



Številka 1, november 2015

*Spletni newsletter s področja
promocije zdravja na delovnem mestu*



SKRB ZA ZDRAVJE JE ODGOVORNOST POSAMEZNIKA, DELODAJALCA IN DRŽAVE

*Dobro zdravje je vredno več kot največje bogastvo.
(latinski pregovor)*

Pozdravljeni,

pred vami je prva številka newslettera s področja promocije zdravja na delovnem mestu, v katerem lahko najdete članke, intervju, predstavitev dobre prakse, novice in aktualne dogodke.

Želimo vam prijetno branje.

V tokratni številki preberite:

1. Z vseslovensko kampanjo do večje ozaveščenosti delodajalcev o promociji zdravja na delovnem mestu
2. Kampanje niso dovolj – potrebne so tudi svetovalne in podporne storitve za podjetja
3. Predstavitev dobre prakse: ELPRO Lepenik & Co. d.o.o.
4. Novice s področja promocije zdravja na delovnem mestu
5. Aktualni dogodki
6. Naj naše zdravje ne bo odvisno od drugih, temveč od nas samih!

Z vseslovensko kampanjo do večje ozaveščenosti delodajalcev o promociji zdravja na delovnem mestu

Kljub številnim dokazanim koristim promocije zdravja na delovnem mestu in zakonski obvezanosti so na Inšpektoratu RS za delo leta 2012 zabeležili le **okoli 5 % slovenskih organizacij**, ki so imele narejen načrt in **so izvajale aktivnosti na področju promocije zdravja na delovnem mestu** (Markota, 2012). Tudi nedavne raziskave (OZS, 2014; ZDS, 2014) nakazujejo, da so slovenske organizacije, ki izvajajo promocijo zdravja skladno z zakonom, še vedno v manjšini. Eden izmed razlogov za to bi lahko bila **prenizka ozaveščenost slovenskih delodajalcev kot tudi zaposlenih o promociji zdravja na delovnem mestu in koristih, ki jih prinaša**. Prav zato je Združenje delodajalcev Slovenije skupaj s projektnimi partnerji pričelo z izvajanjem prve celostne in sistematične **vseslovenske kampanje za ozaveščanje delodajalcev, zaposlenih in ostale zainteresirane javnosti o ohranjanju in krepitevi zdravja zaposlenih na delovnem mestu**. Namen projekta, ki ga je finančno podprl Zavod za zdravstveno zavarovanje Slovenije, je dvigniti stopnjo družbene ozaveščenosti in informiranosti o pomenu in koristih promocije zdravja na delovnem mestu ter povečati aktivnosti na tem področju. Pričakujemo, da bomo z aktivnostmi, izvedenimi v okviru vseslovenske kampanje **namen projekta tudi dosegli**. Promocijske kampanje namreč predstavljajo zelo **učinkovit način za osveščanje javnosti o vprašanih varnosti in zdravja pri delu** ter za **spreminjanje vedenja ljudi** (Evropska agencija za varnost in zdravje pri delu).

Pogosto kampanje predstavljajo glavni način stika z javnostjo in prenosa organizacijskega sporočila družbi. Na tak način ljudi aktiviramo in motiviramo za vključitev in sodelovanje pri doseganju cilja, ki ga zasledujemo s kampanjskimi aktivnostmi. Prav tako lahko kampanje vplivajo na oblikovanje politik, izobražujejo in ozaveščajo ljudi ter vplivajo na spreminjanje njihovega vedenja.

Kampanje za ozaveščanje javnosti so v Evropi široko razširjene kot ključno sredstvo v okviru državnega akcijskega načrta držav članic (87,5 %) in v manjšem deležu tudi kot del regionalnega akcijskega načrta (37 %) (Evropski inštitut za enakost spolov, 2013).

Za uspešnost kampanj pomembno sodelovanje in povezovanje

Častna pokroviteljica vseslovenske kampanje je **ministrica za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti, dr. Anja Kopač Mrak**, ki podpira in spodbuja povezovanje med delodajalci, sindikati, vlado in ostalimi akterji v njihovih prizadevanjih za zdrava in varna delovna mesta.

Sodelovanje različnih državnih institucij je za uspešno izvedeno kampanjo zelo pomembno: sodelovanje vladnih organizacij kampanjskim aktivnostim daje moč in sistemski vpliv, predstavniki strokovnih nevladnih organizacij pa zagotovijo strokovno znanje in povezavo med kampanjskim sporočilom in podpornimi storitvami.

Kampanje ozaveščanja o pomenu zdravja, ki vključujejo distribucijo gradiv, produktov in storitev ter kampanjsko sporočilo posredujejo javnosti preko več različnih množičnih medijev pomembno **pozitivno**



vplivajo na spremembe vedenja za izboljšanje zdravja.

