

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Jasmina Šuman

**Načrtovanje promocije zdravja na delovnem mestu v podjetju  
Snaga d.o.o.**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2015

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Jasmina Šuman  
doc. dr. Andrej Kohont

**Načrtovanje promocije zdravja na delovnem mestu v podjetju  
Snaga d.o.o.**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2015

## ZAHVALA

Zahvaljujem se svojemu mentorju, doc. dr. Andreju Kohontu, za strokovno pomoč, usmerjanje in nasvete pri izdelavi diplomskega dela.

Zahvaljujem se tudi somentorici v podjetju Snaga d.o.o., gospe Martini Krajnc, za pomoč pri pridobivanju podatkov in strokovnega gradiva v zvezi z diplomskim delom.

Za lektoriranje diplomskega dela se zahvaljujem prijateljici Nastji Žižek, Lei Krajnc pa za prevod povzetka v angleški jezik.

Prav tako gre zahvala celotnemu osebju Fakultete za družbene vede za pridobljeno znanje in izkušnje.

Za podporo skozi vsa leta študija se zahvaljujem tudi svoji družini, ki mi je stala ob strani in me podpirala skozi vsa leta študija.

## **Načrtovanje promocije zdravja na delovnem mestu v podjetju Snaga, d.o.o.**

Ljudje veliko časa preživimo na delovnem mestu, kjer se naše zdravstveno stanje in počutje odražata v delovni storilnosti in vplivata na druge zaposlene okoli nas. Delovno mesto je zato primeren kraj za spodbujanje zdravega načina življenja, ki se odraža tudi v zasebnem življenju in počutju zaposlenih. Diplomsko delo obravnava analizo in načrtovanje promocije zdravja na delovnem mestu v podjetju Snaga d.o.o., s katero spodbujamo izboljšanje zdravja v organizaciji. V teoretičnem delu diplomske naloge bom predstavila teoretična izhodišča o promociji zdravja na delovnem mestu, zakonsko podlago, na kateri temelji in pa njene prednosti ter faze, ki so potrebne za uspešno izvajanje celotnega programa v organizaciji. V empiričnem delu diplomskega dela pa sem se osredotočila na raziskovanje promocije zdravja v podjetju Snaga d.o.o. in njeno načrtovanje. Na podlagi analizirane literature in analize sekundarnih virov sem opredelila oceno stanja v podjetju, ki je temelj načrtovanja promocije zdravja in podala konkretna izhodišča ter predloge za sestavo načrta promocije zdravja na delovnem mestu v podjetju, s katerim lahko dosežemo pozitivne rezultate glede zdravja med zaposlenimi.

*Ključne besede:* zdravje v organizaciji, promocija zdravja na delovnem mestu, ocena stanja, načrtovanje promocije.

## **Planing health promotion in the working place of a company Snaga, d.o.o.**

People spend a lot of time at work where our state of health and well-being reflect in the work productivity and also have an impact on other employees around us. The workplace is therefore a suitable place for promoting a healthy lifestyle which can also be then seen in the private lives and well-being of employees. In this thesis we did the analysis and planning of health promotion at the workplace in the company Snaga, Ltd., by which we encourage health improvement within the organization. In the theoretical part I did present the theoretical foundations of health promotion at the workplace, the legal basis on which it is based and its advantages and phases which are necessary for the successful implementation of the entire program within the organization. In the empirical part of the thesis I focused on the exploration of health promotion in the company Snaga, Ltd. and its planning. Based on the given analysed literature and secondary sources I have identified the range and state of the company who is the basis for health promotion and I made concrete proposals and suggestion for a health promotion plan at the workplace by which we can achieve positive results in terms of health among employees.

*Key words:* health organization, health promotion at the workplace, situation assessment, planning promotion.

# KAZALO

<b>1 UVOD .....</b>	<b>8</b>
<b>2 PROMOCIJA ZDRAVJA NA DELOVNEM MESTU .....</b>	<b>10</b>
2.1 ZAKONSKA PODLAGA .....	11
2.2 PREDNOSTI PROMOCIJE ZDRAVJA PRI DELU .....	12
2.3 FAZE PROMOCIJE ZDRAVJA NA DELOVNEM MESTU .....	13
2.3.1 Priprava na promocijo .....	13
2.3.2 Ocenjevanje potreb .....	14
2.3.3 Priprava načrta .....	14
2.3.4 Izvajanje programa .....	16
2.3.5 Spremljanje in evalvacija programa .....	16
2.3.6 Prilagoditev in posodobitev, dopolnitev programa .....	18
2.3.7 Ponovna ocena potreb .....	18
<b>3 PROMOCIJA ZDRAVJA V PODJETJU SNAGA D.O.O. ....</b>	<b>19</b>
3.1 PODJETJE SNAGA D.O.O. ....	19
3.2 VZROKI ZA NAČRTOVANJE PROMOCIJE ZDRAVJA NA DELOVNEM MESTU IN CILJI PODJETJA .....	20
<b>4 ANALIZA STANJA V PODJETJU .....</b>	<b>22</b>
4.1 POROČILA IZVAJALCEV MEDICINE DELA, PROMETA IN ŠPORTA .....	23
4.1.1 Analiza poročil izvajalcev medicine dela, prometa in športa .....	23
4.1.2 Rezultati analize poročil izvajalcev medicine dela, prometa in športa .....	26
4.2 BOLNIŠKI STALEŽ - ZDRAVSTVENI ABSENTIZEM .....	27
4.2.1 Analiza bolniškega staleža - zdravstvenega absentizma .....	28
4.2.2 Rezultati analize bolniškega staleža - zdravstvenega absentizma .....	29
4.3 ANKETA - ZADOVOLJSTVO ZAPOSELNIH Z DOSEDANJIMI AKTIVNOSTMI NA PODROČJU ZDRAVJA V PODJETJU .....	29
4.3.1 Analiza ankete .....	30
4.3.2 Rezultati analize ankete .....	35
4.4 PREVERJANJE HIPOTEZ .....	36
<b>5 KONČNA OCENA STANJA V PODJETJU .....</b>	<b>38</b>
5.1 OCENA STANJA NA PODLAGI ANALIZE POROČIL IZVAJALCEV MEDICINE DELA, PROMETA IN ŠPORTA .....	38
5.2 OCENA STANJA NA PODLAGI ANALIZE ZDRAVSTVENEGA ABSENTIZMA ...	38

5.3 OCENA STANJA NA PODLAGI ANALIZE ANKETE - ZADOVOLJSTVO ZAPOSLENIH Z DOSEDANJIMI AKTIVNOSTMI NA PODROČJU ZDRAVJA V PODJETJU .....	39
5.4 PREDLOGI UKREPOV .....	39
<b>6 NAČRT PROMOCIJE ZDRAVJA NA DELOVNEM MESTU ZA PODJETJE SNAGA D.O.O. ....</b>	<b>41</b>
6.1 NAMEN IN CILJI PROGRAMA .....	41
6.2 PODROČJE VELJAVNOSTI PROGRAMA .....	41
6.3 IZVAJANJE PROGRAMA .....	41
6.4 ODGOVORNE OSEBE IN ZADOLŽITVE.....	42
6.5 VIRI SREDSTEV ZA PRIPRAVO PROGRAMA.....	42
6.6 VREDNOTENJE DOSEŽENEGA .....	42
<b>7 SKLEP .....</b>	<b>44</b>
<b>8 LITERATURA .....</b>	<b>47</b>

## KAZALO SLIK, TABEL IN GRAFOV

Slika 2.1: Faze promocije zdravja .....	18
Tabela 3.1: Kratek prikaz zgodovine podjetja Snaga d.o.o. ....	19
Tabela 4.1: Bolniške odsotnosti v podjetju Snaga d.o.o., razdeljene po vzrokih.....	28
Graf 4.1: Stanje prehranjenosti med pregledanimi zaposlenimi v Snagi d.o.o. med leti 2011-2013.....	23
Graf 4.2: Številčno najbolj zastopane, odkrite bolezni med pregledanimi zaposlenimi v Snagi d.o.o. med leti 2011-2013.....	24
Graf 4.3: Splošno zdravstveno stanje med pregledanimi zaposlenimi v Snagi d.o.o. med leti 2011-2013.....	25
Graf 4.4: Delazmožnost med pregledanimi zaposlenimi v Snagi d.o.o. med leti 2011- 2013 .....	26
Graf 4.5: Struktura anketiranih po spolu v Snagi d.o.o., 2014 .....	30
Graf 4.6: Struktura anketiranih po starosti v Snagi d.o.o., 2014 .....	30
Graf 4.7: Pomen izraza promocija zdravja na delovnem mestu Snaga d.o.o., 2014 .....	31

Graf 4.8: Zadovoljstvo zaposlenih z vlaganjem podjetja Snaga d.o.o. v izboljšanje zdravja zaposlenih, 2014 .....	32
Graf 4.9: Ocena informacij o zdravem načinu življenja v podjetju Snaga d.o.o., 2014.	32
Graf 4.10: Zadovoljstvo z izborom dejavnosti v okviru promocije zdravja v podjetju Snaga d.o.o., 2014 .....	33
Graf 4.11: Priložnost za izražanje mnenja in predlogov zaposlenih v podjetju Snaga d.o.o., 2014 .....	34
Graf 4.12: Dejavniki spodbude zaposlenih k sodelovanju promociji zdravja v podjetju Snaga d.o.o., 2014 .....	35

# 1 UVOD

V svetu se in se bodo dogajale tudi v prihodnje velike in pomembne spremembe, ki narekujejo današnji tempo življenja, tako v naših zasebnih življenjih kot tudi na delovnih mestih, v organizacijah. Globalizacija, naraščajoča brezposelnost, spremembe na področju zaposlovanja, usmeritve v uporabnike itd. so dejavniki, ki vse bolj vplivajo na organizacije in njihove zaposlene. Tako organizacije kot tudi zaposleni pa se morajo znati in biti sposobni soočati z izzivi, faktorji in tveganji, ki jih na pot postavi okolje. Pri vsem tem ima pomembno vlogo investiranje v zdravje zaposlenih na delovnem mestu in uvajanje programov promocije zdravja na delovnem mestu, ki pripomorejo k izboljšanju tako fizičnega kot tudi psihičnega zdravja na delovnem mestu, kar pa se lahko kasneje prav tako odraža v zdravju celotne družbe. Delavci, ki delajo v varnem, zdravem in spodbudnem delovnem okolju, ki ga je ustvarila organizacija, so tudi bolj motivirani, ustvarjalnejši, produktivnejši in zvestejši organizaciji, kar pripomore k večji kakovosti izdelkov, večji uspešnosti organizacije na trgu povpraševanja in ponudbe in s tem tudi večjemu, pozitivnemu ugledu družbe v okolju, dolgoročno pa tudi v konkurenčni vodilni organizaciji na svojem področju. Skrb za zdravje na delovnem mestu je torej trend, ki ga tako organizacijam kot zaposlenim narekujejo vse bolj stresno življenje in vse večja konkurenca v svetu, in je nujen odgovor na situacijo v današnjem svetu dela (Inšpektorat Republike Slovenije za delo 2012).

V diplomskem delu bom proučevala in načrtovala promocijo zdravja na delovnem mestu v storitvenem podjetju Snaga d.o.o. Glavni namen diplomske naloge je na podlagi analizirane literature in analize sekundarnih virov, podati konkretna izhodišča in predloge za sestavo učinkovitega načrta promocije zdravja na delovnem mestu v podjetju Snaga d.o.o., s katerimi lahko dosežemo pozitivne rezultate glede zdravja med zaposlenimi.

Cilj diplomske naloge je na podlagi izvedene analize poročila izvajalcev medicine dela, prometa in športa, deleža absentizma v podjetju, izjave o varnosti z oceno tveganja za delovna mesta in pa ankete - zadovoljstvo zaposlenih z dosedanjimi aktivnostmi na področju zdravja v podjetju - torej s pomočjo sistematičnega in celovitega načina ugotoviti dosedanje stanje na področju zdravja v podjetju Snaga d.o.o., iz katerega izhaja letni načrt promocije zdravja na delovnem mestu. S pomočjo analize bodo



ugotovljeni vsi problemi in glavne bolezni, ki vplivajo na zdravje zaposlenih v podjetju Snaga d.o.o. Prav tako je cilj predstaviti možne rešitve, ukrepe za izboljšanje ugotovljenega stanja in preventivno delovanje na področju zdravja na delovnem mestu, določiti približne stroške za izpeljavo programa in načine spremljanja/merjenja za ugotavljanje učinkovitosti slednjega, torej določiti vsa izhodišča in predloge, ki so potrebni za sestavo letnega načrta promocije zdravja na delovnem mestu v podjetju Snaga d.o.o

Diplomsko delo je sestavljeno iz dveh delov, in sicer teoretičnega in empiričnega. V teoretičnem delu bom s pomočjo obstoječe literature najprej opredelila promocijo zdravja na delovnem mestu, navedla nekaj splošnih dejstev in zakonsko podlago, na kateri promocija zdravja na delovnem mestu temelji. Opisala bom, kakšne prednosti prinaša uvedba promocije zdravja v podjetje, kaj je pomembno za uspešno promocijo zdravja na delovnem mestu in kako se promocija zdravja na delovnem mestu načrtuje. Nekoliko podrobneje se bom posvetila metodam in tehnikam, potrebnim za sestavo načrta, in izpostavila tiste dejavnike, ki so pomembni za sestavo učinkovitega načrta promocije zdravja za podjetje. Predstavila bom tudi podjetje Snaga d.o.o., za katerega sem promocijo zdravja na delovnem mestu tudi načrtovala, in opredelila pomen promocije zdravja na delovnem mestu za podjetje.

V empiričnem delu diplomske naloge se bom podrobneje osredotočila na načrtovanje promocije zdravja na delovnem mestu v omenjenem podjetju. Na podlagi analize poročil izvajalcev medicine dela, prometa in športa, deleža absentizma v podjetju, izjave o varnosti z oceno tveganja za posamezna delovna mesta in pa ankete - zadovoljstvo zaposlenih z dosedanjimi aktivnostmi na področju zdravja v podjetju, bom opredelila oceno stanja v organizaciji, ki je temelj načrtovanja promocije zdravja. Prav tako bom s pomočjo analize istih dejavnikov preverjala hipoteze, ki sem si jih zastavila pred raziskovanjem promocije zdravja v podjetju. Za področja, kjer so po mojem mnenju potrebne izboljšave in vlaganja, bom podala tudi nekaj konkretnih predlogov in ukrepov ter določila izhodišča oz. prednostne naloge načrta za podjetje Snaga d.o.o. za leto 2015.

## **2 PROMOCIJA ZDRAVJA NA DELOVNEM MESTU**

“Promocija zdravja na delovnem mestu (PZD) zajema vse napore delodajalcev, zaposlenih in družbe kot celote, za izboljšanje zdravja na delovnem mestu” (ENWHP v Friedrich in Hoffmann 2015, 3) in se izvaja za vse delavce pod enakimi pogoji. Verhoeven (1997) pravi, da se izraz promocija zdravja ne nanaša le na posameznika, ampak vključuje še okolje, organizacijo in participacijo med temi tremi dejavniki (Verhoeven 1997). Zajema celoto sistematično ciljanih dejavnosti, aktivnosti in ukrepov, ki jih izvaja delodajalec, da bi ohranil in krepil telesno in duševno zdravje delavcev (Zakon o varnosti in zdravju pri delu Ur. l. RS 43/2011). Doseganje telesnega in duševnega zdravja delavcev je cilj promocije zdravja na delovnem mestu, zato vključuje tudi naslednje ukrepe (Evropska agencija za varnost in zdravje pri delu 2010):

1. Izboljšanje delovnega okolja:
  - omogočanje varnega, zdravega delovnega okolja
  - spodbujanje sodelovanja med zaposlenimi
  - spodbujanje komunikacije in podpore med zaposlenimi
  - ponudba zdrave prehrane in pijače
2. Izboljšanje organizacije dela:
  - uvedba gibljivega delovnega časa
  - prilagajanje delovnih mest potrebam zaposlenih
  - zagotavljanje vseživljenjskega učenja in napredovanja
3. Spodbujanje osebne rasti:
  - ponudba tečajev, seminarjev in delavnic za pridobitev kompetenc na področju skrbi za lastno zdravje
  - pomoč zaposlenim pri opuščanju kajenja, zdravem hujšanju, gibanju itd.
4. Spodbujanje zaposlenih k vključevanju v zdrave aktivnosti in omogočanje izbire zdravega načina življenja:
  - ponudba in financiranje programov, ki vključujejo gibanje

- izvajanje promocije in ozaveščanje zaposlenih o zdravem načinu življenja, športnih dnevih, itd.

Luksemburška deklaracija (1997, 2005, 2007) celo navaja, da je promocija zdravja pri delu moderna poslovna strategija, katere cilj je preprečevanje slabega zdravja oz. zmanjševanje posledic psihosocialnih tveganj na delovnem mestu in večanje možnosti za izboljšanje zdravja in počutja zaposlenih (Obrtno-podjetniška zbornica Slovenije 2014). Namen promocije zdravja pri delu je v prvi vrsti delovati preventivno (Marmot in drugi 2006), pomembno pa je tudi učinkovito ukrepati in izboljšati sisteme zdravja v organizacijah, saj so vizija promocije "zdravi ljudje v zdravih organizacijah" (Klinični inštitut za medicino dela, prometa in športa 2014).

Promocija zdravja je s strani organizacij vse bolj prepoznana kot zelo pomemben pokazatelj uspeha podjetja in vključuje skrb za izboljšanje delovnih pogojev, tako na ravni celotnega sistema kot na konkretnem delovnem mestu, uspešna pa je takrat, kadar je "vključena v vse organizacijske procese kot trajna dodana vrednost" (Inšpektorat Republike Slovenije za delo 2012).

