavi, merljivi, vsebinsko ustrezni in realno izvedljivi. Na podlagi ciljev podjetje sprejme **načrt ukrepov PZD**, ki jih zapiše v načrt PZD. Ti ukrepi praviloma sledijo analizi zdravja in zastavljenim ciljem ter upoštevajo realne časovne, finančne in strokovne možnosti v podjetju, nujno pa vključujejo sodelovanje zaposlenih. Ukrepi so lahko usmerjeni v **osveščanje** ali v ustvarjanje **podpornega okolja**. Smiselno je, da ima vsak ukrep določen časovni rok in osebo, ki je odgovorna za organizacijo in izvedbo.

Jasno zastavljeni cilji, opredeljena področja ukrepanja in nazoren predlog ukrepov podjetje sistematično zapiše kot **skupno zavezo celotnega kolektiva v letni načrt PZD**. Le zapisani cilji in ukrepi namreč ne puščajo nobenega dvoma. Tak zapis ureja morebitne komunikacijske težave ali različna dojemanja posameznih struktur v podjetju, omogoča pa tudi sledenje zadanih ciljev. Poleg tega omogoča tudi vzpostavitev razporeda, organizacije ter odgovornosti na vseh ravneh v podjetju.

IZVAJANJE IN VREDNOTENJE PZD

Jasno strukturiran zapis načrta PZD omogoča enostavno izvajanje, saj opredeljuje vse potrebno za razumevanje in izvajanje ukrepov. Preden se podjetje loti izvajanja ukrepov, je smiselno poglobiti zavedanje o zdravju in izboljšati **informiranje vseh zaposlenih o prihajajočih ukrepih**. Ukrepi PZD se lahko izvajajo v skladu s smislom in cilji – enkratno, mesečno, kvartalno ali celo leto. Izvajanje ukrepov je priporočljivo sproti nadzirati in usmerjati – tako s strani vodstva podjetja kot s strani vodje PZD v podjetju.

Izvedene ukrepe je potrebno **ovrednotiti z vidika doseganja zastavljenih ciljev**. Ob vrednotenju je potrebno ugotoviti, kaj je botrovalo doseganju ali nedoseganju ciljev. V primeru neuspešnosti je smiselno sprejeti korekcijske ukrepe, morda celo že v teku izvajanja, kar lahko pripomore k izboljšanju učinka. **Končna evalvacija ukrepov** pravzaprav predstavlja **ponovno izvajanje analize** – v celoti ali le delno, podrejeno ključnemu področju ukrepanja.

Pomemben del načrta PZD kot zakonske obveznosti je vodenje evidenc o načrtovanju in izvajanju ter arhiva dokumentacije. Le-ta se vodi in hrani enako kot ostala dokumentacija s področja varstva pri delu. Arhiv naj vsebuje tako celovito sestavljen načrt PZD kot tudi vodene evidence izvedenih ukrepov. Arhiv je tudi pomemben dokument za podjetje, s katerim lahko **spremlja napredek** na področjih načrtovanih in izvajanih ukrepov za izboljšanje zdravja.



Priporočljivo je, da so cilji, ki si jih podjetje v načrtu PZD zastavi, merljivi, vsebinsko ustrezni in realno izvedljivi. Nujno pa vključujejo sodelovanje zaposlenih. Preden se podjetje loti izvajanja ukrepov, je smiselno poglobiti zavedanje o zdravju in izboljšati informiranje vseh zaposlenih o prihajajočih ukrepih.

DELOVANJE DOBREGA NAČRTA PZD V PRAKSI

PZD je zelo obsežno orodje, s katerim lahko podjetje deluje na različnih področjih. Med drugim ukrepi PZD vplivajo na organizacijo dela in delovnih procesov, na medosebne odnose in komunikacijo, vodenje in povečevanje kompetenc zaposlenih. PZD lahko obsega uvajanje zdrave prehrane in gibanja na delovnem mestu, ergonomsko ureditev delovnih mest in številne druge aktivnosti.

Pri promociji zdravja pri delu gre za proces osveščanja, informiranja, izobraževanja in usposabljanja posameznikov z namenom, da vzpostavijo bolj zdrav način lastnega delovanja.

Če je v podjetju zaznan prezentizem, ki lahko vodi v resna obolenja in dolgotrajne odsotnosti z dela, je mogoče z ustreznimi ukrepi tudi to nevarnost zaježiti.

Dobro prakso na področju PZD imamo tudi v Sloveniji, pri čemer so nekateri primeri prepoznani celo na evropskem nivoju.

Tako je evropska agencija za varnost in zdravje pri delu (EU OSHA) nagradila slovensko podjetje ASCOM d.o.o. za učinkovito izpeljan projekt PZD na področju preprečevanja kostno-mišičnih težav zaposlenih in z njimi povezanih bolniških odsotnosti ter stroškov.