Informacije in podrobnejši opis kampanje je na voljo na spletni strani www.zdravi-in-uspesni.si.

Vabimo vas, da se pridružite kampanjskim aktivnostim in da skupaj zasledujemo slogan kampanje »Zdravi zaposleni – uspešna organizacija«. Informacije o kampanji so na voljo na spletni strani www.zdravi-in-uspesni.si.

Viri:

1. Evropski inštitut za enakost spolov. (2013). Awareness [raising](#).
2. Running [Campaigns](#).
3. The community guide. (2014). Effectiveness of Health Communication Campaigns That Include Mass Media and Health-Related Product [Distribution](#).

Kampanje niso dovolj – potrebne so tudi svetovalne in podporne storitve za podjetja

Intervju z dr. Gregor Breuckerjem, vodjo oddelka za promocijo zdravja v Nemškem krovnem združenju podjetniških bolniških blagajn (BKK Federal Association)



1. Kakšno je vaše mnenje o dolgoročnih kampanjah za promocijo zdravja na delovnem mestu v primerjavi z kratkoročnimi?

Kampanje za promocijo zdravja na delovnem mestu pripomorejo k večji ozaveščenosti delodajalcev in zaposlenih na področju zdravja na delovnem mestu, a pomembno je, da kampanjske aktivnosti kombiniramo s konkretnimi in praktičnimi podpornimi storitvami za podjetja. V Nemčiji bodo morale zdravstvene zavarovalnice od januarja 2016 za vsakega zavarovanca prispevati 2 evra za storitve ohranjanja in krepitve zdravja na delovnem mestu. Po naših izkušnjah so dolgoročne kampanje praviloma učinkovitejše od kratkoročnih.

2. Kakšni so lahko učinki dolgoročnih kampanj za promocijo zdravja na delovnem mestu? Je kampanja dovolj za dvig ozaveščenosti delodajalcev, ali bi morali delodajalce k izvajanju promocije zdravja na delovnem mestu spodbujati še na druge načine npr. z davčnimi olajšavami in podobno?

Samo s kampanjo ne moremo doseči odličnih rezultatov. Potrebna je tudi dobra infrastruktura za svetovanje in podporo podjetjem. Pomemben del te infrastrukture predstavljajo zasebna podjetja specializirana za nudenje posameznih podpornih in svetovalnih storitev. Tudi davčne spodbude so lahko pomemben element celostnega reševanja problematike. Naše izkušnje kažejo, da je pomembno, da zdravstvene zavarovalnice gradijo in vzdržujejo paleto svetovalnih in podpornih storitev za podjetja za področje zdravja na delovnem mestu.

3. Menite, da je pomembno vlagati v promocijo zdravja na delovnem mestu? Zakaj da/ne?

Vse več podjetij se zaveda pomena vlaganja v ukrepe promocije zdravja na delovnem mestu v okviru skrbi za zaposlene. Takšna podjetja na trgu pogosto uživajo ugled dobrega delodajalca. Prav tako s pomočjo ukrepov promocije zdravja na delovnem mestu povečajo motivacijo in pripadnost zaposlenih vplivajo pa tudi na večjo produktivnost ter boljše zdravje in počutje zaposlenih.

4. Lahko na kratko opišete projekt kampanje, ki ste ga v Nemčiji pričeli izvajati pred dvema letoma? Kakšni so cilji projekta in pričakovani rezultati?

Od leta 2014 nemško Zvezno ministrstvo za zdravje finančno podpira kampanjo za izboljšanje promocije zdravja na delovnem mestu v majhnih in srednje velikih podjetjih. V okviru kampanje smo razvili različna gradiva in praktična orodja za pomoč majhnim in srednje velikim podjetjem. Jedro kampanje so informativni seminarji, ki jih organizirajo zdravstvene zavarovalnice skupaj s ključnimi akterji (gospodarske zbornice, združenja delodajalcev, gospodarske agencije za razvoj ipd.). Na tak način dosežemo veliko število podjetij, ki nimajo izkušenj in znanj s področja promocije zdravja na delovnem mestu. Projekt se bo nadaljeval tudi v naslednjem letu.

Predstavitev dobre prakse

ELPRO LEPENIK & CO. D.O.O.

ELPRO Lepenik & Co. je družinsko podjetje s 13 zaposlenimi. Kljub majhnosti imajo svojega pooblaščenca za varnost pri delu in sami pripravljajo Izjavo o varnosti z Oceno tveganja. Od leta 2011 sistematično izvajajo promocijo zdravja na delovnem mestu. Vsako leto izvedejo en trajni projekt v povezavi z zdravjem na delovnem mestu.