## **2.1 ZAKONSKA PODLAGA**

Promocija zdravja na delovnem mestu ima v Sloveniji pravno podlago, in sicer v Zakonu o varnosti in zdravju pri delu (Uradni list RS, št. 43/2011). Zakon je pridobil veljavo decembra 2011 in velja za vsa podjetja v Republiki Sloveniji, ki zaposlujejo ljudi. "S tem zakonom se določajo pravice in dolžnosti delodajalcev in delavcev v zvezi z varnim in zdravim delom ter ukrepi za zagotavljanje varnosti in zdravja pri delu". (Zakon o varnosti in zdravju pri delu Ur. l. RS 43/2011, 1. člen).

K izvajanju promocije zdravja na delovnem mestu so delodajalci v Sloveniji zakonsko obvezani. K temu jih obvezuje 6. člen Zakona o varnosti in zdravju pri delu (Uradni list RS, št. 43/2011) ki pravi, da morajo delodajalci načrtovati in izvajati promocijo zdravja na delovnem mestu. Pomembna sta tudi 32. člen zakona, ki poudarja, da morajo delodajalci za promocijo zdravja na delovnem mestu zagotoviti potrebna sredstva, način spremljanja njenega izvajanja in vrednotenja, in pa 76. člen, ki navaja, da je potrebno promocijo zdravja na delovnem mestu načrtovati v izjavi o varnosti z oceno tveganja (Zakon o varnosti in zdravju pri delu Ur. l. RS 43/2011). Prav tako 76. člen določa, da se z globo od 2.000 do 40.000 evrov kaznuje delodajalec za prekršek, ki v izjavi o varnosti z oceno tveganja ne načrtuje promocije zdravja na delovnem mestu in ki za

njeno izvajanje ne zagotovi potrebnih sredstev ter načina spremljanja. (Zakon o varnosti in zdravju pri delu Ur. l. RS 43/2011).

Vendar pa promocija zdravja pri delu presega le zakonske določbe (Evropska agencija za varnost in zdravje pri delu 2010). Za uspešno promocijo zdravja na delovnem mestu sta potrebna prostovoljno sodelovanje in zavezanost k izvajanju tako delodajalcev kot tudi delavcev. Delodajalci morajo zagotavljati zdrave razmere v organizaciji in okolju ter obravnavati zdravje kot sestavni del strategije upravljanja, delavci pa morajo aktivno sodelovati v programu promocije zdravja na delovnem mestu. Interes pri ustvarjanju zdrave organizacije mora biti skupen, predvsem pa je pomembno, da so v ta proces vključeni vsi zaposleni, saj je konec koncev program promocije zdravja v podjetjih namenjen prav njim. Pomembno je, da je promocija zdravja vključena v vsa področja organizacije, vključuje ukrepe, ki so usmerjeni tako v individuuma kot delovno okolje in združuje strategije reduciranja tveganj s strategijami razvoja preventivnih faktorjev in izboljšanja zdravja zaposlenih (Ministrstvo za zdravje 2014).

## **2.2 PREDNOSTI PROMOCIJE ZDRAVJA PRI DELU**

Promocija zdravja na delovnem mestu prinaša koristi tako za posameznika in njegovo zdravje kot tudi za delodajalca in družbo. Delovno mesto, na katerem ljudje preživijo veliko časa, je zato primeren kraj za spodbujanje zdravega načina življenja, saj se zdravstveno stanje in počutje odražata tako v delovni storilnosti kot tudi v zasebnem življenju in posledično vplivata tudi na zdravje drugih (European Agency for Safety and Health at Work 2012). Bilban (2012) pravi, da so tiste države članice Evropske unije, ki so do sedaj v organizacije uvedle promocijo zdravja, že občutile njene pozitivne lastnosti, ki se kažejo v zmanjšanju slabega zdravja na dolgi rok, bolj motiviranih zaposlenih pri opravljanju svojega dela in izboljšani delovni klimi (Bilban 2012).

Programi promocije zdravja na delovnem mestu spodbujajo zaposlene, da prevzamejo odgovornost za lastno zdravje in ga s pomočjo različnih aktivnosti v okviru programov promocije zdravja na delovnem mestu tudi izboljšajo (European Agency for Safety and Health at Work 2012). Zaposleni pogosto cenijo skrb organizacije za svoje zdravje in kakovostno delovno okolje, kar se kaže v (Evropska agencija za varnost in zdravje pri delu 2010):

- izboljšanju zdravja
- zmanjšanju poškodb na delovnem mestu

- povečanju zadovoljnosti
- večji motivaciji za delo
- izboljšanju odnosov med zaposlenimi in nadrejenimi
- zmanjšanju števila konfliktov, ki negativno vplivajo na delovno moralo zaposlenih

Od tega ima korist tudi delodajalec, ki posledično lahko pričakuje (Čili za delo 2014):

- manj izostajanja z dela, manjše stroške zaradi bolniških odsotnosti
- manjšo delovno invalidnost
- manjšo fluktuacijo
- izboljšane odnose med zaposlenimi
- večjo produktivnost
- večjo kakovost izdelkov in storitev
- večjo zvestost zaposlenih delodajalcu in organizaciji
- izboljšanje ugleda podjetja

## **2.3 FAZE PROMOCIJE ZDRAVJA NA DELOVNEM MESTU**

Uspešna promocija zdravja na delovnem mestu združuje tako potrebe organizacije kot tudi potrebe zaposlenih, temelji pa na naslednjih pomembnih fazah, iz katerih je sestavljena: priprava, ocenjevanje potreb, načrtovanje, izvajanje, spremljanje in vrednotenje ter prilagoditev programa in ponovna ocena potreb.

### **2.3.1 Priprava na promocijo**

Pomemben vidik uspešne promocije zdravja na delovnem mestu je v prvi vrsti zavezanost vseh k izvajanju le-te (Inšpektorat Republike Slovenije za delo 2012). Ko se pripravljamo na uvedbo promocije zdravja v organizacijo, je najprej pomembno, da pridobimo podporo vodstva. Vodstvu moramo predstaviti koristi, namen načrtovanja in izvajanja promocije zdravja na delovnem mestu, ki mora biti v skladu s cilji organizacije in vključeno v poslovno strategijo podjetja, da si pridobimo njihovo

zavezanost in preprečimo nasprotja (Ministrstvo za zdravje 2014). Prav tako je pomembna pridobitev podpore zaposlenih, katerim je program namenjen.

Za zagotavljanje skladnosti promocije zdravja z zakonskimi zahtevami in potrebami organizacije moramo nato določiti koordinatorja oz. odgovorno osebo. Koordinator mora biti oseba, ki pozna strukturo organizacije in je nekakšna vmesna vez med vodstvom in zaposlenimi. Ko določimo koordinatorja, sledi oblikovanje delovne skupine za načrtovanje in izvajanje promocije zdravja na delovnem mestu. Člane skupine je potrebno izbrati tako, da so zastopani tako predstavniki delavcev kot tudi predstavniki vodstva in da so vanjo vključeni zaposleni iz vseh področij v podjetju (Ministrstvo za zdravje 2014).

### **2.3.2 Ocenjevanje potreb**

Ministrstvo za zdravje (2014) navaja, da z analizo oz. oceno potreb ugotovimo problematiko na področju dobrega počutja in zdravja zaposlenih (Ministrstvo za zdravje 2014). Ocena potreb se izvede preden pripravimo program dejavnosti in ukrepov in je podlaga za načrtovanje promocije v podjetju. Priporočljivo je, da delodajalec ukrepe v skladu s promocijo zdravja planira na osnovi analize stanja na področju vseh faktorjev tveganja v delovnem okolju (analiza bolniškega staleža, analiza nezgod pri delu itd.) ter na podlagi potreb in želja zaposlenih z zbiranjem njihovega mnenja (npr. z anketo) (Inšpektorat Republike Slovenije za delo 2012). Sledi ocena dejanskega stanja v podjetju, v kateri opredelimo največja tveganja in izpostavimo specifične zdravstvene ali druge probleme, ki lahko negativno vplivajo na zdravje zaposlenih, potrebe organizacije in zaposlenih. Nato izpostavimo prednostne naloge in za posamezno tveganje specificiramo ukrepe, ki jih vključimo v načrt (Ministrstvo za zdravje 2014).

### **2.3.3 Priprava načrta**

Na podlagi ocene stanja v podjetju se pripravi načrt promocije zdravja na delovnem mestu, ki zajema jasne usmeritve za program (Ministrstvo za zdravje 2014). Preden začnemo z oblikovanjem načrta promocije zdravja na delovnem mestu, za katerega želimo, da je učinkovit, je ključno, da oblikujemo vizijo organizacije in cilje, ki jih želimo doseči z uvajanjem promocije zdravja na delovno mesto v nekem času ter iz tega nato izhajamo. Pri oblikovanju vizije, prav tako pa načrta, morajo biti vključeni tudi zaposleni, ki so ciljna skupina (Central Sydney Area Health Service 1994).

Izvajanje načrta promocije zdravja na delovnem mestu doprinese k pozitivnim spremembam v delovnem okolju in k boljšemu zdravju individuumov, pripraviti pa ga je potrebno po vnaprej določenih korakih (Obrtno-podjetniška zbornica Slovenije 2014). Dobro pripravljen načrt zajema naslednje stopnje (Ministrstvo za zdravje 2014):

1. Določitev namena, kratkoročnih in dolgoročnih ciljev programa na podlagi končne ocene potreb;
2. Opredelitev prednostnih nalog in ukrepov (ki so dokazano učinkoviti) za doseganje postavljenih ciljev, ki vključujejo aktivnosti z naslednjimi usmeritvami: ukrepi za izboljšanje organizacije dela, ukrepi na nivoju organizacije, ukrepi za izboljšanje delovnega okolja, individualni ukrepi;
3. Določitev, kako bo program organiziran, kdo so izvajalci - delovna skupina za promocijo zdravja in zunanji izvajalci (zdravstveni domovi) za posamezne aktivnosti, kjer so potrebna strokovna znanja - katere so njihove naloge, kdo kaj dela, itd.;
4. Vključitev virov sredstev za pripravo programa (finančna struktura aktivnosti, cena izvajalcev, itd.). Veliko ukrepov se lahko izvaja z zelo nizkimi stroški ali brez dodatnih stroškov, če upoštevamo notranje vire in razpoložljivo znanje;  
  
Davčna uprava Republike Slovenije v svojem dokumentu o promociji zdravja na delovnem mestu navaja, da predvidena vrednost sredstev, ki naj bi jih delodajalec zagotovil na eno zaposleno osebo za aktivnosti v okviru promocije zdravja na delovnem mestu, znaša okoli 13€ mesečno (DURS 2015);
5. Opredelitev časovne strukturiranosti programa, tako da določimo roke, v katerih se bo posamezni ukrep izvajal;
6. Načrt spremljanja in evalvacije programa - kot zelo pomembni sestavni del načrtovanja programa, saj s spremljanjem ugotavljamo, kateri ukrepi/aktivnosti so bili dobro načrtovani, z evalvacijo pa, kako učinkoviti so bili izvedeni ukrepi. Program lahko spremljamo na različne načine, npr. število udeležencev, zadovoljstvo udeležencev, kako je potekalo informiranje itd.

Ministrstvo za zdravje (2014) pravi, da je za učinkovito pripravo načrta in njegovo izvedbo ključnega pomena njegova priprava v pisni obliki, katere primer za izbrano podjetje sledi na koncu diplomskega dela.

### **2.3.4 Izvajanje programa**

Izvajanje programa pomeni realizacijo načrta, kjer je sestavljen načrt vodilo, program pa se izvaja v skladu z navodili in časovno razporeditvijo nalog. Vsak dobro pripravljen načrt mora vsebovati prednostna področja, za vsako področje pa specificiran način izvedbe programa, odgovorne osebe, časovni ovir, vire sredstev in pa način spremljanja in evalvacije (Ministrstvo za zdravje 2014).

Pri samem izvajanju načrta je pomembno tudi učinkovito obveščanje (oglasne deske, interna glasila, plakati itd.) zaposlenih o vseh spremembah v povezavi s programom, motiviranje zaposlenih za sodelovanje v pripravljenih aktivnostih preko različnih spodbud, kakor tudi vključevanje zaposlenih v soustvarjanje aktivnosti (Ministrstvo za zdravje 2014).

### **2.3.5 Spremljanje in evalvacija programa**

Za uspešen program promocije zdravja je pomembno tudi redno spremljanje in analiziranje/vrednotenje načrta, ki se izvaja ob zaključku programa, poteka pa v skladu z zastavljenimi cilji (Ministrstvo za zdravje 2014). "Evalvacija programa je postopek, s katerim se ugotavlja, ali je bil program načrtovan in izpeljan tako, da je bilo to, kar se je pričakovalo, doseženo" (Čili za delo 2006, 45). Evalvacija bo prinesla rezultate o tem, kateri ukrepi delujejo in kateri ne (Van Marris in King 2006). Iz rezultatov evalvacije lahko organizacije nato izhajajo pri oblikovanju aktivnosti za v prihodnje in spreminjajo ter dopolnjujejo šibke točke načrta. Načrtovanje in izvajanje evalvacije je naloga delovne skupine za promocijo zdravja na delovnem mestu, ki pozna temeljne cilje promocije zdravja na delovnem mestu.

O uspešni promociji zdravja lahko govorimo takrat, ko sproži občutek zadovoljstva pri zaposlenih (Jouttimaki 2005), čeprav so največkrat kot merilo vrednotenja promocije zdravja uporabljeni naslednji indikatorji (Marwick in drugi v Verhoeven 1997): 1) število sodelujočih (kolikšen delež ciljnih oseb se je v program vključil); 2) spremembe vedenja zaposlenih (npr. manjše število bolniških odsotnosti,); 3) ocena zadovoljstva menedžmenta in zaposlenih s programom; 4) zdravstveno stanje (npr. boljša samopodoba in delovna klima med zaposlenimi); 5) finančni stroški programa in poraba sredstev (koliko podjetje prihrani na dolgi rok).



Po Van Marris in King (2006) ločimo naslednje tipe evalvacij, ki jih je potrebno vključiti v načrt evalvacije, saj bo le tako vrednotenje načrta promocije zdravja zaokroženo in učinkovito. Tipi evalvacij, ki se razlikujejo glede na čas izvajanja in informacije so (Van Marris in King 2006) :

- procesna evalvacija
- programska evalvacija
- zaključna evalvacija
- **Evalvacija procesa oz. spremljanje programa**

Procesna evalvacija pomeni vrednotenje programa med njegovim izvajanjem, ki omogoča zgodnje odkrivanje problemov in hitro reševanje slednjih. Green in Kreuter (1999) navajata, da procesno evalvacijo izvajamo z opazovanjem, ocenjevanjem izvedenih storitev, in sicer preko analize dogodkov, problemov, situacij med celotnim izvajanjem programa (Green in Kreuter 1999). Omogoča takojšnje odkrivanje in hitro reševanje težav, merimo lahko vmesne rezultate projekta in ugotavljamo odzivnost različnih ciljnih skupin (podatki o aktivnosti in rezultatih - v kolikšni meri se dosegajo zastavljeni cilji, itd.).

- **Raziskovanje učinkov programa oz. programska evalvacija**

Programska evalvacija ugotavlja takojšen učinek ukrepa oz. celotnega programa in išče vzrok rezultata (Green in Kreuter 1999). Programska evalvacija pomeni ponovno analizo istih kazalnikov, na podlagi katerih se je že opravila analiza zdravja zaposlenih in se je oblikoval načrt promocije na delovnem mestu. S programsko evalvacijo naj bi ugotovili vsaj majhno spremembo v obnašanju (Green in Kreuter 1999) in ocenili koristi programa za posameznika.

- **Zaključna evalvacija**

Ko se v podjetju opravi tako procesna kot programska evalvacija programa z uporabo zgoraj navedenih oz. predlaganih načinov, je priporočljivo opraviti še zaključno evalvacijo, kjer se ocenita učinkovitost načrta oz. programa, vpliv programa na skupino kjer se ugotovi, ali so bili zastavljeni cilji doseženi (International Labour Organization 2012).

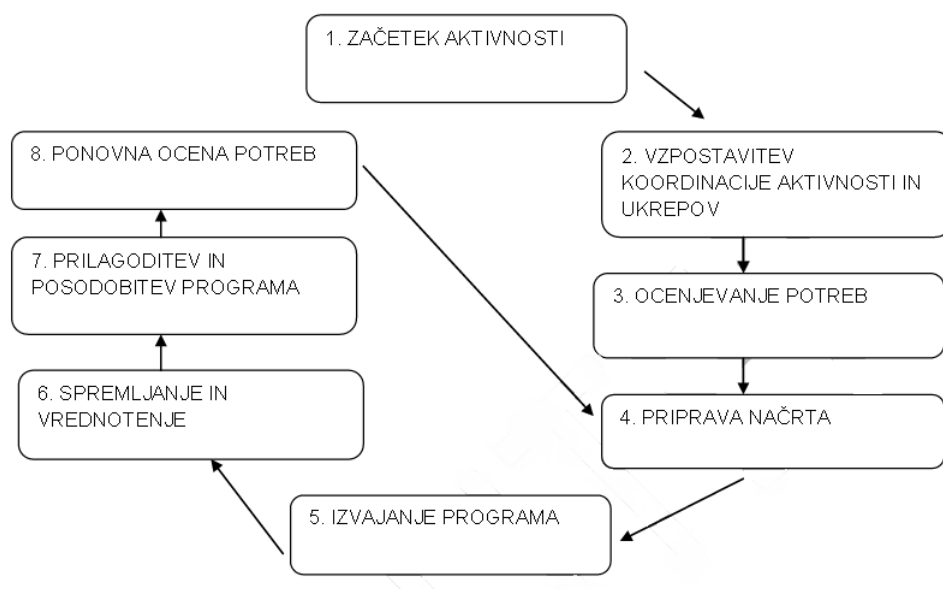
### 2.3.6 Prilagoditev in posodobitev, dopolnitev programa

Ob zaključku evalvacije odgovorna oseba za izvajanje promocije vodstvu izda poročilo o učinkovitosti letnega načrta oz. programa in na podlagi dogovora z vodstvom pregleda in prilagodi oz. program dopolni (Ministrstvo za zdravje 2014). Če se podjetje odloči vse aktivnosti in ukrepe, ki so se pri ocenjevanju načrta programa izkazali za neprimerne in jih delavci niso dobro sprejeli, odpraviti ter uvesti nove ali izboljšati tiste, ki so že bili v uporabi, torej posodobiti osnovni načrt, mora zaposlene sproti obveščati o kakršnih koli spremembah načrta in upoštevati vse njihove predloge.

