

Večkratne koristi promocije zdravja

Najboljše prakse potrjujejo, da se vložek v promocijo zdravja v podjetjih povrne v obliki večje uspešnosti.

Tanja Faganel, GZS - Zbornica poslovno storitvenih dejavnosti

Zakonska obveznost načrtovanja in izvajanja promocije zdravja pri delu velja za vsa podjetja, ki zaposlujejo, tudi za mikro, mala in srednja ter samostojne podjetnike. Z njeno opustitvijo delodajalec tvega globo v višini od 2.000 do 40.000 evrov, odgovorna oseba delodajalca pa od 500 do 4.000 evrov.

Manj odsotnosti z dela in večji ugled podjetja

Po podatkih Nacionalnega inštituta za javno zdravje (NIJZ) so v storitvenih dejavnostih in intelektualnih storitvah med najpogostejšimi razlogi za absentizem mišično-kostne bolezni in bolezni, povezane s stresom. V mikro in malih podjetjih, ki v teh dejavnostih močno prevladujejo, zaradi izgubljenih dni razmere hitro postanejo kritične. Pomanjkanje delovnih rezerv in izčrpane možnosti optimizacije delovnega procesa na drugi strani prispevajo k povečani (nemenakomerni) preobremenitvi ostalih zaposlenih in prezentizmu, kar se slej ko prej sprevrže v dolgotrajno odsotnost in nezmožnost za delo.

To je razlog, zakaj se podjetja iz teh dejavnosti vse bolj zavedajo pomembnosti izvajanja ukrepov za izboljšanje zdravja zaposlenih ter njihovo dobro počutje na delovnem mestu. Koristi se odražajo v nižjih stroških zaradi zmanjšane bolniške odsotnosti, večjem zadovoljstvu naročnikov zaradi kvalitetnejših storitev in odnosov, stabilnejšem in kontinuiranem poslovanju, pa tudi v boljšem ugledu podjetja v okolju.

Kako bolje poskrbeti za varovanje zdravja?

Kako zadostiti obveznostim načrtovanja in izvajanja promocije pri delu v storitvenih dejavnostih in intelektualnih storitvah?

Promocija zdravja na delovnem mestu mora biti sestavni del Izjave o varnosti z oceno tveganja. Najprej se je treba lotiti pregleda delovnih mest, oceniti glavne razloge za bolniško odsotnost in pogoje delovnega okolja ter opredeliti cilje, ki jih želimo doseči. Sledi oblikovanje ukrepov, priprava letnega načrta promocije zdravja, izvajanje zastavljenih ukrepov in vrednotenje izvajanja. Ne smemo pozabiti na vodenje evidenc in arhiviranje izvajanih ukrepov, saj

nam bo ob inšpekcijskem obisku to prišlo še kako prav.

Zelo pomembno je, da v promocijo zdravja v vseh fazah aktivno vključimo zaposlene, enako pomembna pa sta zavzetost in sodelovanje vodstva v pripravi in izvedbi ukrepov. Ukrepi naj bodo zastavljeni tako, da pokrijejo čim več različnih področij: od ergonomije, organizacije dela, odnosov na delovnem mestu do zdravega načina prehranjevanja in fizičnih aktivnosti.

Za promocijo zdravja skorajda ne potrebujete dodatnih sredstev

Izkoristite brezplačne možnosti, ki vam jih nudijo najrazličnejši projekti promocije zdravja. Za promocijo zdravja namreč šteje tudi prejetje brezplačnih napotkov in koristnih vsebin v povezavi s promocijo zdravja, pa naj gre za prejetje e-novic Zdravi izzivi, udeležbo na seminarjih ali koriščenje promocijskega materiala, kot so kartice z vajami proti bolečinami v hrbtenici, Mavrični koledar z napotki za zdravo življenje ...

Ideje in napotke črpajte tudi iz primerov dobrih praks. Pomembno je le, da jih prilagodite svojim zmoglostim in potrebam ter željam svojih zaposlenih. Motivirajte in upoštevajte predloge svojih sodelavcev – vsak lahko kaj malega prispeva, dobro idejo ... Veliko je mogoče doseči že z drobnimi spremembami, ki ne zahtevajo nujno dodatnih sredstev, prej dobro voljo in miselni premiki za uvedbo sprememb in izboljšav.

Kot primer dobre prakse lahko izpostavimo letošnjega prejemnika Velikega mavričnega pokala za zdravje, Računovodski servis ZEUS, ki izvaja aktivno politiko promocije zdravja na delovnem mestu s ciljem doseči visoko motiviranost zaposlenih. Med drugim jim omogočajo miren kotiček za sproščanje, na stenah pisarn imajo obešene vzorce vaj za raztezanje, omogočajo fleksibilen delovni čas in delo od doma, zaposleni imajo redno na voljo sveže sadje, poleg tega pa večkrat letno organizirajo 20-minutno masažo z zunanjo maserko v prostorih podjetja. Strošek slednjega nosi podjetje. **gg**



En evro vložen v promocijo zdravja prinaša najmanj 2 in pol krat večji učinek, večinoma pa precej več - celo do 10 krat.

Računovodski servis Zeus d.o.o.
(tudi prejemnik Velikega Mavričnega pokal zdravja)

FIRST Murska Sobota d.o.o.

GRS d.o.o.

KARMEN d.o.o.

Nucleus plus d.o.o.

REGISTRATOR d.o.o.

REVIDERA
RAČUNOVODSTVO d.o.o.



IOLAR d.o.o.

Javni holding Ljubljana
d.o.o.

PETKA PUŠNJAK STRIŽIČ
d.n.o.

PSD Group d.o.o.

SPL d.d.

Za promocijo zdravja skorajda ne potrebujete dodatnih sredstev – črpajte nasvete in napotke iz primerov dobrih praks, izkoristite brezplačne možnosti iz najrazličnejših projektov promocije zdravja.

Nagrajenci Mavričnih pokalov zdravja s svojimi zgodbami promocije zdravja na delovnem mestu in tudi v okolju so odličen motivator in pomoč podjetjem, ki z aktivnostmi promocije zdravja šele začenjate.

KOLEKTOR

Kolektor Koling
Pravi partner pri izvedbi celostnih rešitev – od ideje do izvedbe objektov