Leta 2011 so pričeli s projektom »Pijmo vodo«, v okviru katerega so vgradili

naravno in okolju prijazno centralno čistilno napravo za čiščenje pitne vode. Prav tako so vsi zaposleni prejeli stekleno stekleničko za pitje vode z odtisnjanim imenom projekta in maskoto podjetja ter svojim imenom. Ugotovili so, da zaposleni uporabljajo podobne stekleničke tudi izven delovnega časa ter da namesto gaziranih pijač vedno pogosteje pijejo vodo.

V letu 2013 so uvedli projekt »Eno jabolko na dan«. Zaposleni imajo skozi cel delovnik na voljo sveža jabolka, ki jih tedensko dostavlja lokalni proizvajalec. Projekt se je med zaposlenimi zelo dobro obnesel, zato se je vodstvo podjetja odločilo, da se bo projekt po izteku enega leta nadaljeval.

V letu 2014 so izvedli projekt »Zdravje v škatlici« oziroma v dopolnitvi »Prazna vreča ne stoji pokonci!«, v okviru katerega so zaposlene izobraževali kako si pripraviti uravnoteženo malico (zaposleni malico prinašajo od doma) ter skupaj s predhodnima projektoma (voda + jabolka) usmerjali zaposlene k pravilnim časovnim presledkom obrokov in pitja vode. S projektom so nadaljevali v letu 2015, trenutno pa pripravljajo projekt »Razmigaj možgane«.

Tako povezujejo projekte skozi leta in vsako leto dodajo novo stopničko na poti promocije zdravja na delovnem mestu. Kljub majhnosti program promocije zdravja na delovnem mestu pripravljajo sami. Projekti so trajni in uresničljivi, ne zahtevajo velikih finančnih vložkov, pritegnejo pa vse zaposlene in ne obremenjujejo okolja.

Novice s področja promocije zdravja na delovnem mestu

UVODNA NOVINARSKA KONFERENCA, 13. oktober 2015

Na novinarski konferenci v Ljubljani se je uradno začela vseslovenska kampanja za promocijo zdravja na delovnem mestu, katere častna pokroviteljica je ministrica za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti dr. Anja Kopač Mrak. Namen kampanje je dvig ozaveščenosti in informiranosti slovenskih delodajalcev, zaposlenih, strokovne in splošne javnosti o pomenu promocije zdravja na delovnem mestu ter koristih, ki jih le-ta prinaša.



NATEČAJ ZA DELODAJALCE, 13. oktober 2015

Prišel se je **natečaj za delodajalce za izbor najboljših ukrepov promocije zdravja na delovnem [mestu](#)**. Namen natečaja je **spodbuditi delodajalce k širjenju svojih ukrepov promocije zdravja na delovnem mestu in implementaciji ukrepov** promocije zdravja na delovnem mestu pri delodajalcih, ki jih še ne izvajajo ali bi želeli svoje programe razširiti in obogatiti. Prijavite se [tukaj](#).

ZAKLJUČEK KAMPANJE "OBVLADAJMO STRES", 3. november 2015

Evropska agencija za varnost in zdravje pri delu je na vrhu kampanje za zdravo delovno okolje 2015, ki je potekal 3. in 4. novembra 2015 v Bilbao v Španiji, sklenila svojo dveletno kampanjo „Obvladajmo stres“. [Program](#) je vključeval glavne politične izjave, vzporedna srečanja o dobrih praksah za obvladovanje stresa in psihosocialnih tveganj, strategije in programe ter inovativne načine za obveščanje o varnosti in zdravju pri delu.

Aktualni dogodki

STROKOVNI POSVET, 26. in 27. november 2015

Zavod za zdravstveno zavarovanje Slovenije (ZZZS) v sodelovanju z Ministrstvom za zdravje, Ministrstvom za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti ter Zavodom za pokojninsko in

invalidsko zavarovanje v Thermani v Laškem organizira brezplačni strokovni posvet »**Promocija zdravja na delovnem mestu – učinkovita orodja in dobre prakse**«, ki je namenjen predstavitvi učinkovitih orodij in dobrih praks ter opredelitvi sistemskih izzivov pri zagotavljanju zdravih in varnih delovnih okolij. Podrobnosti si lahko preberete v programu tukaj. Prijavnico za udeležbo na posvetu izpolnite najkasneje do 20. novembra 2015 na naslovu: <http://www.zzzs.si/posvet>.