### 2.3.7 Ponovna ocena potreb

Če se izkaže, da je predhoden načrt promocije zdravja neučinkovit v svojih aktivnostih za doseganje postavljenih ciljev, se izvede nova ocena potreb, na podlagi katere se nato pripravi nov načrt programa promocije zdravja na delovnem mestu, ki sledi že naštetim korakom, potrebnim za učinkovito promocijo zdravja v organizaciji (Ministrstvo za zdravje 2014).

Slika 2.1: Faze promocije zdravja



Vir: Ministrstvo za zdravje (2014, 12)

### **3 PROMOCIJA ZDRAVJA V PODJETJU SNAGA D.O.O.**

#### **3.1 PODJETJE SNAGA D.O.O.**

SNAGA d.o.o. s sedežem v Mariboru je vpisana v sodni register pri Okrožnem sodišču v Mariboru kot družba z omejeno odgovornostjo oz. družba za ravnanje z odpadki in druge komunalne storitve d.o.o. Z osnovnim kapitalom, ki znaša 3.990.202,33 € in 266 zaposlenimi družba spada med srednje velika oz. velika podjetja (Snaga d.o.o. 2014).

**Tabela 3.1: Kratek prikaz zgodovine podjetja Snaga d.o.o.**

<b>1961</b>	Iz Komunalnega podjetja Maribor se je izločil obrat Čistoča, ki se je preoblikoval v podjetje Snaga d.o.o. To podjetje je svoje poslovanje pričelo s 77 delavci, sedmimi vozili, tremi garažami in dvema pisarnama.
<b>1990</b>	Izvršni svet Skupščine občine Maribor je ustanovil Javno komunalno podjetje Snaga d.o.o. (delavski svet s petimi člani je postal organ upravljanja).
<b>1995</b>	MOM je podelila Snagi d.o.o. status javnega podjetja.
<b>2000</b>	Snaga d.o.o. si je pridobila certifikat kakovosti ISO 9001 za svoje delovno področje.
<b>2013</b>	Snaga d.o.o. si je pridobila certifikat Družini prijazno podjetje.

Vir: Snaga d.o.o. (2014)

Primarna in poglavitna dejavnost podjetja je ravnanje z odpadki - zbiranje, odvoz in odstranjevanje nevarnih in nenevarnih odpadkov. Ta dejavnost se izvaja na področju 9 občin: Mestne občine Maribor in območju Miklavž na Dravskem polju, Rače-Fram, Starše, Pesnica, Kungota, Ruše, Selnica ob Dravi, Lovrenc na Pohorju. Delovno področje družbe prav tako sestavljajo še druge pomembne dejavnosti v okviru gospodarskih javnih služb, ki se izvajajo na dislociranih lokacijah. Te so: čiščenje in urejanje javnih, utrjenih in zelenih površin v Mestni občini Maribor, nameščanje in oskrbovanje zapuščenih živali v Zavetišču za živali Maribor, vzdrževanje in upravljanje tržnice v Mestni občini Maribor. Podjetje Snaga d.o.o. poleg svojih poglavitnih dejavnosti ponuja tudi dodatne storitve na željo občanov, javnih ustanov, podjetij. Te

so: vzdrževanje javnih sanitarij in zaprtih odlagališč, vzdrževanje in čiščenje poslovnih prostorov, izvajanje zimske službe itd. (Snaga d.o.o. 2014).

Podjetje Snaga d.o.o. svoje poslovanje gradi na odličnem poznavanju lokalnega trga, ponudbi širokega nabora storitev, s celovitim reševanjem problematike ravnanja z odpadki. Vizija podjetja je postati vodilni ponudnik in najboljši partner na področju ravnanja z odpadki, strategija pa zajema nenehno vlaganje v izobraževanje in višanje strokovnega znanja zaposlenih, izpopolnjevanje lastnega kadra v splošnih znanjih ter pozitivno sinergijo do vseh zunanjih institucij v skupnih projektih (Snaga d.o.o. 2014).

### **3.2 VZROKI ZA NAČRTOVANJE PROMOCIJE ZDRAVJA NA DELOVNEM MESTU IN CILJI PODJETJA**

Podjetje Snaga d.o.o. se zaveda pomena zdravja svojih zaposlenih za zaposlene same in za organizacijo, kar se kaže v odločitvi, da uvedejo program promocije zdravja v strategijo podjetja. Vzroki za uvedbo in načrtovanje promocije zdravja na delovnem mestu v podjetju so naslednji:

1. Ker prinaša koristi tako za zaposlene kot za delodajalca
2. Ker je zakonsko določeno
3. Ker podjetje želi:
  - zadane aktivnosti še bolj približati zaposlenim (izboljšati vključenost zaposlenih v procese odločanja, bolj upoštevati njihove potrebe in stališča/mnenja ter omogočati izbiro zdravega načina življenja za delavce)
  - se ciljno usmeriti v pomanjkljiva področja in izboljšati organizacijo dela in delovnega okolja (gibljev delovni čas, spodbujanje sodelovanja zaposlenih v različnih dejavnostih za izboljšanje delovnega okolja)
  - zaposlene še naprej in z izboljšano učinkovitostjo obveščati o pomenu skrbi za lastno zdravje (spodbujati, da se udeležujejo zdravih dejavnosti - razgibavanje na delovnem mestu, ponudba programov telesne vadbe, itd.)
  - spodbujati osebno rast zaposlenih

V ta namen smo skupaj s podjetjem načrtovali program promocije zdravja za leto 2015, s katerim želi podjetje preventivno preprečiti različne probleme v zvezi z zdravjem na delovnem mestu in izboljšati zdravje zaposlenih, da bodo na delovnem mestu zadovoljnejši in produktivnejši. V okviru načrta so bile želje podjetja, da se za leto 2015 sestavi nabor ukrepov, ciljanih na ugotovljene pomanjkljivosti, in poda predloge, kam se usmeriti v prihodnje. Prav tako so v podjetju želeli, da se pripravijo izhodišča za spremljanje in raziskovanje učinkov programa, s katerimi se bo kasneje ukvarjala delovna skupina za izvajanje promocije zdravja na delovnem mestu.

Do leta 2015 podjetje ni še nikoli načrtovalo promocije zdravja na delovnem mestu, saj jim je sam načrt predstavljal velik izziv, hkrati pa niso imeli časa, da bi lahko vse zakonske in druge zahteve oblikovali v smiselno in učinkovito celoto. Podali so nekaj predlogov, želj in usmeritev, ki so jih v podjetju že oblikovali v namen načrtovanja promocije zdravja pri delu, sama pa sem nato morala v podjetju zbrati vse podatke, ki sem jih potrebovala za ustrezno sestavo in oblikovanje načrta promocije zdravja na delovnem mestu za leto 2015. Na podlagi zbranih podatkov sem za podjetje pripravila oceno stanja, na podlagi ocene stanja pa oblikovala načrt promocije zdravja na delovnem mestu za leto 2015, ki so ga v podjetju kasneje tudi sprejeli. Analiza podatkov, ocena stanja in izhodišča za načrt promocije zdravja na delovnem mestu za podjetje Snaga d.o.o., sledijo v nadaljevanju.

## 4 ANALIZA STANJA V PODJETJU

Za oceno stanja in potreb v podjetju Snaga d.o.o., iz katere izhaja letni načrt promocije zdravja na delovnem mestu, je bila potrebna analiza trenutnega stanja glede zdravja zaposlenih in njihovih potreb. V ta namen sem najprej zbrala vse informacije in vire v podjetju, nato pa opravila analizo tistih, ki so se mi zdeli pomembni in relevantni za promocijo zdravja, ki sem jo v podjetju raziskovala. Analizirala sem poročila izvajalcev medicine dela, prometa in športa (MDPŠ), delež absentizma v podjetju, izjavo o varnosti z oceno tveganja za posamezna delovna mesta in anketo zadovoljstva zaposlenih z dosedanjimi aktivnostmi na področju zdravja na delovnem mestu.

Ker sem za podjetje najprej želela podati oceno stanja, ki mora zajemati analizo dejavnikov tveganja za zdravje zaposlenih v podjetju, me je v prvi vrsti zanimalo, katere so tiste bolezni, ki najbolj vplivajo na zdravje zaposlenih, in ali so v povezavi z naravo dela. Zanimalo me je tudi, koliko so zaposleni ozaveščeni o promociji zdravja na delovnem mestu, ali sploh vedo, kaj ta izraz pomeni, kakšne koristi prinaša uvedba le-te v podjetje in ali so zaposleni bolj seznanjeni s promocijo zdravja na podlagi aktivnosti za izboljšanje zdravja, ki so se v podjetju že izvajale. Prav tako me je zanimalo, ali zaposleni dobijo dovolj informacij o zdravem načinu življenja in ali se bodo kaj bolj udeleževali aktivnosti promocije zdravja in skrbeli za svoje zdravje, če bodo v soustvarjanje slednje tudi vključeni. V empirični del zaradi obsežnosti nisem vključila celotne analize izjave o varnosti z oceno tveganja, temveč le pomembne informacije, ki so relevantne za rezultate analize in preverjanje zastavljenih hipotez.

Preden sem se lotila raziskovanja stanja v podjetju in analize informacij sem si postavila naslednje raziskovalne hipoteze, katerih relevantnost bom preverjala v zaključku analize. Te hipoteze so:

*Hipoteza 1:* Bolezni, ki so med zaposlenimi v podjetju Snaga d.o.o. najbolj zastopane oz. izstopajo, so povezane s fizično naravo dejavnosti podjetja in so od nje tudi odvisne.

*Hipoteza 2:* Dejavnosti, ki se v podjetju že izvajajo v okviru promocije zdravja na delovnem mestu, so pripomogle k večji ozaveščenosti zaposlenih o pomembnosti zdravja na delovnem mestu.

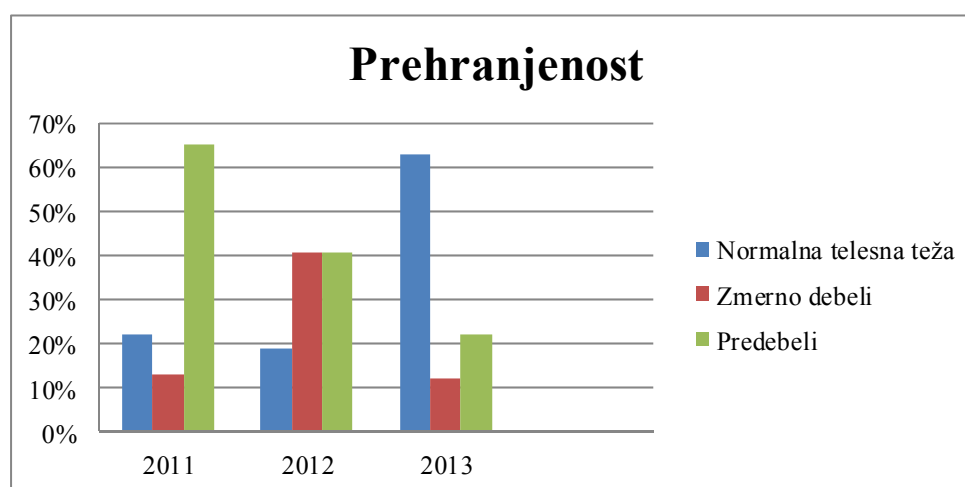
*Hipoteza 3:* Vključevanje zaposlenih v soustvarjanje in načrtovanje promocije zdravja na delovnem mestu spodbuja zaposlene k udeleževanju v programih promocije zdravja in vpliva na boljše poznavanje le-te.

## 4.1 POROČILA IZVAJALCEV MEDICINE DELA, PROMETA IN ŠPORTA

Splošno zdravje zaposlenih sem analizirala na podlagi poročil o opravljenih preventivnih zdravstvenih pregledih delavcev Snage d.o.o. v letih 2011, 2012 in 2013. Poročila izvajalcev medicine dela, prometa in športa, ki sem jih proučevala, se nanašajo na 190 zaposlenih delavcev v podjetju Snaga d.o.o., ki so bili s strani podjetja napoteni na preglede. Za zaposlene na različnih delovnih mestih so v zdravstvenem delu izjave z oceno tveganja opredeljene različne periode obdobjih zdravniških pregledov, in sicer do leta 2012 v razponu od 1 do 5 let, od leta 2012 naprej pa v razponu od 2 do 5 let. Pri rezultatih analize poročil izvajalcev medicine dela, prometa in športa je bilo zato potrebno upoštevati nihanja v številu pregledanih, saj je možno, da so bile nekatere osebe pregledane večkrat in zato dvigujejo povprečje zastopanosti pregledanih v določenih kategorijah. Realne zastopanosti pregledanih v posameznih analiziranih sklopih zato ne moremo vedeti, je pa analiza dober približek realnega stanja zdravja zaposlenih v podjetju Snaga d.o.o.

### 4.1.1 Analiza poročil izvajalcev medicine dela, prometa in športa

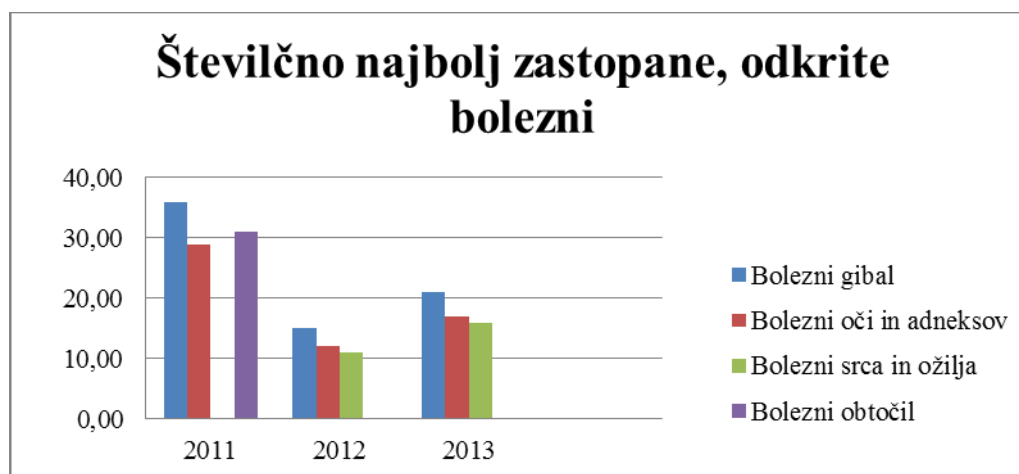
**Graf 4.1: Stanje prehranjenosti med pregledanimi zaposlenimi v Snagi d.o.o. med leti 2011-2013**



Vir: Medicina dela, prometa in športa (2011-2013)

Rezultati stanja prehranjenosti prikazujejo, da je imelo leta 2011 normalno telesno težo 22% pregledanih, zmerno debelih je bilo 13%, predebelih pa kar 65% od skupno 92 pregledanih zaposlenih. V letu 2012 je imelo normalno telesno težo 19% pregledanih, kar je nekoliko manj kot leto prej, zmerno debelih je bilo kar nekaj več kot prejšnje leto, in sicer 40,5%, predebelih pa manj, in sicer 40,5% od skupno 37 pregledanih. Normalno telesno težo je v letu 2013 imelo 63% pregledanih, kar je največji delež v vseh treh letih. Zmerno debelih je bilo 12%, predebelih pa le 22%. V primerjavi z ostalimi leti lahko vidimo, da je delež predebelih ljudi najvišji v letu 2011, ko je bilo na letni ravni pregledanih največ zaposlenih, nato pa skozi leti 2012 in 2013 postopoma upada in je najnižji v letu 2013.

**Graf 4.2: Številčno najbolj zastopane, odkrite bolezni med pregledanimi zaposlenimi v Snagi d.o.o. med leti 2011-2013**

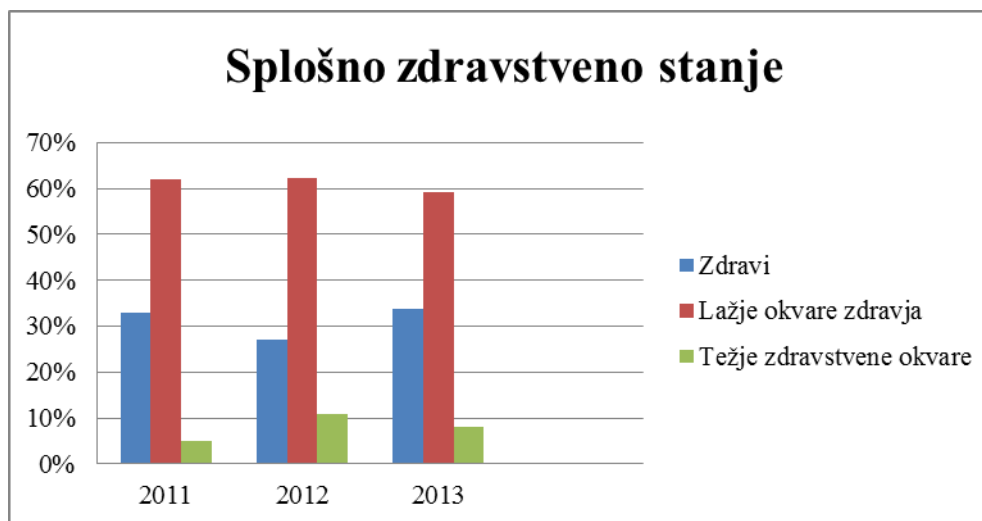


Vir: Medicina dela, prometa in športa (2011-2013)

Številčno najbolj zastopane, odkrite bolezni so v vseh treh analiziranih letih bolezni gibal, za katerimi je v letu 2011 bolehalo 23,1% pregledanih, v letu 2012 24,6% in leta 2013 22,59% pregledanih. Druga, številčno najbolj zastopana bolezen, je bolezen oči in adneksov. Leta 2011 je to bolezen imelo 18,6% pregledanih, leta 2012 19,7% in leta 2013 18,28% pregledanih. V letih 2012 in 2013 se med zaposlenimi pojavijo še bolezni srca in ožilja, ki po zastopanosti med pregledanimi naraščajo. Tukaj velja omeniti tudi možnost, da so določeni rezultati posledica menjave zdravnika v letu 2011 in pa v letu 2012 sprejete nove izjave z oceno tveganja v podjetju.



