

Sporočilo za medije

ZDRAVI ZAPOSLENI – USPEŠNA ORGANIZACIJA

Peti strokovni regijski posvet ob zdravem zajtrku

Ljubljana, 5. april 2016 – Strokovni regijski posvet ob zdravem zajtrku v organizaciji Združenja delodajalcev Slovenije je peti v nizu sedmih strokovnih regijskih posvetov, ki se bodo odvijali med februarjem in junijem 2016 v sedmih slovenskih regijah. Posveta se je udeležilo 70 predstavnikov iz podjetij in organizacij iz vse Slovenije.

Posveti potekajo v okviru projekta »Vseslovenska kampanja za ozaveščanje delodajalcev za ohranjanje in krepitev zdravja zaposlenih na delovnem mestu«, katere častna pokroviteljica je dr. Anja Kovač Mrak, ministrica za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti. Glavni namen posvetov je informirati in ozaveščati delodajalce, zaposlene ter strokovno in drugo zainteresirano javnost o promociji zdravja na delovnem mestu ter koristih, ki jih le-ta prinaša. Namen posvetov je tudi odpiranje prostora za širšo razpravo o promociji zdravja na delovnem mestu v slovenskem prostoru, medsebojno podpora delodajalcev pri njenem načrtovanju ter za širjenje primerov dobrih praks promocije zdravja na delovnem mestu.

Na novinarski konferenci pred posvetom so svoje poglede na problematiko zdravja zaposlenih na delovnem mestu predstavili Jože Smole iz Združenja delodajalcev Slovenije (ZDS), Igor Hrast z Izobraževalno raziskovalnega inštituta Ljubljana (IRI) in Iztok Jurančič iz Sindikata novinarjev Slovenije (SNS). Jože Smole je opisal vlogo ZDS-ja in drugih partnerjev v projektu ter poudaril, da gre v projektu predvsem za širjenje znanja in vedenja o problematiki zdravja zaposlenih na delovnem mestu. Po njegovem mnenju je mogoče že z majhnimi ukrepi pripomoči k izboljšanju organizacijske klime v vseh podjetjih, ne glede na velikost – pa naj gre za mikro, mala ali srednja podjetja. »Tista podjetja, ki so že uvedla programe varovanja zdravja, se lahko pohvalijo z merljivimi rezultati,« je še dodal Jože Smole.

Igor Hrast je poudaril, da kljub dokazanim številnim koristim promocije zdravja na delovnem mestu tako za zaposlene kot za delodajalce, ter tudi zakonski obvezi delodajalcev k načrtovanju, izvajanju in vrednotenju promocije zdravja na delovnem mestu, zelo majhno število slovenskih delodajalcev, zlasti v mikro, majhnih in srednje velikih podjetjih, promocijo zdravja na delovnem mestu dejansko načrtuje, izvaja in vrednoti. Glavni



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.

razlogi za to so predvsem pomanjkanje praktičnih znanj, konkretnih pripomočkov in podpore. Da bi promocija zdravja na delovnem mestu lahko bila pravilno in ustrezno umeščena v poslovni model vsake organizacije in da bi podjetja lahko dobila njene merljive rezultate, je potrebna podpora vodstva ter stalno ozaveščanje in informiranje o pomenu, namenu in ciljnih promocije zdravja na delovnem mestu, kar je tudi osrednji namen projekta Kampanja.

Iztok Jurančič je opozoril, da se bo treba v najkrajšem času posvetiti tudi varovanju zdravja v prekarnih oblikah zaposlitve, ki so vse bolj številčne. Prekarci velikokrat niso zavarovani in so brez pravic, ena od osnovnih sistemskih težav pa je ta, da niso upravičeni do nadomestila ob bolniški odsotnosti v prvih 30 dneh. Jurančič je pozval k temu, da začnejo v socialnem dialogu postopoma reševati problematiko varovanja zdravja med prekarci oziroma ga izenačiti z zaposlenimi.