IZOBRAŽEVANJE, 30. november 2015

Združenje delodajalcev Slovenije organizira izobraževanje »**Kako preko izvajanja promocije zdravja doseči boljšo produktivnost na delovnem mestu?**«, ki ga bo izvedla mag. Katarina Železnik Logar, svetovalka za promocijo zdravja pri delu. Dodatne informacije o izobraževanju lahko preberete [tukaj](#).

Naj naše zdravje ne bo odvisno od drugih, temveč od nas samih

Promocija zdravja na delovnem mestu je **skupno prizadevanje** delodajalcev, delavcev, zdravstvenih služb in družbe za izboljšanje zdravja in počutja v delovnem okolju. Gre za proces, ki omogoča **zaposlenim povečati kontrolo nad svojim zdravjem** in doseči boljše počutje. Dobro počutje na delovnem mestu pa zajema telesne, čustvene in socialne dejavnike tako na kot tudi izven delovnega mesta. Zaposleni se moramo **zavedati lastne odgovornosti za svoje zdravje**. Poleg delovnih pogojev so pri tem pomemben dejavnik tudi naš način življenja, cilji in želje.



Skrb za izvajanje ukrepov zdravja na delovnem mestu je zakonska obveza delodajalcev, uspešnost ukrepov pa je odvisna od zavezanosti in sodelovanja zaposlenih

Zaposleni smo tisti, ki delodajalcu sporočimo, kakšni so naši delovni pogoji, kje se pojavljajo zdravju škodljive okoliščine in predlagamo morebitne rešitve za preprečevanje, znižanje ali odpravo teh težav. Še več – delodajalec nam lahko omogoči aktivnosti in ukrepe za boljše zdravje in počutje na delovnem mestu, zaposleni pa se odločimo, ali bomo v teh dejavnostih sodelovali ali ne. S tem ko se udeležujemo aktivnosti, pripomoremo k uspešnosti programov promocije zdravja na delovnem mestu in hkrati delodajalcu sporočamo, da se splača vlagati v ohranjanje in krepitev zdravja zaposlenih. Najpomembnejše pa je, da z udeleževanjem aktivnosti skrbimo za lastno zdravje in dobro počutje.

Dobra komunikacija je ključna za uspešen pretok informacij

V manjših podjetjih so zaposleni pogosto bolj povezani, vsakodnevno so v interakciji, zato je pretok informacij boljši. V večjih podjetjih pa se lahko določena informacija o težavah in potrebah zaposlenih na področju zdravja na delovnem mestu izgubi preden pride do vodstvenih kadrov, ki imajo moč ukrepati. Nekateri zaposleni ne želijo izpostavljati morebitnih težav na delovnem mestu zaradi strahu

pred odzivom vodje. Zato je pomembno, da ima skupina zaposlenih predstavnika iz svojih vrst, ki mu zaupajo in ima dobre komunikacijske sposobnosti, da zbere predloge zaposlenih ter jih posreduje vodstvenim kadrom, ki nato lahko ustrezno ukrepajo.

Zaposleni, pomagajmo delodajalcem do učinkovitih ukrepov!

Ukrepi promocije zdravja na delovnem mestu v prvi vrsti izvirajo iz potreb zaposlenih. Zavedati se moramo, da delodajalec ne more brati misli zaposlenih, ne izkusi tega, s čimer se zaposleni soočamo na določenem delovnem mestu, in obratno, zaposleni mnogokrat podcenjujemo napore in odgovornost delodajalcev, da delovni proces poteka nemoteno, ter trud, da bi zaposlenim omogočili zdravo in varno delovno mesto. Pri oblikovanju programov promocije zdravja na delovnem mestu je zatorej pomembno **aktivno sodelovanje med vodstvenimi kadri in zaposlenimi**, hkrati pa je pomembno, da skrbimo za lastno zdravje. Če bomo zdravi in zadovoljni, bomo namreč tudi uspešni – tako na delovnem mestu, kot doma.



Projekt »Vseslovenska kampanja za ozaveščanje delodajalcev za ohranjanje in krepitev zdravja zaposlenih na delovnem mestu« je na podlagi Javnega razpisa za sofinanciranje projektov za promocijo zdravja na delovnem mestu v letu 2015 in 2016 finančno podprl Zavod za zdravstveno zavarovanje Slovenije.



ŠTAJERSKA
GOSPODARSKA
ZBORNICA



rgz
regionalna gospodarska zbornica sloje
del sistema Gospodarske zbornice Slovenije

GOSPODARSKA ZBORNICA
DOLENJSKE IN BELE KRAJINE



PRIMORSKA
GOSPODARSKA
ZBORNICA
Chairman of Commerce
and Industry of Primorska



pomurska gospodarska zbornica
pqz