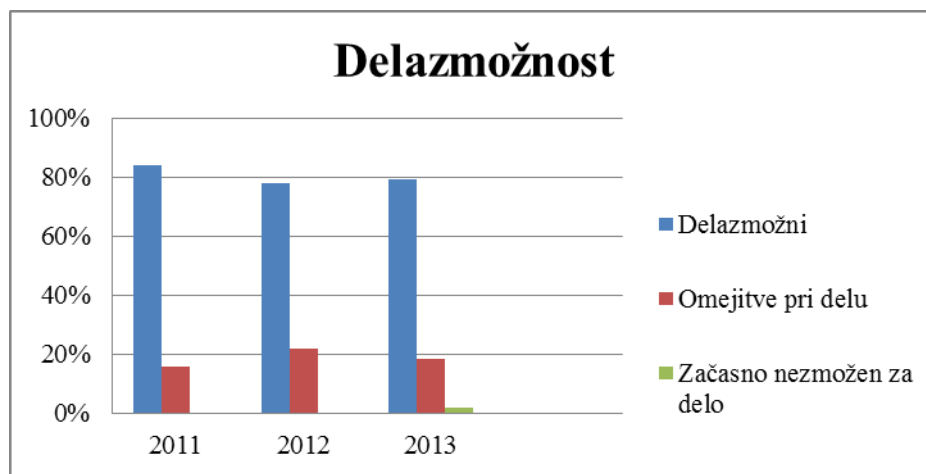
**Graf 4.3: Splošno zdravstveno stanje med pregledanimi zaposlenimi v Snagi d.o.o. med leti 2011-2013**



Vir: Medicina dela, prometa in športa (2011-2013)

Splošno zdravstveno stanje zaposlenih, ki so bili pregledani v obdobju od leta 2011 do 2013, je naslednje. Iz podatkov treh analiziranih let lahko razberemo, da ima večina pregledanih lažje okvare zdravja, in sicer več kot polovica pregledanih oz. povprečno, skupno v treh letih 61,1 % pregledanih. V letu 2013 je ta procent sicer nekoliko upadel, še vedno pa so lažje okvare zdravja izmed vseh kategorij številčno najbolj zastopane. Zdravih je v povprečju vseh treh let skupaj le 31,2% pregledanih zaposlenih. To je manj kot polovica, kar je nekoliko zaskrbljujoče, čeprav trend v letu 2013 spet nakazuje rahel porast zdravih ljudi. Težje okvare zdravja ima skupaj v povprečju vseh treh let 7,9% pregledanih. Ta kategorija predstavlja najmanjši delež pregledanih izmed vseh kategorij, vendar pa tega deleža ne smemo zanemariti, ker lahko zdravstveno stanje pregledanih, ki spadajo v to skupino, vpliva na njihovo delazmožnost. Delazmožni zaposleni pa so zelo pomembni za podjetje Snaga d.o.o. zaradi narave dela, ki ga opravljajo.

**Graf 4.4: Delazmožnost med pregledanimi zaposlenimi v Snagi d.o.o. med leti 2011-2013**



Vir: Medicina dela, prometa in športa (2011-2013)

Rezultati delazmožnosti, merjeni v letih 2011, 2012 in 2013, so v povprečju zelo dobri. Velika večina pregledanih, kar 80,45% v povprečju treh let je delazmožnih, kar pomeni, da lahko brez kakršnih koli problemov in pod vsemi obremenitvami opravljajo svoje delo. Omejitve pri delu je imelo povprečno 18,8% pregledanih v vseh treh letih, kategorija začasno nezmožni za delo pa se je pojavila le v letu 2013 in je zajemala 2,4% od vseh pregledanih v tem letu. Kljub temu da je procent začasno nezmožnih za delo skorajda zanemarljiv in se je pojavil le v letu 2013, lahko predstavlja problem v podjetju, ki je storitvene narave in potrebuje predvsem delazmožne zaposlene, ki so produktivni.

#### **4.1.2 Rezultati analize poročil izvajalcev medicine dela, prometa in športa**

Ker se splošno zdravstveno stanje in delazmožnost tesno povezujeta, lahko na podlagi analiziranih podatkov sklepam (ne morem pa trditi), da je večina zaposlenih, pregledanih v podjetju Snaga d.o.o. (80,45%), delazmožnih, ker so zdravi ali pa imajo le lažje zdravstvene okvare, ki bistveno ne vplivajo na njihovo delazmožnost in produktivnost. To lahko sklepam tudi na podlagi poročil medicine dela, prometa in športa, ki pravijo, da je število poškodb na delovnem mestu in število duševnih motenj med pregledanimi zanemarljivo. To pomeni, da lahko brez kakršnih koli problemov in pod vsemi obremenitvami opravljajo svoje delo, kar je najpomembneje za produktivnost in konkurenčnost podjetja predvsem zaradi narave dela, ki ga opravlja kot storitveno

podjetje. Problem za podjetje predstavljajo tisti s težjimi okvarami zdravja in tisti, ki so posledično začasno nezmožni za delo, do takšnega stanja pa lahko privedejo bolezni, ki so bile med pregledanimi najbolj zastopane.

## 4.2 BOLNIŠKI STALEŽ - ZDRAVSTVENI ABSENTIZEM

Na podlagi podatkov v številu izgubljenih delovnih ur sem za leta 2011, 2012 in 2013 izračunala in analizirala delež absentizma v podjetju Snaga d.o.o. Izračuni so narejeni na podlagi štirideseturnega delovnega tedna, ki ga imajo vsi zaposleni v podjetju Snaga d.o.o., razen štirih invalidov, ki opravljajo štiriurni, polovičen delovni čas. Ker števila oseb, ki so bile na bolniškem staležu v določenem letu, iz podatkov ni mogoče ugotoviti, skupno število izgubljenih delovnih ur na letni ravni pa je kar visoko, sem za verodostojnejše rezultate izračunala splošni absentizem, kjer so v izračun vključene čisto vse bolniške odsotnosti na letni ravni, in pa tekoči absentizem, kjer so pri računanju izvzete hujše poškodbe in daljše bolezni, ki so povzročile daljše odsotnosti določenih oseb z dela. Za izračun splošnega in pa tekočega absentizma sem se odločila zato, ker lahko tiste osebe, ki so odsotne dlje časa (pol leta ali več), zvišajo splošno povprečje absentizma v podjetju, ki pa dejansko ni nujno tako zaskrbljujoč.

Zdravstveni absentizem pove, kolikšen je odstotek izgubljenih delovnih dni na enega zaposlenega delavca v podjetju zaradi koriščenja bolniškega staleža (Nacionalni inštitut za javno zdravje 2010). Absentizem sem izračunala po naslednji formuli (Nacionalni inštitut za javno zdravje 2010):

$$\text{ZDRAVSTVENI ABSENTIZEM} = \frac{\text{število izgubljenih delovnih dni v določenem obdobju}}{\text{povprečno št. zaposlenih} \times \text{št. vseh delovnih dni}} \times 100$$

Za izračun zdravstvenega absentizma sem predhodno izračunala še indeks onesposabljanja, ki pove, kolikšno je povprečno število izgubljenih delovnih dni letno na enega zaposlenega (Nacionalni inštitut za javno zdravje 2010).

$$\text{INDEKS ONESPOSABLJANJA} = \frac{\text{št. izgubljenih delovnih dni}}{\text{št. zaposlenih}}$$

Podatke za analizo in primerjavo sem dobila na spletni strani Nacionalnega inštituta za javno zdravje.

## 4.2.1 Analiza bolniškega staleža - zdravstvenega absentizma

Tabela 4.1: Bolniške odsotnosti v podjetju Snaga d.o.o., razdeljene po vzrokih

<i>Leto</i>	<i>2008</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>IND. 13/12 v %</i>
bolezni in poškodbe izven dela do 30 dni	15022	13928	11511	9927	8888	11299	<b>127,13</b>
poškodbe na delu do 30 dni	2283	3076	2812	3758	3013	1340	<b>44,47</b>
bolezni in poškodbe izven dela nad 30 dni	9760	9175	5369	3770	5934	6703	<b>112,96</b>
poškodbe na delu nad 30 dni	354	3209	4462	4193	4425	2703	<b>61,08</b>
nega družinskega člana	1129	609	497	374	462	682	<b>147,62</b>
Krvodajalstvo	104	63	87	89	88	63	<b>71,59</b>
SKUPAJ bolezni	<b>28.652</b>	<b>30.060</b>	<b>24.738</b>	<b>22.111</b>	<b>22.810</b>	<b>22.790</b>	<b>99,91</b>

Vir: Snaga d.o.o., baza podatkov Kadri (2014)

Tabela 4.1 predstavlja število ur bolniških odsotnosti, razdeljenih po vzrokih odsotnosti. Na podlagi izgubljenih ur iz tabele sem za leta 2011, 2012 in 2013 izračunala:

### 1. Splošni zdravstveni absentizem

Za leto 2011 je splošni zdravstveni absentizem znašal 5,5%, leta 2012 se je povzpela na 5,7% in leta 2013 dosegel vrednost 5,5%.

### 2. Tekoči zdravstveni absentizem

V letu 2011 je tekoči zdravstveni absentizem znašal 4,8%, leta 2012 se je povzpela na 4,7% in leta 2013 dosegel vrednost 4%.

V primerjavi s triletnim povprečjem absentizma v Sloveniji, ki znaša 4,6%, je podjetje Snaga d.o.o. s triletnim splošnim povprečnim deležem odsotnih delavcev s 5,5% nekoliko nad slovenskim povprečjem. Tudi glede na gospodarsko dejavnost, ki jo opravlja podjetje Snaga d.o.o., je ta na splošno nekoliko nad povprečjem. Leta 2011 je v tej gospodarski dejavnosti v povprečju absentizem znašal 4,8%, v letu 2012 se je povzpela na 5,0%, v podjetju Snaga d.o.o. pa je splošni absentizem v letu 2011 znašal 5,8%, in leta 2012 5,7%. Če pa pogledamo še tekoči zdravstveni absentizem, vidimo, da je s povprečnimi 4,5% podjetje Snaga d.o.o. minimalno pod slovenskim povprečjem. Tudi glede na gospodarsko dejavnost, ki jo opravlja podjetje Snaga d.o.o., je po izračunih tekočega absentizma na splošno pod povprečjem. Namreč leta 2011 je zdravstveni absentizem v podjetju znašal 4,8%, kar je 1% manj od povprečja v isti

gospodarski dejavnosti, leta 2012 pa 5,7%, kar je enako povprečju v isti gospodarski dejavnosti.

#### **4.2.2 Rezultati analize bolniškega staleža - zdravstvenega absentizma**

Iz podatkov o zdravstvenem absentizmu je razvidno, da je procent tekočega absentizma majhen, čeprav je splošni absentizem nekoliko nad slovenskim povprečjem in povprečjem gospodarske dejavnosti, ki jo opravlja podjetje Snaga d.o.o. Podjetje Snaga d.o.o. je v letu 2013 zabeležilo nižji odstotek splošnega absentizma kot leto prej in pa najnižji odstotek tekočega absentizma kot tudi števila izgubljenih delovnih dni. V skladu s podatki lahko torej sklepam, da Snaga d.o.o. sledi trendu v Sloveniji, kjer se absentizem iz leta v leto manjša, in da absentizem za podjetje ne predstavlja večjega problema in nevarnosti, saj povprečje v absentizmu dvigujejo tiste osebe, ki so na bolniški odsotnosti dlje časa, torej pol leta ali več, ne pa samo število odsotnih oseb, ki so koristile bolniški stalež na letni ravni.

#### **4.3 ANKETA - ZADOVOLJSTVO ZAPOSELNIH Z DOSEDANJIMI AKTIVNOSTMI NA PODROČJU ZDRAVJA V PODJETJU**

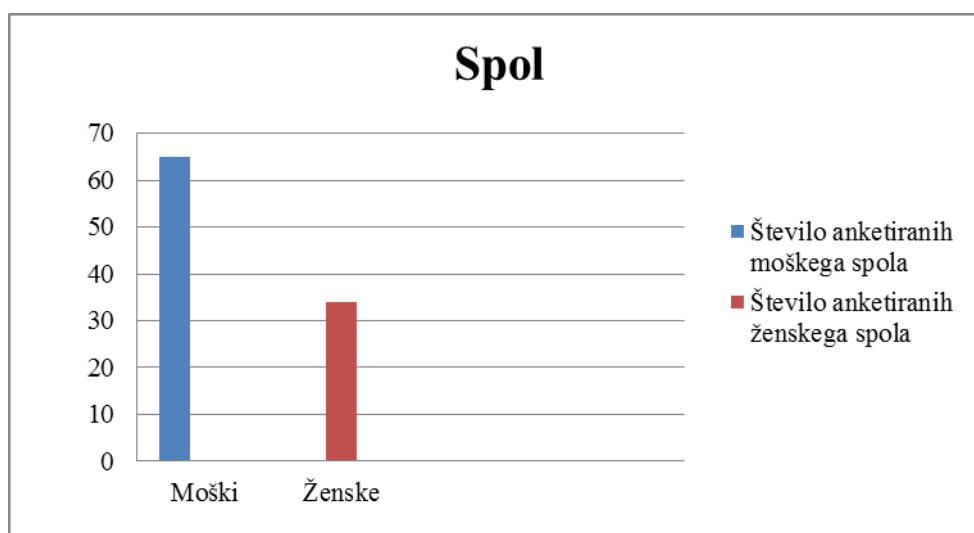
Z anketo, ki sem jo razdelila zaposlenim v podjetju Snaga d.o.o., sem želela ugotoviti, kakšna sta odnos in ocena zaposlenih glede zdravja na delovnem mestu, koliko so ozaveščeni o promociji zdravja, kako so zadovoljni z dosedanjimi dejavnostmi, ki jih je v okviru promocije zdravja podjetje že pripravilo ter kakšni so njihovi predlogi, mnenja, želje v okviru skrbi za zdravje v podjetju.

Z anketo nisem zajela vseh zaposlenih v podjetju Snaga d.o.o., temveč sem zaradi lažje obdelave podatkov v ta namen izbrala vzorec stotih oseb. Vzorec sem razdelila tako, da sem 20 anket namenila pisarniškim delavcem, 80 anket pa delavcem v operativi. Za takšno razmerje sem se odločila zato, ker je večina vseh delavcev v podjetju Snaga d.o.o. zaposlena prav v operativi, kamor se bo projekt promocije zdravja tudi najbolj osredotočal. Analizo anket sem zato naredila na podlagi 99 anket, ki so pri interpretaciji predstavljale vrednost 100%, saj je bila ena izmed anket vrnjena povsem prazna. Od teh 99 anket je bilo 83 takih, ki so bile v celoti rešene in 16 delno rešenih (ankete z dvema ali več manjkajočimi odgovori).

Zaradi obsežnosti v analizo, ki sledi v nadaljevanju, nisem vključila vseh vprašanj, ki sem jih zaposlenim zastavila v anketi, temveč le tista, ki so prinesla rezultate, relevantne za preverjanje hipotez in končno oceno stanja v podjetju.

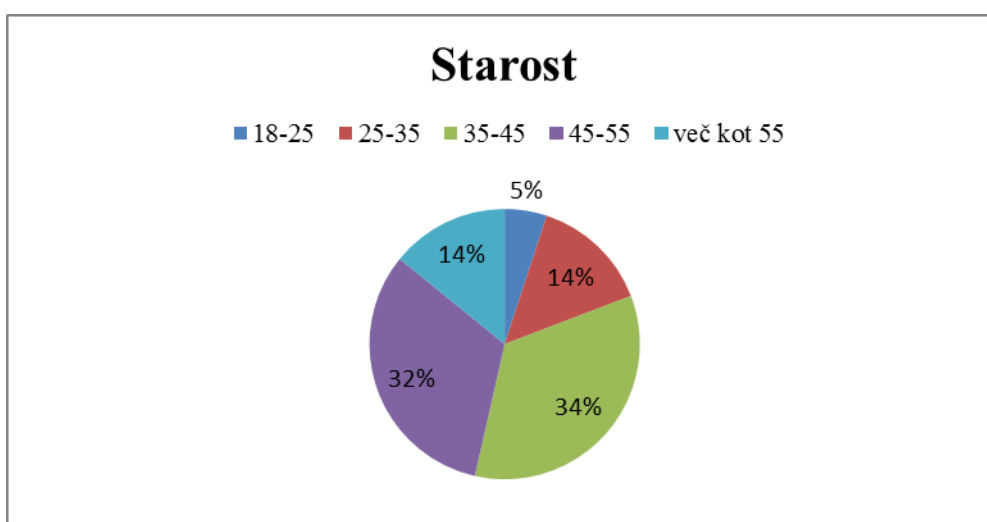
### 4.3.1 Analiza ankete

**Graf 4.5: Struktura anketiranih po spolu v Snagi d.o.o., 2014**



Graf prikazuje spolno strukturo anketiranih in iz njega je razvidno, da je bila večina vseh anketiranih zaposlenih moškega spola. Moški spol predstavlja 65,6% vseh anketiranih, 34,3% anketiranih pa je bilo ženskega spola. Struktura anketiranih po spolu je v skladu s celotno spolno strukturo zaposlenih v podjetju Snaga d.o.o., ki je takšna tudi zaradi narave dela.