V prvem delu posveta sta nastopila Mladen Markota z Inšpektorata RS za delo ter Alenka Gajšek in Igor Hrast z Izobraževalno raziskovalnega inštituta Ljubljana. Markota je poudaril, da imamo v Sloveniji stabilno zakonsko osnovo za varovanje zdravja na delovnem mestu, a praksa kaže, da podjetja skrbijo za to področje večinoma zaradi zakonskih obveznosti in manj zaradi iskrene zavezanosti vodstev podjetij za varovanje zdravja. In kako se mora podjetje lotiti aktivnosti na tem področju? Markota predlaga štiri korake. Najprej je treba ugotoviti, kakšno je stanje v kolektivu, na podlagi tega pa narediti analizo. V drugi fazi je priprava programa promocije zdravja na podlagi analize. »Tretji korak je najtežji, saj je treba kakovostno vzdrževati program varovanja, kar se v praksi izkaže kot trd oreh. Zadnji korak je vrednotenje narejenega, ki se ga lotimo po določenem času. Takrat pregledamo, kaj je narejeno in po potrebi ponovno naredimo posnetek stanja v kolektivu,« je poudaril Markota in apeliral na prisotne, da v svojih podjetjih ponotranjijo in iskreno pristopijo k promociji zdravja zaposlenih na delovnem mestu.

Alenka Gajšek je predstavila prednosti in koristi načrtovanja, izvajanja in evalvacije promocije zdravja na delovnem mestu, med katero spadajo spletne novice in različno gradivo, ki je na voljo zaposlenim. Promocijo je razdelila na tri skupine ukrepov, in sicer za izboljšanje organizacije dela, delovnega okolja in individualne ukrepe. Poudarila je pomen soodvisnosti delovnega mesta in zasebnega življenja, ki ju je treba ustrezno kombinirati in uravnotežiti, cilj promocije pa je ohranjanje in krepitev telesnega in duševnega zdravja zaposlenih. »Najširši vidik promocije zdravja na delovnem mestu je sestavljen iz petih stebrov vsakega posameznika. Ti stebri so zdravje, delo, družina, hobiji ter socialna mreža prijateljev in znancev,« je dodala Alenka Gajšek. Kaj pa izzivi za prihodnost? Soočili se bomo z vse bolj starajočo družbo, obenem pa bo tudi vse več starejših zaposlenih, saj se delovna doba podaljšuje.

Igor Hrast je ob zaključku prvega dela posveta poudaril, da je pomembna vloga programa promocije zdravja ta, da ne sme biti preveč kompleksen. Mora biti razumljiv in funkcionalen, rešitve pa preproste. Statistični



podatki kažejo, da tveganja na tem področju naraščajo. Najpomembnejši vzrok za bolniški stalež je povezan z nezdravim življenjskim slogom. Promocija programov za varovanje zdravja mora postati sestavni del kulture vsakega podjetja in organizacije, ki se začne pri vsakem posamezniku in odnosih z drugimi.

Drugi del posveta je bil namenjen praktičnim primerom. Kristina Barič Prelogar (ZDS) je razložila, kako je z obdavčitvijo ukrepov promocije zdravja na delovnem mestu, kot so plačilo startnin, članarin in vadnin za rekreativna tekmovanja, tečaje, fitnes klube in podobno.

Primer dobre prakse s področja promocije zdravja v Zavarovalnici Triglav je predstavila Mateja Geržina iz podjetja Triglav INT, d. d. Projekta so se lotili celostno, poskrbeli so za ustrezno motivacijo in osveščali tudi nasveti za ergonomsko delovno mesto. Uporabili so različne komunikacijske kanale, pripravili tiskana in spletna gradiva, organizirali delavnice, tečaje, treninge, rekreativna tekmovanja in osebna svetovanja za zaposlene in vodje. Poskrbeli so tudi za zdravo prehranjevanje z eko tržnicami in vsakodnevnim zdravim obrokom.