**Graf 4.6: Struktura anketiranih po starosti v Snagi d.o.o., 2014**



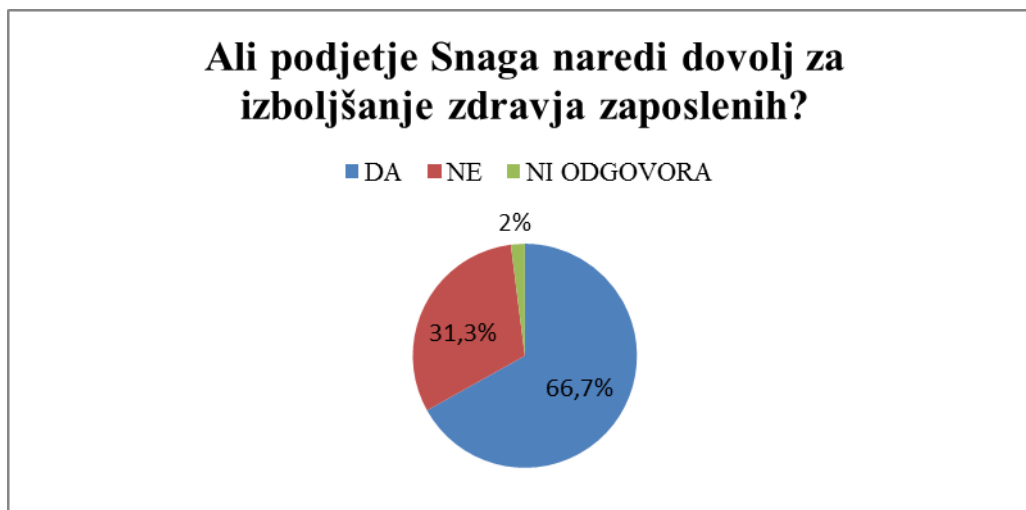
Drugi graf prikazuje starostno strukturo anketiranih. Največji delež anketiranih (34%) je bilo starih od 35 do 45 let, z 32% sledijo anketirani stari od 45 do 55 let. Enak delež (14%) predstavljajo zaposleni od 25 do 35 let in najstarejši zaposleni, nad 55 let. Najmanjši delež s 5% predstavljajo najmlajši zaposleni, od 18 do 25 let.

**Graf 4.7: Pomen izraza promocija zdravja na delovnem mestu Snaga d.o.o., 2014**



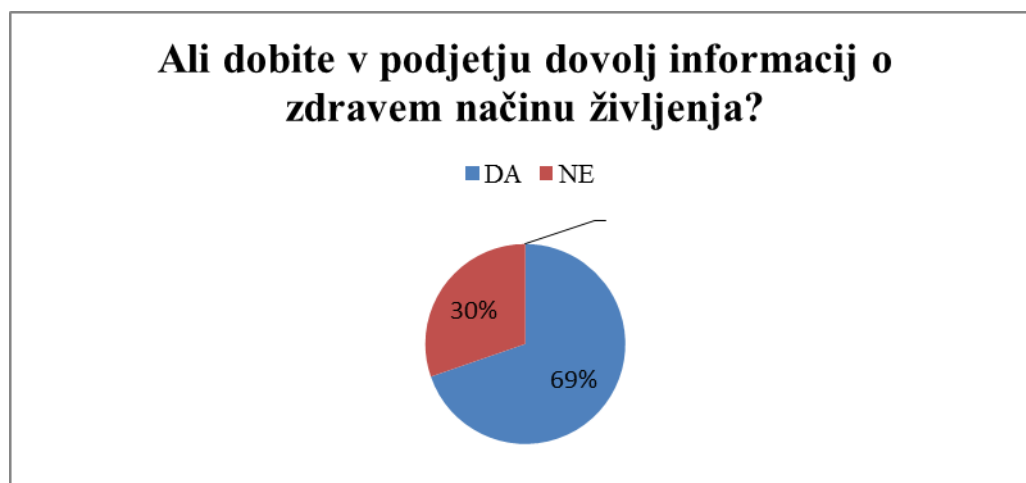
S tem vprašanjem sem želela ugotoviti, ali zaposleni sploh vedo, kaj pomeni izraz promocija zdravja na delovnem mestu, saj se pod tem izrazom v podjetju predstavljajo vse aktivnosti za izboljšanje zdravja zaposlenih na delovnem mestu. Velika večina anketiranih, kar 81%, je odgovorila, da vedo, kaj pomeni izraz promocija zdravja na delovnem mestu. Le 17% vseh anketiranih je odgovorilo, da tega izraza ne razumejo, 2% vseh anketiranih pa na to vprašanje ni odgovorilo. Kljub temu da je velika večina odgovorila, da razume izraz promocija zdravja na delovnem mestu, pa zaradi vzorca 100 anketiranih tega ne moremo trditi za vse zaposlene v podjetju Snaga d.o.o.

**Graf 4.8: Zadovoljstvo zaposlenih z vlaganjem podjetja Snaga d.o.o. v izboljšanje zdravja zaposlenih, 2014**



S tem vprašanjem sem želela izvedeti, ali so zaposleni zadovoljni z vložkom podjetja v izboljšanje zdravja zaposlenih na delovnem mestu. 66,7% vseh anketiranih meni, da podjetje Snaga d.o.o. naredi dovolj za izboljšanje njihovega zdravja, 31,3% anketiranih pa meni, da podjetje ne naredi dovolj v tej smeri. 2% anketiranih na to vprašanje ni odgovorilo.

**Graf 4.9: Ocena informacij o zdravem načinu življenja v podjetju Snaga d.o.o., 2014**



Odgovore na to vprašanje lahko povežem z odgovori na prejšnje vprašanje. Namreč tisti, ki so pri prejšnjem vprašanju odgovorili, da podjetje Snaga d.o.o. ne naredi dovolj za izboljšanje zdravja zaposlenih, so tudi pri tem vprašanju odgovorili negativno, torej da ne dobijo dovolj informacij o zdravem načinu življenja in obratno. Negativen



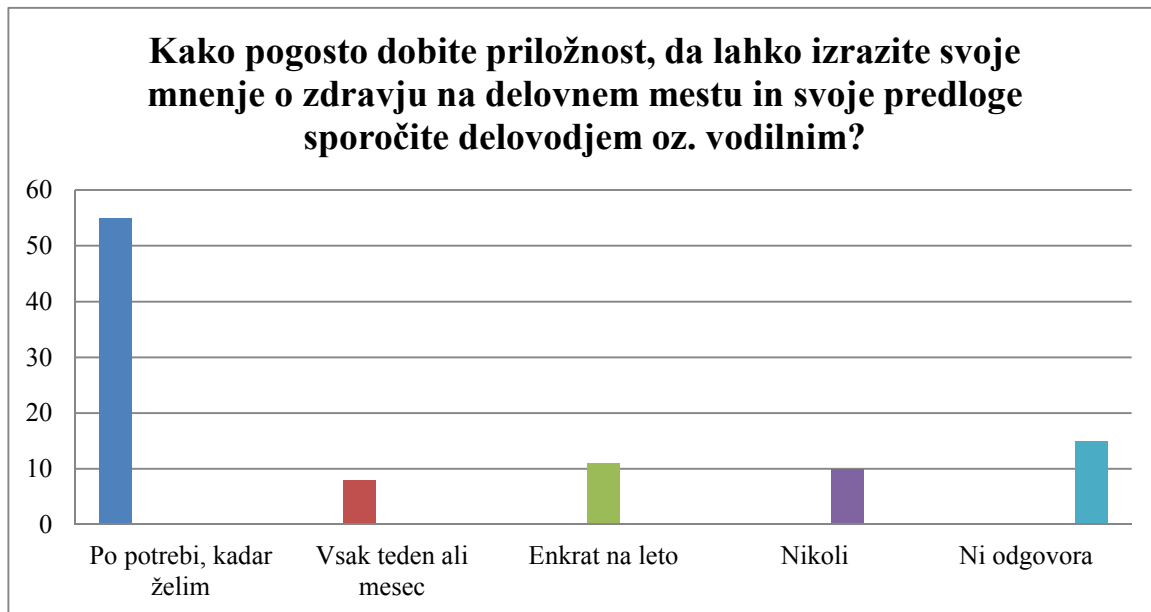
odgovor je podal podoben odstotek anketiranih kot pri prejšnjem vprašanju, in sicer 30% vseh anketiranih. 69% vseh anketiranih pa pravi, da dobijo dovolj informacij o zdravem načinu življenja, kar je tudi podobno odstotku prejšnjega vprašanja.

**Graf 4.10: Zadovoljstvo z izborom dejavnosti v okviru promocije zdravja v podjetju Snaga d.o.o., 2013**



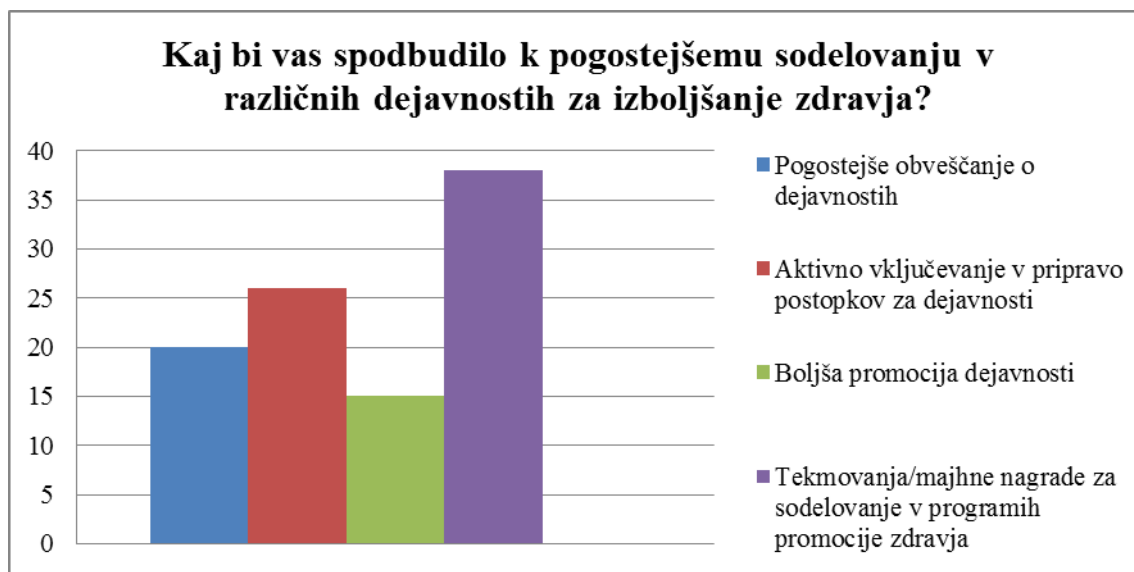
Velika večina, 71% vseh anketiranih je odgovorila, da so zadovoljni z izborom dejavnosti v okviru promocije zdravja na delovnem mestu, zato lahko sklepam, da je podjetje Snaga d.o.o. glede dejavnosti za izboljšanje zdravja zaposlenih na pravi poti. 16% anketiranih je odgovorilo, da niso zadovoljni z izborom dejavnosti, kar 13% anketiranih pa na to vprašanje ni odgovorilo.

**Graf 4.11: Priložnost za izražanje mnenja in predlogov zaposlenih v podjetju Snaga d.o.o., 2014**



S tem vprašanjem sem želela ugotoviti, ali imajo zaposleni priložnost, da izrazijo svoje mnenje in se tako vključijo v samo promocijo zdravja na delovnem mestu s svojimi predlogi. Glede na rezultate lahko sklepam, da ima večina anketiranih zaposlenih (55,5%) dovolj pogoste priložnosti, da lahko svoje mnenje in predloge o zdravju na delovnem mestu sporoči svojim nadrejenim, torej po potrebi, kadar želi. Po zastopanosti odgovorov sledijo z 11,1% rubrika enkrat letno, z 10,1% nikoli in pa z 8,8% vsak teden ali mesec. Torej le 10,1% vseh anketiranih, ki so odgovorili na to vprašanje, teh možnosti nima. 15,1% vseh anketiranih je bilo takih, ki na to vprašanje ni odgovorilo.

**Graf 4.12: Dejavniki spodbude zaposlenih k sodelovanju promociji zdravja v podjetju Snaga d.o.o., 2014**



Ker je pri sami promociji zdravja na delovnem mestu ključno, da so vanjo s svojimi predlogi vključeni tudi zaposleni, katerim je pravzaprav ta promocija namenjena, sem s tem vprašanjem želela ugotoviti, ali je aktivno vključevanje zaposlenih v pripravo postopkov za dejavnosti zanje tudi največja spodbuda pri kasnejšem sodelovanju v teh dejavnostih. Rezultati anket pravijo, da je ta dejavnik eden izmed ključnih, vendar pa ga anketirani zaposleni niso ocenili kot najpomembnejšega. Večina anketiranih z 38% namreč pravi, da bi jih k večjemu sodelovanju v dejavnostih najbolj spodbudila tekmovanja/majhne nagrade za sodelovanje v programih promocije zdravja. Po pomembnosti sledi aktivno vključevanje v pripravo postopkov za dejavnosti s 26%, pogostejše obveščanje o dejavnostih z 20% in pa boljša promocija dejavnosti s 15%.

### **4.3.2 Rezultati analize ankete**

Iz rezultatov lahko sklepam, da so zaposleni na splošno zelo dobro ozaveščeni o promociji zdravja na delovnem mestu. Večina anketiranih tudi prejema dovolj informacij o zdravem načinu življenja in posledično tudi meni, da podjetje naredi dovolj za izboljšanje zdravja na delovnem mestu, prav tako pa so v povprečju zadovoljni tudi z dosedanjimi aktivnostmi, ki jih je v okviru promocije zdravja podjetje že pripravilo. Kljub splošnemu zadovoljstvu in pozitivnim odgovorom pa nekateri celo trdijo, da dobijo premalo informacij o zdravem načinu življenja, rezultati pa kažejo, da si želijo

biti zaposleni tudi bolj vključeni v samo pripravo aktivnosti in pa bolj informirani o aktualnih dogodkih/dejavnostih ter spodbujeni k tem dejavnostim s strani nadrejenih oz. odgovornih. Glede na rezultate sklepam, da je v podjetju problem v interni komunikaciji. Podjetje namreč ponuja ogromno dejavnosti, ki pa očitno niso dovolj promovirane med zaposlenimi, ne dosežejo vseh zaposlenih, odgovorni pa jih v pripravo in soustvarjanje ne vključujejo dovolj.

#### **4.4 PREVERJANJE HIPOTEZ**

*Hipoteza 1:* Bolezni, ki so med zaposlenimi v podjetju Snaga d.o.o. najbolj zastopane oz. izstopajo, so povezane s fizično naravo dejavnosti podjetja in od nje tudi odvisne.

Ker analiza poročil medicine dela, prometa in športa kaže, da so v vseh treh analiziranih letih najbolj številčno zastopane bolezni gibal in bolezeni oči in adneksov, lahko v celoti potrdim prvo zastavljeno hipotezo. Okvare gibal in oči so povezane s fizično naravo dejavnosti podjetja in od nje tudi odvisne, ker je podjetje Snaga d.o.o. storitveno podjetje, ki se ukvarja z ravnanjem z odpadki, delo pa je v večini fizične narave. Zaposleni v operativi vsak dan fizično delajo in opravljajo več ali manj enake gibe, dvigujejo težka bremena, delajo pod vremenskimi vplivi itd., medtem ko zaposleni v pisarnah vsakodnevno delajo z računalniki in opravljajo sedeče, monotono delo.

*Hipoteza 2:* Dejavnosti, ki se v podjetju že izvajajo v okviru promocije zdravja na delovnem mestu, so pripomogle k večji ozaveščenosti zaposlenih o pomembnosti zdravja na delovnem mestu.

Drugo hipotezo lahko na podlagi rezultatov izvedene ankete med zaposlenimi le delno potrdim. Zaposleni so sicer dobro ozaveščeni o promociji zdravja na delovnem mestu, saj velika večina (80%) razume pomen izraza in prav tako večina (69%) trdi, da dobijo v podjetju o zdravem načinu življenja, ki je cilj promocije zdravja pri delu, dovolj informacij. Kljub temu pa ne morem potrditi, da so dejavnosti, ki se v podjetju že izvajajo v okviru promocije zdravja na delovnem mestu tiste, ki pripomorejo k večji ozaveščenosti zaposlenih, saj učinki le-teh na zaposlene do sedaj v podjetju še niso bili merjeni.

*Hipoteza 3:* Vključevanje zaposlenih v soustvarjanje in načrtovanje promocije zdravja na delovnem mestu spodbuja zaposlene k udeleževanju v programih promocije zdravja in vpliva na boljše poznavanje le-te.

Tudi zastavljeno tretjo hipotezo lahko le delno potrdim. Rezultati anket pravijo, da vključevanje zaposlenih v soustvarjanje spodbuja zaposlene k udeleževanju v programih promocije zdravja, saj ga je kot ključen dejavnik spodbude izbralo 26% anketiranih in je po zastopanosti takoj za prvo izbranim, ki so ga anketiranci ocenili kot najbolj spodbudnega. Kljub temu pa iz analiziranih rezultatov ne morem ugotoviti, ali vključevanje v soustvarjanje vpliva na boljše poznavanje promocije. To povezavo bom lahko potrdila šele po enem letu ob zaključku programa promocije zdravja v podjetju, ko bo opravljena evalvacija programa in bodo znani njegovi učinki.

Na tem mestu analizo zdravja zaposlenih oz. analizo stanja v podjetju zaključujem. Šibke točke, ki v podjetju na področju zdravja in dobrega počutja na delovnem mestu predstavljajo problem, bom izpostavila v končni oceni stanja za podjetje, kjer bom prav tako navedla, kam bi se bilo potrebno osredotočiti v bodoče, in predstavila svoje predloge ukrepov/dejavnosti, s katerimi bi izboljšali zdravje in dobro počutje zaposlenih v skladu z izvajanjem, ki ga določa načrt promocije zdravja za leto 2015.

## **5 KONČNA OCENA STANJA V PODJETJU**

### **5.1 OCENA STANJA NA PODLAGI ANALIZE POROČIL IZVAJALCEV MEDICINE DELA, PROMETA IN ŠPORTA**

Analiza poročil izvajalcev medicine dela je pokazala, da se je potrebno v prihodnje z ukrepi promocije zdravja osredotočiti in biti pozorni na:

- splošno zdravstveno stanje zaposlenih in njihovo delazmožnost
- bolezni gibal in bolezni oči ter adneksov
- bolezni srca in ožilja
- splošno psihično stanje zaposlenih

Rast lažjih okvar zdravja je potrebno spremljati z analizami in jo preprečiti s preventivnimi ukrepi, prav tako preventivno omogočiti odkrivanje nekaterih bolezni. Na težje okvare zdravja, ki posledično povzročajo začasno nezmožnost za delo, se je potrebno osredotočiti z ustreznimi ukrepi, ki bodo zmanjšali veliko zastopanost določenih bolezni med zaposlenimi na splošno. V prihodnje se je prav tako potrebno usmerjati v številčno najbolj zastopani bolezni tj. bolezni gibal in bolezni oči ter adneksov, kar pomeni, da je potrebno uvesti takšne ukrepe, ki bi pomagali zmanjšati število obolelih. Ker se je v zadnjem analiziranem letu v podjetju povečal tudi delež obolelih za boleznimi srca in ožilja, se bi morali v podjetju z ukrepi osredotočiti tudi na to dimenzijo. Preventivno se je priporočljivo usmeriti tudi na psihično zdravje zaposlenih, ki sicer (glede na poročila MDPŠ) še ne predstavlja večjega problema v podjetju, vendar pa se z glede na naravo dela zaposleni v operativi vsakodnevno srečujejo in so izpostavljeni morebitnemu nasilju tretjih oseb, delavci v pisarnah pa morebitnim drugim psihičnim pritiskom in napornemu tempu dela.

### **5.2 OCENA STANJA NA PODLAGI ANALIZE ZDRAVSTVENEGA ABSENTIZMA**

Zdravstveni absentizem glede na podatke analize podjetju še ne predstavlja večjega problema, hkrati pa so v podjetju tudi sami izpostavili, da večjih problemov v povezavi z absentizmom nimajo. Vsekakor pa je kljub temu potrebno še naprej spremljati absentizem, ga v prihodnje (ni nujno takoj) analizirati in še naprej vlagati v področje

zdravja, saj lahko ob zanemarjanju te dejavnosti v prihodnosti odsotnost z dela in nezadovoljstvo zaposlenih naraste.

### **5.3 OCENA STANJA NA PODLAGI ANALIZE ANKETE – ZADOVOLJSTVO ZAPOSLENIH Z DOSEDANJIMI AKTIVNOSTMI NA PODROČJU ZDRAVJA V PODJETJU**

Analiza anket zadovoljstva zaposlenih je pokazala, da se je v bodoče z ukrepi potrebno bolj osredotočati na:

- večjo informiranost o dogodkih in večjo spodbudo zaposlenih k pogostejšemu sodelovanju v aktivnostih za izboljšanje zdravja z različnimi pripomočki, objavami, s katerimi bi čim bolj pritegnili zaposlene in jih predvsem spodbudili k udejstvovanju na športnih aktivnostih
- vključevanje zaposlenih z raznimi tekmovanji in majhnimi nagradami in na pogostejše upoštevanje njihovega mnenje in želj glede izboljšanja zdravja in aktivnosti z zbiranjem mnenj

### **5.4 PREDLOGI UKREPOV**

Za zmanjšanje boleznih gibal, oči in adneksov, boleznih srca in ožilja in za preventivno delovanje v smeri dobrega splošnega zdravstvenega stanja in delazmožnosti zaposlenih ter dobrega psihičnega stanja zaposlenih, navajam naslednje ukrepe:

1. *Delavnice gibanja* (spodbuda za izvajanje vaj s slikovnimi navodili, kartončki, zgibankami);
2. *Predavanja o preventivnih zdravstvenih programih in delavnice v sodelovanju z zdravstvenim domom oz. oddelkom za promocijo zdravja na delovnem mestu, ki deluje v okviru zdravstvenega doma* (brezplačen pregled, meritve dejavnikov tveganja npr. krvni tlak, sladkor, teža in svetovanje, predstavitev preventivnih zdravstvenih programov Zora, Dora, Svit, omogočanje zaposlenim, da sodelujejo v programih);
3. *Članki v internem glasilu Utrinki in objave na oglasnih deskah o različnih boleznih, kako jih prepoznati in preprečiti;*
4. *Predavanja na temo zdrava prehrana in delavnice za zdravo hujšanje v sodelovanju s strokovnjaki, zdravstvenim domom in promotorji zdravja na*

*delovnem mestu* (koristi zdrave prehrane, smernice za pripravo zdravih obrokov, organizirane meritve telesne teže in tekmovanja v okviru zdravega hujšanja);

5. *Delavnice za obvladovanje stresa na delovnem mestu* (pomoč zaposlenim s strani strokovnjakov in zunanjih svetovalcev pri usposabljanju zaposlenih za identifikacijo vzrokov in iskanje najučinkovitejših načinov obvladovanja stresa).

Za večjo informiranost o dogodkih in večjo spodbudo zaposlenih k pogostejšemu sodelovanju v aktivnostih za izboljšanje zdravja ter za izboljšanje vključevanja zaposlenih v soustvarjanje promocije zdravja na delovnem mestu, sem izbrala naslednje ukrepe:

6. *Plakati, prospekti, zloženke* (ti prospekti oz. plakati lahko zajemajo v prvi vrsti predstavitev promocije zdravja zaposlenih, nato pa npr. zdrave recepte, ki jih lahko potem zaposleni koristijo, lahko se sproti objavljajo aktualni dogodki in dejavnosti ter prednosti slednjih za spodbujanje k pogostejšemu sodelovanju zaposlenih v aktivnostih, različne zloženke, ki naj zajemajo npr. najpogostejše dnevne jedi, ki jih ljudje uživajo, dobre ter slabe lastnosti osnovnih sestavin v jedeh, da lahko zaposleni tako hrano pripravijo doma in pa zgibanke oz. letaki z razgibalnimi vajami itd.);
7. *Vključevanje zaposlenih in zbiranje njihovih mnenj* (različna tekmovanja - npr. natečaj za najbolj zdrav recept, zbiranje točk s prisotnostjo na športnih aktivnostih in majhne nagrade za tiste, ki sodelujejo v aktivnostih - npr. javna pohvala, objavljena na oglasnih deskah, priznanje, bonusi ali boni za Europark ali popust na kakšno storitev itd., postavitve škatlic v delovne prostore, namenjene zbiranju predlogov).



## **6 NAČRT PROMOCIJE ZDRAVJA NA DELOVNEM MESTU ZA PODJETJE SNAGA D.O.O.**

### **6.1 NAMEN IN CILJI PROGRAMA**

Namen programa promocija zdravja na delovnem mestu je v splošnem sprememba obnašanja v ciljni skupini, kateri je ta program namenjen, v smeri izboljšanja svojega zdravja. Ta namen pomeni za podjetje Snaga d.o.o. tudi dolgoročni cilj, saj želi slednje z učinkovitim izvajanjem ukrepov s strani skupine za promocijo zdravja na delovnem mestu priti do bolj zdravih in zadovoljnih zaposlenih, ki so zvesti organizaciji, posledično delovno aktivnejših in dobro predstavljajo organizacijo v okolju, da ta lahko postane konkurenčna.

Kratkoročni cilji, ki jih želi podjetje s promocijo zdravja uresničiti v letu 2015, so:

1. Doseči boljše zdravje med zaposlenimi z udejanjanjem zdravega, aktivnega življenjskega sloga, spreminjanjem prehranskih in gibalnih navad ter samopodobe zaposlenih;
2. Kvalitetnejše ozaveščati zaposlene o zdravju in prednostih promocije zdravja na delovnem mestu za njih same ter jih učinkovitejše spodbujati k sodelovanju v različnih dejavnostih za izboljšanje zdravja;
3. Več vključevati zaposlene s svojimi predlogi in željami v postopke in aktivnosti promocije zdravja na delovnem mestu, bolj upoštevati njihova stališča in mnenja ter omogočati izbiro zdravega načina življenja za delavce.

### **6.2 PODROČJE VELJAVNOSTI PROGRAMA**

Program promocija zdravja na delovnem mestu za leto 2015 vključuje vse zaposlene podjetja Snaga d.o.o. na vseh področjih poslovanja podjetja. Ciljna skupina programa so zaposleni v operativi in zaposleni v pisarnah tako na sedežu oz. v poslovni enoti podjetja kot tudi na vseh dislociranih lokacijah.

### **6.3 IZVAJANJE PROGRAMA**

V skladu s posebnimi cilji programa promocije zdravja na delovnem mestu so določene tudi prednostne naloge, časovna opredelitev programa, izvajalci določenega ukrepa in

pa način evalvacije programa. Vse to spada pod izvajanje programa, ki je določeno in opisano v tabeli, priloženi v prilogi (*glej prilogo B*).

#### **6.4 ODGOVORNE OSEBE IN ZADOLŽITVE**

Odgovorne osebe pri izvajanju programa promocije zdravja so promotorji zdravja z vodjo skupine, ki ima funkcijo odločanja. Članom skupine pripadajo strokovne naloge, ki so jim bile že predhodno dodeljene. V času priprave programa je priporočljivo, da ima skupina tedenska srečanja, ko pa se bo program promocije zdravja uvedel in izvajal, pa naj se skupina sestane štirikrat letno oz. po dogovoru, glede na potrebe programa. Skupina se bo sestajala na sedežu družbe v delovnem času.

#### **6.5 VIRI SREDSTEV ZA PRIPRAVO PROGRAMA**

V plan izdatkov v podjetju Snaga d.o.o. za leto 2015 je potrebno vključiti ukrepe/aktivnosti oz. prednostne naloge, ki so predvidene v načrtu promocije zdravja na delovnem mestu. Okviren izračun stroškov, ki jih je potrebno za posamezni ukrep predvideti v planu izdatkov, je pripravljen v načrtu promocije zdravja na delovnem mestu (*priloga B*).

#### **6.6 VREDNOTENJE DOSEŽENEGA**

Da je program res dobro načrtovan, se bo ugotavljalo s pomočjo rednega spremljanja in ocenjevanja kazalnikov vrednotenja in končne ocene učinkovitosti programa, za katerega so zadolžene osebe, ki v programu promocije zdravja aktivno sodelujejo in poznajo temeljne cilje promocije zdravja na delovnem mestu - skupina promotorjev. Za ugotavljanje učinkovitosti načrta promocije zdravja na delovnem mestu v podjetju Snaga d.o.o. predlagam naslednje načine spremljanja in ocenjevanja učinkovitosti programa.

V programu promocije zdravja naj se najprej izvede procesna evalvacija, tako da se spremljajo tisti kazalniki vrednotenja, ki so opredeljeni pri vsaki prednostni nalogi posebej, in sicer s pomočjo kontrolnih listov oz. tabele (*glej prilogo C*), na podlagi katerih naj se nato merijo spremembe. Ugotavlja naj se število sodelujočih (kolikšen delež ciljnih oseb se je v program vključil) in ovrednoti kazalnike zdravstvenega stanja (koristi programa za organizacijo). Predlagam, da učinke teh indikatorjev podjetje izmeri z uporabo numerične evalvacije, prikazane v tabeli (*glej prilogo D*), promotorji pa naj si pomagajo tudi z vprašalniki, ki zajemajo največ 5 vprašanj v povezavi

delavnico/predavanjem (za primer vprašalnika glej prilogo D). S pomočjo navedenih sredstev bo podjetje preverjalo, ali se program izvaja tako, kot je bilo zastavljeno v načrtu, ugotavljalo odzivnosti različnih ciljnih skupin in merilo takojšnji, kratkoročni oz. vmesni učinek (podatki o aktivnosti in rezultatih oz. učinkovitosti programa - v kakšni meri se dosegajo zastavljeni cilji, itd.).

Za raziskovanje učinkov programa predlagam, da podjetje ponovno naredi analizo istih kazalnikov oz. spremlja iste kazalnike, na podlagi katerih se je že naredila analiza zdravja zaposlenih in na podlagi katerih se je oblikoval načrt promocije zdravja za določeno leto, saj le tako lahko ugotovimo, ali so se med zaposlenimi pojavile spremembe. Ob ponovni analizi stanja oz. zdravja v podjetju Snaga d.o.o. naj se analizira: poročila izvajalcev medicine dela, prometa in športa o rezultatih zdravstvenih pregledov (podatki o poškodbah pri delu, številčno najbolj zastopane bolezni, procent delazmožnih zaposlenih itd.), odstotek bolniškega staleža, v primerjavi z drugimi podjetji v isti panogi in z državnim povprečjem, izjavo o varnosti z oceno tveganja, anketo o zadovoljstvu zaposlenih z dosedanjimi aktivnostmi na področju zdravja v podjetju. Podjetje bo tako ocenilo koristi programa za posameznika, kakšne spremembe so se pokazale med zaposlenimi in v odnosu zaposleni - podjetje.

Ko se v podjetju opravi tako procesna kot programska evalvacija, naj se opravi še zaključna evalvacija, kjer se oceni učinkovitost načrta oz. programa in ali so bili zastavljeni cilji doseženi. Predlagam, da zaključno evalvacijo programa podjetje opravi s pomočjo kontrolnega lista - Evalvacija načrta (glej prilogo E).

Po zaključenem vrednotenju programa PZD za leto 2015 bo skupina za promocijo zdravja na delovnem mestu obvestila vodstvo in zaposlene o rezultatih in učinkovitosti programa z letnim poročilom. Poročilo vodstvu mora vsebovati vsaj: izvedene naloge, dosežene cilje, trajanje programa, rezultate spremljanja in vrednotenja in morebitne predloge posodobitve programa (Ministrstvo za delo 2014). Program/načrt naj se dopolni na podlagi dogovora z vodstvom.

## 7 SKLEP

Promocija zdravja na delovnem mestu je poslovna strategija, ki stremi k preprečevanju slabega zdravja pri delu in k izboljšanju zdravja in dobrega počutja med zaposlenimi ter k bolj zdravi organizaciji nasploh (Inšpektorat Republike Slovenije za delo 2012). Je nujen segment v podjetjih, ki se spopadajo s situacijo v današnjem svetu. Promocija zdravja na delovnem mestu mora biti vključena v organizacijo kot njen trajen proces, saj bo le tako prinesla pozitivne rezultate na dolgi rok (Inšpektorat Republike Slovenije za delo 2012).

Dober načrt promocije zdravja na delovnem mestu je skupek potreb organizacije in potreb delavcev. V prvi vrsti je pomembna zavezanost vseh strani k vprašanju promocije zdravja na delovnem mestu (zlasti vodstva). Upoštevati je potrebno potrebe podjetja in zaposlenih ter promocijo zdravja na delovnem mestu prilagoditi okoliščinam. V okviru načrtovanja programov PZD je pomembno, da ugotovimo stanje na področju zdravja v podjetju in pa navade, potrebe in želje zaposlenih. Zelo je pomembna čim večja vključenost zaposlenih v vseh fazah promocije in aktivno sodelovanje zaposlenih v programu, saj je namreč ta namenjen prav zaposlenim in izboljšanju njihovega zdravja ter zadovoljstva v podjetju. Pri načrtovanju promocije ne smemo pozabiti na načrt evalvacije programa, ki prinese rezultate o učinkih in učinkovitosti načrta, prav tako pa je načrt evalvacije potrebno tudi dosledno izvajati.

V diplomski nalogi sem načrtovala promocijo zdravja na delovnem mestu v podjetju Snaga d.o.o., v katerem sem opravljala obvezno praktično izobraževanje. Podjetje Snaga d.o.o. se je odločilo načrtovati promocijo zdravja na delovnem mestu zato, ker prinaša koristi tako za zaposlene kot za delodajalca, ker je zakonsko določeno in pa predvsem zato ker podjetje želi zadane aktivnosti, ki jih že izvaja, še bolj približati zaposlenim, se ciljno usmerili v pomanjkljiva področja, zaposlene še naprej in z izboljšano učinkovitostjo obveščati o pomenu skrbi za lastno zdravje in pa z zmanjšanjem nezdravega življenjskega sloga doseči boljše zdravje v organizaciji, ki je eno od osnovnih potreb in za večino ljudi najvišja vrednota v življenju.

Na podlagi že napisanih teoretičnih osnov, ki predstavljajo temelj promocije zdravja na delovnem mestu, ki sem jo v podjetju tudi raziskovala, sem oblikovala konkretna izhodišča in predloge načrta za podjetje. Teoretični koncepti so me pripeljali tudi do

zaključka, da je promocija zdravja na delovnem mestu nujen segment v podjetju, ki ob pravilnem izvajanju pripomore k bolj zdravim organizacijam, ki z zadovoljnimi zaposlenimi povečajo svojo učinkovitost in konkurenčnost v okolju. S pomočjo analize stanja na področju zdravja v podjetju, dejavnikov tveganja in ankete zadovoljstva zaposlenih z dosedanjimi aktivnostmi na področju zdravja v podjetju, sem preverjala relevantnost zastavljenih hipotez in prišla do naslednjih sklepov. Trdim lahko, da so bolezni, ki so med zaposlenimi v podjetju Snaga d.o.o. najbolj zastopane oz. izstopajo, povezane s fizično naravo dejavnosti podjetja in so od nje tudi odvisne. Zaposleni so dobro ozaveščeni o promociji zdravja na delovnem mestu, saj velika večina razume pomen izraza in v podjetju dobi dovolj informacij o zdravem načinu življenja, ne morem pa trditi, da so o promociji dobro ozaveščeni zaradi aktivnosti, ki se v podjetju že izvajajo, saj učinki le-teh na zaposlene do sedaj v podjetju še niso bili merjeni. Rezultati anket pravijo, da vključevanje zaposlenih v soustvarjanje spodbuja zaposlene k udeleževanju v programih promocije zdravja, saj ga je kot ključen dejavnik spodbude, izbralo 26% anketiranih in je po zastopanosti takoj za prvo izbranim, ki so ga anketiranci ocenili kot najbolj spodbudnega. Kljub temu pa iz analiziranih rezultatov ne morem ugotoviti, ali vključevanje v soustvarjanje vpliva na boljše poznavanje promocije. To povezavo bom lahko potrdila šele po zaključku programa promocije zdravja v podjetju za leto 2015, ko bo opravljena evalvacija programa in bodo znani njegovi učinki.

Podjetje se mora na podlagi ocene stanja s predlaganimi ukrepi v načrtu za leto 2015 osredotočati na splošno zdravstveno stanje zaposlenih in njihovo delazmožnost, bolezni gibal in bolezni oči ter adneksov, bolezni srca in ožilja in splošno psihično stanje zaposlenih. Poskrbeti mora za večjo informiranost o dogodkih in večjo spodbudo zaposlenih za pogostejše sodelovanje v aktivnostih za izboljšanje zdravja ter dosledneje vključevati zaposlene v soustvarjanje promocije zdravja na delovnem mestu in pogosteje upoštevati njihova mnenja, želje, predloge. V prihodnje je priporočljivo, da podjetje še naprej spremlja absentizem in še naprej vlaga v področje zdravja, saj lahko ob zanemarjanju te dejavnosti v prihodnosti odsotnost z dela in nezadovoljstvo zaposlenih narasteta. S skrbjo za zdravje zaposlenih in ob pravilnem izvajanju načrta promocije zdravja na delovnem mestu si bo podjetje Snaga d.o.o. zagotovilo zadovoljne, produktivnejše zaposlene, ki so predani organizaciji, kar bo povečalo

konkurenčnost v okolju, podjetje pa bo posledično korak bližje doseganju strategije, postati vodilni ponudnik in biti najboljši partner na področju ravnanja z odpadki.

## 8 LITERATURA

1. Bilban, Marjan. 2012. *Promocija zdravja v delovnem okolju kot obveznost delodajalca*. Ljubljana: Zavod za varstvo pri delu.
2. Central Sydney Area Health Service. 1994. *Program Management Guidelines for Health Promotion*. State Health Publication. Dostopno prek: <http://www.mentalhealthpromotion.net/resources/program-management-guidelines-for-healthpromotion.pdf> (5. april 2015).
3. Čili za delo. 2006. *Promocija zdravja: Priročnik za svetovalce za promocijo zdravja pri delu*. Ljubljana: UKC KIMDPŠ.
4. Evropska agencija za varnost in zdravje pri delu. 2010. *Promocija zdravja na delovnem mestu za delodajalce*. Dostopno prek: [https://osha.europa.eu/sl/publications/factsheets/sl\\_93.pdf](https://osha.europa.eu/sl/publications/factsheets/sl_93.pdf) (4. april 2015).
5. European Agency for Safety and Health at Work. 2012. *Motivation for employees to participate in workplace health promotion*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
6. Green, W. Lawrence in Kreuter, W. Marshall. 1999. *Health promotion planning: an educational and ecological approach*. New York: McGraw-Hill Higher Education.
7. International Labour Organization. 2012. *SOLVE: Integrating Health Promotion into Workplace OSH Policies*. Geneva: ILO. Dostopno prek: [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed\\_protect/@protrav/@safework/documents/instructionalmaterial/wcms\\_178397.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed_protect/@protrav/@safework/documents/instructionalmaterial/wcms_178397.pdf) (5. april 2015).
8. Inšpektorat Republike Slovenije za delo. 2012. *O promociji zdravja na delovnem mestu*. Dostopno prek: [http://www.id.gov.si/fileadmin/id.gov.si/pageuploads/Varnost\\_in\\_zdravje\\_pri\\_delu/VISOKE\\_TEMPERATURE\\_PROMOCIJA/Promocija\\_zdravja\\_na\\_delovnem\\_mestu.pdf](http://www.id.gov.si/fileadmin/id.gov.si/pageuploads/Varnost_in_zdravje_pri_delu/VISOKE_TEMPERATURE_PROMOCIJA/Promocija_zdravja_na_delovnem_mestu.pdf) (18. junij 2015).
9. Jouttimaki, Liisa. 2005. *WHP-STEPS. Brief in English*. Finnish institute of occupational health. Department of Research and Development of OHS.
10. Marmot, Michael in Wilkinson, Richard. 2006. *Social determinants of health*. Second edition. New York: Oxford University Press.

11. Medicina dela, prometa in športa. 2011-2013. *Poročilo izvajalcev medicine dela*. Maribor: Zdravstveni dom Dr. Adolfa Drolca Maribor.
12. Davčna uprava Republike Slovenije. 2015. *Promocija zdravja na delovnem mestu*. Dostopno prek: [http://www.durs.gov.si/si/davki\\_predpisi\\_in\\_pojasnila/davek\\_na\\_dodano\\_vrednost\\_pojasnila/odbitek\\_ddv/promocija\\_zdravja\\_na\\_delovnem\\_mestu/](http://www.durs.gov.si/si/davki_predpisi_in_pojasnila/davek_na_dodano_vrednost_pojasnila/odbitek_ddv/promocija_zdravja_na_delovnem_mestu/) (18. junij 2015).
13. Ministrstvo za zdravje. 2014. *Smernice za promocijo zdravja na delovnem mestu*. Dostopno prek: <http://www.varstvo-pri-delu.eu/files/Smernica%20promocija%20zdravja%20na%20delovnem%20mestu.pdf> (1. junij 2015).
14. Nacionalni inštitut za javno zdravje. 2015. *Bolniški stalež*. Dostopno prek: <http://www.nijz.si/podatki/bolniski-stalez> (3. maj 2015).
15. Obrtno-podjetniška zbornica Slovenije. 2014. *Študija o promociji zdravja na delovnem mestu pri malih delodajalcih*. Dostopno prek: <http://www.ozs.si/Portals/0/Media/Dokumenti/ZA%20CLANE/Svetovalni%20center/KatarinaZL/%C5%A0tudija%20o%20promociji%20zdravja.pdf> (18. junij 2015).
16. Snaga d.o.o. 2014. Dostopno prek: <http://www.snaga-mb.si/> (19. maj 2015).
17. Snaga d.o.o. 2014. *Baza podatkov Kadri*. Maribor: interno gradivo.
18. UKC Ljubljana, Klinični inštitut za medicino dela, prometa in športa. 2014. *Čili za delo: O promociji zdravja pri delu*. Dostopno prek: <http://www.cilizadelo.si/o-promociji-zdravja-pri-delu.html> (4. april 2015).
19. Van Marris, Barb in King Braz. 2006. *Evaluating Health Promotion Programs*. Ontario: University of Toronto.
20. Verena, Friedrich S. in Hoffmann, Georg B. 2015. *Strategies of active dissemination of workplace health promotion*. International Journal of Workplace Health Management 8: (1-2). Dostopno prek: <http://www.emeraldinsight.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/doi/pdfplus/10.1108/IJWHM-12-2012-0031> (4. maj 2015).
21. Verhoeven, Chris. 1997. *Wellness effects of a worksite health promotion program*. Leiden: Leiden University, Health Psychology Series.
22. Zakon o varnosti in zdravju pri delu (ZVZD-1). Ur. l. RS 43/2011. Dostopno prek: <http://www.uradni-list.si/1/content?id=103969> (4. april 2015).



## PRILOGE

### PRILOGA A: Anketa o zadovoljstvu zaposlenih z dosedanjimi aktivnostmi na področju zdravja

VPRAŠALNIK SNAGA d.o.o.



Pozdravljeni!

Sem Jasmina Šuman, študentka na praksi v podjetju Snaga d.o.o., kjer se ukvarjam s **promocijo zdravja na delovnem mestu**. Seznaniti se želim z vašim odnosom do zdravja na delovnem mestu in vašim zadovoljstvom z dosedanjimi dejavnostmi, ki jih je v okviru promocije zdravja, podjetje že pripravilo.

Na podlagi rezultatov ter njihove primerjave bom ugotovila šibke točke, na podlagi katerih bom v sodelovanju z vami, glede na vaše trditve, želje in predloge, pripravila načrt za izvajanje dejavnosti izboljšanja zdravja, da boste z veseljem prihajali v službo in se počutili zdravi ter sposobni za delo.

Prosim vas, da si vzamete 10 min časa in odgovorite na spodnja vprašanja, čim bolj korektno. **Anketa je anonimna**, izsledki ankete pa bodo uporabljeni v novem načrtu promocije zdravja 2015.

Izpolnjen vprašalnik, prosim oddajte delovodjem, ki so vam ankete razdelili, in sicer najkasneje do ponedeljka, 20.10.2014.

Hvala za sodelovanje!

#### 1. Spol (obkrožite)

Moški

Ženska

#### 2. Starost (obkrožite)

18-25

25-35

35-45

45-55

več kot 55

**3. V katero področje dela spada vaše delovno mesto?**

- pisarniška dela (vodstvo družbe, pravne zadeve in kadri, finance in računovodstvo, komerciala, strokovne in tehnične zadeve...)

- tehnična operativa (zbiranje in odvoz s smetiščarji/kesonskimi vozili, javna higiena, zavetišče za živali)

**4. Kako ste zadovoljni z delovno klimo (vzdušjem) v podjetju?**

1      2      3      4      5

zelo nezadovoljni

zelo zadovoljni

**5. Ali veste, kaj pomeni izraz - Promocija zdravja na delovnem mestu?**

Da

Ne

**6. Ali menite, da podjetje Snaga d.o.o. naredi dovolj za izboljšanje zdravja svojih zaposlenih?**

Da

Ne

**7. Dobite v vašem podjetju dovolj informacij o zdravem načinu življenja?**

Da

Ne

**8. Za katere dejavnosti za izboljšanje zdravja v podjetju Snaga ste že slišali? (možnih je več odgovorov)**

- športne aktivnosti

- kulturno - zabavne aktivnosti (komunalne igre, dan odprtih vrat)

- kulturno - zabavni dogodki (karte za koncerte, gledališče itd.)
- Zdravo jabolko
- prostori za skupinsko druženje izven delovnega časa
- ugodnosti za zaposlene (počitniške kapacitete...)
- prilagoditev delovnih mest potrebam zaposlenih
- drugo: \_\_\_\_\_

**9. Kje ste izvedeli za dejavnosti, ki se izvajajo v okviru promocije zdravja na vašem delovnem mestu? (možnih je več odgovorov)**

- priročniki, zloženke
- obvestila na oglasnih deskah
- internet
- e-pošta
- interno glasilo Utrinki

**10. Katere izmed naštetih dejavnosti v okviru promocije zdravja ste se že udeležili oz. koristili? (možnih je več odgovorov)**

- športne aktivnosti
- kulturno - zabavne aktivnosti (komunalne igre, dan odprtih vrat)
- kulturno - zabavni dogodki (karte za koncerte, gledališče itd.)
- Zdravo jabolko
- prostori za skupinsko druženje izven delovnega časa
- drugo: \_\_\_\_\_

**11. Katere dejavnosti, ki se izvajajo v okviru promocije zdravja zaposlenih, so vam najbolj všeč?**

---



---



---

**12. Ali ste zadovoljni z izborom dejavnosti v okviru promocije zdravja?**

Da

Ne

**13. Prosim, da z oceno od 1-5 ocenite naslednje trditve. Pri tem pomeni ocena 1 - sploh se ne strinjam, ocena 3 - se delno strinjam in ocena 5 - se zelo strinjam (možen je samo en odgovor):**

<b>ŽIVLJENJSKI SLOG</b>					
Zdravo se prehranjujem	1	2	3	4	5
Ukvarjam se s športnimi aktivnostmi	1	2	3	4	5
Ko nisem na delovnem mestu, se znam sprostiti	1	2	3	4	5
<b>DELOVNO OKOLJE</b>					
Čutim, da je moje delo cenjeno	1	2	3	4	5
Moj nadrejeni me pozitivno spodbuja pri mojem delu	1	2	3	4	5
Nadrejeni je dostopen za pogovor	1	2	3	4	5
Nadrejeni od mene zahteva, da delam dela, ki niso v opisu mojih del in nalog	1	2	3	4	5
Tempo dela je stresen in zahteven	1	2	3	4	5
Pogosto sem preutrujen	1	2	3	4	5
Vzdušje v delovnem okolju vpliva na moje psihično zdravje	1	2	3	4	5
Lahko vplivam na svojo prehrano v delovnem času	1	2	3	4	5
Skrbi me za moje zdravje na delovnem mestu	1	2	3	4	5
<b>SOCIALNO PODPORNO OKOLJE</b>					
Če imam težave z zdravjem (fizičnim ali psihičnim), vem, na koga se lahko obrnem	1	2	3	4	5
Vodstvo nam pomaga pri razrešitvi konfliktov v timu, delovni skupini	1	2	3	4	5
V preteklosti je podjetje storilo veliko izboljšav v zvezi z zdravjem na delovnem mestu	1	2	3	4	5
Vodstvu je mar za zdravje zaposlenih, zato spodbujajo zdrav življenjski slog	1	2	3	4	5
Vodstvo podjetja spodbuja zaposlene, da sodelujemo v aktivnostih za izboljšanje svojega zdravja	1	2	3	4	5
Vodstvo podjetja upošteva naša mnenja in želje glede aktivnosti za izboljšanje zdravja	1	2	3	4	5

**14. Kako pogosto dobite priložnost, da lahko izrazite svoje mnenje o zdravju na delovnem mestu in svoje predloge sporočite delovodjem ali vodilnim v podjetju? (možen je samo en odgovor)**

- po potrebi, kadar želim
- vsak teden ali mesec
- enkrat na leto
- nikoli

**15. Označite, kako zelo se strinjate z naslednjo trditvijo: Če bi bil/a bolj vključen/a v samo promocijo zdravja in bi lahko s svojimi predlogi sodeloval/la, bi se tudi večkrat udeležil/a različnih dejavnosti.**

1      2      3      4      5

se sploh ne strinjam

se popolnoma strinjam

**16. Kaj bi vas spodbudilo k večjemu sodelovanju v različnih dejavnostih za izboljšanje svojega zdravja?**

- pogostejše obveščanje o dejavnostih
- aktivno vključevanje v pripravo postopkov za dejavnosti
- boljša promocija dejavnosti
- tekmovanja/majhne nagrade za sodelovanje v programih promocije zdravja
- drugo: \_\_\_\_\_

**17. Kaj v zvezi z izboljšanjem zdravja pogrešate na delovnem mestu?**

---



---

**PRILOGA B: Načrt promocije zdravja na delovnem mestu po prednostnih nalogah v podjetju Snaga d.o.o., za leto 2015**

Prekomerna teža, obolenja gibal zaposlenih in zdrav življenjski slog	
<b>RAZLOG</b>	Dejavnika tveganja za zdravje zaposlenih sta izstopala pri analizi poročil MDPŠ.
<b>NAMEN</b>	Zmanjšati nevarnost teh dveh dejavnikov tveganja za zdravje zaposlenih ter preventivno preprečiti nadaljnja obolenja in prekomerno težo.
<b>CILJI</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Zmanjšati prekomerno težo zaposlenih.</li> <li>2. Zmanjšati obolenja gibal zaposlenih.</li> <li>3. Vzpostaviti zdrave prehranjevalne navade med zaposlenimi.</li> <li>4. Podati znanja in veščine za udejanjanje zdravega, aktivnega življenjskega sloga in spreminjanje samopodobe zaposlenih.</li> </ol>
<b>UKREPI (Kako boste dosegli cilje)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Predavanje + delavnica 12 korakov zdrave prehrane in telesne dejavnosti.</li> <li>2. Delavnice zdravega prehranjevanja.</li> <li>3. Delavnice zdravega hujšanja.</li> <li>4. Delavnica gibanja na delovnem mestu.</li> </ol>
<b>AKTIVNOSTI</b>	<p><b>1. Vrsta aktivnosti: Predavanje + delavnica 12 korakov zdrave prehrane in telesne dejavnosti za zdrav življenjski slog.</b>  <b>Kdo izvaja:</b> Skupina za promocijo zdravja na delovnem mestu v sodelovanju z Zdravstvenim domom dr. Adolfa Drolca, ambulanto za promocijo zdravja na delovnem mestu.  <b>Kdaj se izvaja:</b> Od januarja do februarja.  <b>Kje se izvaja:</b> V prostorih na sedežu podjetja.  <b>Kako se izvaja:</b> Vsem sodelujočim se na uvodnem predavanju prikažejo razne zdravstvene težave, ki lahko nastanejo zaradi nezdravega uživanja hrane ter prekomernega prehranjevanja, koristi zdrave prehrane in smernice zdravega prehranjevanja - 12 korakov zdrave prehrane. Podajo se tudi priporočila telesne/gibalne dejavnosti in prednosti le-te, za krepitev zdravja in za udejanjanje aktivnega življenjskega sloga.</p> <p><b>2.,3. Vrsta aktivnosti: Uvodna predavanja + delavnice zdravega prehranjevanja, zdravega hujšanja.</b>  <b>Kdo izvaja:</b> Skupina za promocijo zdravja na delovnem mestu v sodelovanju z Zdravstvenim domom dr. Adolfa Drolca, ambulanto za promocijo zdravja na delovnem mestu.  <b>Kdaj se izvaja:</b> Od julija do decembra.  <b>Kje se izvaja:</b> V prostorih na sedežu podjetja.  <b>Kako se izvaja:</b></p>

	<p><u>Delavnice zdravega prehranjevanja:</u> Vsem sodelujočim se na uvodnem predavanju prikažejo koristi zdrave prehrane in smernice zdravega prehranjevanja. Na delavnicah se nato zaposlenim podajo smernice za pripravo zdravih obrokov in se jih spodbuja k temu, da pri pripravi ali nakupu malice le-te upoštevajo, se jih uči načinov priprave hrane z ustrežno energijsko vrednostjo, pravilnega ritma prehranjevanja.</p> <p><u>Delavnice zdravega hujšanja:</u> Na uvodnem predavanju se podajo smernice spreminjanja prehranjevalnih in gibalnih navad ter samopodobe, nato pa v se skozi delavnice psihično podpira zaposlene, prav tako pa se organizirajo meritve telesne teže in tekmovanje v okviru zdravega hujšanja, kjer so nagrajeni tisti, ki na zdrav način izgubijo največ telesne teže in ki najbolj spremenijo svoje prehranjevalne nagrade - življenjski slog.</p> <p><b>4. Vrsta aktivnosti: Delavnica gibanja na delovnem mestu.</b>  <b>Kdo izvaja:</b> Skupina za promocijo zdravja na delovnem mestu.  <b>Kdaj se izvaja:</b> Od oktobra do novembra.  <b>Kje se izvaja:</b> V prostorih na sedežu podjetja.  <b>Kako se izvaja:</b> Zaposlenim v pisarnah se na delovnem mestu podajo jasna, kratka navodila za preventivne razgibalne vaje, nato pa sledi kratek praktični prikaz vaj, prav tako pa se zaposlene motivira in spodbuja za izvajanje vaj s slikovnimi navodili, različnimi kartončki, zgibankami, ki se jih razdeli. Za delavce v operativi je v ta namen predvidena argonomija delovnih mest.</p>
<b>KAZALNIKI VREDNOTENJA</b>	<p><b>Kazalnik 1:</b> Odstotek bolniških odsotnosti.  <b>Kazalnik 2:</b> Število sodelujočih (kolikšen delež ciljnih oseb se je v program vključil in ga zaključil).  <b>Kazalnik 3:</b> Spremembe vedenja zaposlenih, kot so: produktivnost, boljše zdravstveno stanje, boljše samopodoba.  <b>Metode:</b> Opazovanje, ponovna analiza zdravstvenih poročil MDPŠ, kontrolni vprašalnik.</p>
<b>VIRI IN SREDSTVA</b>	<p><b>Strošek:</b> število izvajalcev × strošek posameznega predavanja/delavnice × število predavanj × promocijski material (× strošek nagrad).  <b>Sredstva:</b> Izvajanje prednostnih nalog se bo financiralo iz sredstev, ki jih je za izvajanje programa promocije zdravja na delovnem mestu zagotovilo in določilo podjetje Snaga d.o.o. v planu izdatkov za leto 2015. Le delavnice zdravega prehranjevanja in delavnice zdravega hujšanja bodo potekale na prostovoljni bazi in se bodo financirale s strani tistih zaposlenih, ki se bodo vključiti prostovoljno.  <b>Viri:</b> Viri izvajanja prednostnih nalog so skupina za promocijo zdravja na delovnem mestu in ambulanta za promocijo zdravja na delovnem mestu (Zdravstveni dom dr. Adolfa Drolca).</p>

<b>Preventiva srčno - žilnih bolezni</b>	
<b>RAZLOG</b>	Dejavnik tveganja za zdravje zaposlenih, ki se je v zadnjih dveh letih pojavil med zaposlenimi, kar je pokazala analiza poročil MDPŠ.
<b>NAMEN</b>	Aktivno skrbeti za zdravje ljudi, z osveščanjem o zdravem življenjskem slogu in dejavnikih tveganja za razvoj bolezni srca in žilja, ter izvajanje ustreznih ukrepov, s poudarkom na svetovanju za spreminjanje nezdravega življenjskega sloga z namenom odpravljanja oziroma obvladovanja dejavnikov tveganja za te bolezni.
<b>CILJI</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Preventivno preprečiti nadaljnja obolenja.</li> <li>Zmanjšati ogroženost zaposlenih za bolezni srca in ožilja.</li> </ol>
<b>UKREPI (Kako boste dosegli cilje)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Delavnica zdrav življenjski slog.</li> <li>Protikadilska delavnica.</li> </ol>
<b>AKTIVNOSTI</b>	<p><b>Vrsta aktivnosti: Osveščanje o zdravem življenjskem slogu in delavnica opuščanja kajenja.</b>  <b>Kdo izvaja:</b> Skupina za promocijo zdravja na delovnem mestu v sodelovanju z Zdravstvenim domom dr. Adolfa Drolca, ambulanto za promocijo zdravja na delovnem mestu.  <b>Kdaj se izvaja:</b> Od aprila do maja.</p>

	<p><b>Kje se izvaja:</b> V prostorih na sedežu podjetja.</p> <p><b>Kako se izvaja:</b></p> <p><b>Delavnica zdrav življenjski slog:</b> V delavnici se najprej predstavi problem kroničnih bolezni in pomen zdravega življenjskega sloga za varovanje zdravja in preprečevanje ter zdravljenje kroničnih bolezni.</p> <p><b>Delavnica opuščanja kajenja:</b> Pripravi se 6 srečanj po 90 minut, kjer se izvaja skupinsko svetovanje za opuščanje kajenja in strokovno voden program opuščanja kajenja. Lahko se izvaja tudi individualno svetovanje za opuščanje kajenja.</p>
<b>KAZALNIKI VREDNOTENJA</b>	<p><b>Kazalnik 1:</b> Zadovoljstvo zaposlenih s programom - ocena.</p> <p><b>Kazalnik 2:</b> Število sodelujočih (kolikšen delež ciljnih oseb se je v program vključil in ga zaključil).</p> <p><b>Kazalnik 3:</b> Spremembe vedenja zaposlenih, kot so: delež tistih, ki so opustili kajenje.</p> <p><b>Metode:</b> Opazovanje, ponovna analize zdravstvenih poročil MDPŠ, kontrolni vprašalnik.</p>
<b>VIRI IN SREDSTVA</b>	<p><b>Strošek:</b> /</p> <p><b>Sredstva:</b> Izvajanje te prednostne naloge se bo financiralo s strani tistih zaposlenih, ki se bodo vključiti v te delavnice, ki bodo temeljile na prostovoljni bazi.</p> <p><b>Viri:</b> Viri izvajanja prednostnih nalog so skupina za promocijo zdravja na delovnem mestu in ambulanta za promocijo zdravja na delovnem mestu (Zdravstveni dom dr. Adolfa Drolca).</p>

<b>Informiranje in vključevanje zaposlenih v promocijo zdravja na delovnem mestu</b>	
<b>RAZLOG</b>	Na podlagi anket o zadovoljstvu zaposlenih z dosedanjimi aktivnostmi/dejavnostmi v okviru promocije zdravja na delovnem mestu in zbiranju njihovih želj za v prihodnje, so zaposleni izrazili večjo željo po vključenosti v soustvarjanje programa PZD in željo po boljši informiranosti o PZD.
<b>NAMEN</b>	Izboljšati učinkovitost informiranja zaposlenih o sami promociji zdravja, dogodkih/dejavnostih in učinkoviteje spodbujati zaposlene k udeleževanju/vključevanju v aktivnosti za izboljšanje zdravja, ki se izvajajo v okviru PZD v podjetju. Več vključevati zaposlene v PZD z različnimi tekmovanji in majhnimi nagradami ter pogostejšim zbiranjem in upoštevanjem njihovega mnenja in želj glede izboljšanja zdravja in aktivnosti.
<b>CILJI</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Učinkoviteje obveščeni zaposleni o PZD in dejavnostih, ki jih le-ta vključuje.</li> <li>2. Več zaposlenih vključenih v dejavnosti PZD.</li> <li>3. Pogosteje vključeni zaposleni v soustvarjanje PZD.</li> <li>4. Pogosteje upoštevano mnenje/želje zaposlenih.</li> </ol>
<b>UKREPI (Kako boste dosegli cilje)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Plakati promocije zdravja.</li> <li>2. Zloženke, zgibanke, letaki.</li> <li>3. Tekmovanja, zbiranja mnenj.</li> </ol>
<b>AKTIVNOSTI</b>	<p><b>1. Vrsta aktivnosti: Plakati promocije zdravja.</b></p> <p><b>Kdo izvaja:</b> Skupina za promocijo zdravja na delovnem mestu.</p> <p><b>Kdaj se izvaja:</b> Skozi vse leto.</p> <p><b>Kje se izvaja:</b> V prostorih na sedežu podjetja in na vseh dislociranih lokacijah.</p> <p><b>Kako se izvaja:</b> Najprej naj se določijo mesta, kjer bodo vedno in sproti objavljeni posamezni plakati in informacijski prospekti na temo PZD. Ti prospekti oz. plakati lahko</p>

	<p>zajemajo v prvi vrsti predstavitev promocije zdravja zaposlenih, nato pa npr. zdrave recepte, ki jih lahko potem zaposleni koristijo, lahko so predstavljene in opisane posamezne dejavnosti ter prednosti slednjih za spodbujanje k pogostejšemu sodelovanju zaposlenih v aktivnostih. Najprej naj se pripravi plakat PZD, ki zajema vse kategorije zdravja na delovnem mestu, izpolnjen ločeno glede na pisarno in operativo.</p> <p><b>2. Vrsta aktivnosti: Zloženke, zgibanke, letaki.</b>  <b>Kdo izvaja:</b> Skupina za promocijo zdravja na delovnem mestu.  <b>Kdaj se izvaja:</b> Skozi vse leto.  <b>Kje se izvaja:</b> V prostorih na sedežu podjetja in na vseh dislociranih lokacijah.  <b>Kako se izvaja:</b> Ob različnih delavnicah zdrave prehrane, delavnicah gibanja, zdravega hujšanja itd. naj se zaposlenim razdelijo različne zloženke, ki naj zajemajo npr. najbolj pogoste dnevne jedi, ki jih ljudje uživajo in naj se opišejo dobre ter slabe lastnosti osnovnih sestavin, da lahko zaposleni tako hrano pripravijo doma, in pa zgibanke oz. letaki z razgibalnimi vajami (npr. vaje proti bolečinam v hrbtenici), ki se razdelijo zaposlenim.</p> <p><b>3. Vrsta aktivnosti: Tekmovanja, zbiranja mnenj.</b>  <b>Kdo izvaja:</b> Skupina za promocijo zdravja na delovnem mestu.  <b>Kdaj se izvaja:</b> Skozi vse leto.  <b>Kje se izvaja:</b> V prostorih na sedežu podjetja in na vseh dislociranih lokacijah.  <b>Kako se izvaja:</b> Zaposlene lahko bolj vključite v sam proces PZD z raznimi tekmovanji (npr. natečaj za najbolj zdrav recept, zbiranje točk s prisotnostjo na športnih aktivnostih) in majhnimi nagradami za tiste, ki se udeležujejo dejavnosti in sodelujejo v aktivnostih (npr. javna pohvala objavljena na oglasnih deskah, priznanje, bonusi ali boni za Europark ali popust na kakšno storitev itd.), nagrada kot storitev, ki jo ponuja podjetje Snaga d.o.o. ali pa z možnostjo sooblikovanja aktivnosti. Za zbiranje mnenj/želja zaposlenih pa se v prostore postavijo škatlice, namenjene zbiranju predlogov za PZD.</p>
<p><b>KAZALNIKI VREDNOTENJA</b></p>	<p><b>Kazalnik 1:</b> zadovoljstvo zaposlenih z obveščanjem/promocijo in njihova ocena obveščanja/promocije.  <b>Kazalnik 2:</b> število sodelujočih (kolikšen delež ciljnih oseb se je vključil v soustvarjanje in sooblikovanje PZD s svojimi predlogi/željami).  <b>Metode:</b> <b>Kontrolni vprašalnik, evidenca s številom mnenj/predlogov, ponovna anketa s ciljanimi vprašanji.</b></p>
<p><b>VIRI IN SREDSTVA</b></p>	<p><b>Strošek 1:</b> cena enega prospekta, zloženke, plakata × število prospektov.  <b>Strošek 2:</b> cena ene nagrade × število nagrad  <b>Sredstva:</b> Izvajanje prednostnih nalog se bo financiralo iz sredstev, ki jih je za izvajanje programa promocije zdravja na delovnem mestu zagotovilo in določilo podjetje Snaga d.o.o. v planu izdatkov za leto 2015.  <b>Viri:</b> Viri izvajanja prednostnih nalog so skupina za PZD.</p>



## PRILOGA C: Primer spremljanja numeričnih kazalnikov vrednotenja

CILJ	UKREP	KAZALNIK VREDNOTENJA IN METODA	PODATKI
Zmanjšanje prekomerne teže zaposlenih v podjetju	Delavnica zdravega hujšanja	<b>Kazalnik:</b> Število sodelujočih (kolikšen delež ciljnih oseb se je v program vključil in ga zaključil) <b>Metoda:</b> Numerična evalvacija	Število udeležencev delavnice na začetku izvajanja + število udeležencev delavnice na koncu izvajanja

## PRILOGA D: Meritve učinkov programa na podlagi numeričnega vrednotenja kazalnikov in primer vprašalnika za oceno kratkoročnih učinkov posameznega ukrepa med zaposlenimi

Kazalci populacije	Koncept	Vrednost
<b>A</b> - Potreba	Populacija, ki je predvidena za vključitev v program.	Število oseb
<b>B</b> - Izpostavljenost	Število oseb, ki so dejansko sodelovale v programu v določenem časovnem obdobju.	Število oseb
<b>C</b> - Pokritost	Delež ciljne populacije, ki jo je program dejansko presegel.	$(B/A) \times 100$
<b>D</b> - Vpliv	Takojšen, kratkoročni ali vmesni efekt, ki je posledica aktivnosti.	Frekvenca pojava
<b>E</b> - Učinek	Merimo pri osebah, ki so aktivno sodelovale v programu oz. so program aktivno prejele. Vpliv delimo s številom doseženih oseb in pomnožimo s 100, da dobimo odstotek (vprašalnik z največ 5 vprašanji, takoj po predavanju/delavnici na licu mesta. S tem bo skupina za PZD pridobila grobo oceno rezultata, ki ga je delavnica oz. predavanje doseglo med sodelujočimi zaposlenimi).	$(D/B) \times 100$
<b>F</b> - Učinkovitost	Delež ciljne populacije, pri kateri je bila dosežena pričakovana sprememba.	$(D/A) \times 100$

Vir: Green in Lewis v Green in Kreuter (1999, 521)

Delavnica zdravega hujšanja	
Ali ste zadovoljni z izvedeno delavnico?	DA/NE
Ali ste se naučili kaj novega v tej delavnici?	DA/NE
Ali boste uporabljali nasvete in tehnike, ki ste jih pridobili s sodelovanjem v delavnici?	DA/NE
Ali se vam zdi ta delavnica koristna za vaše zdravje?	DA/NE
Boste na podlagi pridobljenih informacij na delavnici v bodoče spremenili svoj način življenja?	DA/NE
Vaše splošno mnenje/želje/predlogi:	

## PRILOGA E: Zaključna evalvacija in ocenitev učinkovitosti programa

ZAKLJUČNA EVALVACIJA PROGRAMA

(stanje na datum: \_\_\_\_\_)

REZULTATI PROGRAMA	DA/NE	Ukrepi, možne izboljšave, rok za izvedbo
Izvajajo se procesna, programska in zaključna evalvacija (npr. spremljamo program, zapisujemo število udeležencev, zbiramo povratne informacije od udeležencev,...).		
Redno izvajamo evalvacijo učinkov s spremljanjem programa oz. procesno evalvacijo, da bi ugotovili <i>srednjeročne učinke</i> programa z različnimi kazalniki (npr. stanje telesne pripravljenosti, ugotavljanje z zdravjem povezanih vedenj, organizacijska klima,...).		
Redno izvajamo evalvacijo učinkov, s spremljanjem programa oz. programsko evalvacijo, da bi ugotovili <i>dolgoročne učinke</i> programa PZD z različnimi kazalniki (npr. % bolniškega staleža, zadovoljstvo zaposlenih s programom,...).		
Na voljo so podatki za najmanj en kazalnik, s katerim lahko ocenimo učinek programa PZD na organizacijske izide (npr. % bolniškega staleža, stroški zaradi odsotnosti nad 30 dni, fluktuacija zaposlenih,...).		

Na voljo so podatki za najmanj dva kazalnika, s katerima lahko ocenimo učinke programa PZD na življenjski slog zaposlenih in navade, povezane z zdravjem in organizacijsko klimo (npr. % zaposlenih, ki so redno telesno dejavni, ki se uravnoreženo prehranjujejo, raven zadovoljstva pri delu,...).		
Omenjene kazalnike spremljamo in jih primerjamo v času.		
Ugotovili smo pozitivne spremembe v času vsaj enega ključnega kazalnika.		
Program PZD smo prilagodili na podlagi ugotovljenih rezultatov.		
Vodstvo spremlja rezultate PZD.		
Na splošno lahko zaključimo, da smo cilje PZD dosegli.		
Ocenimo lahko, da je PZD na splošno učinkovit.		

Vir: Profuturus d.o.o. (2013)