

S celovitim pristopom do bolj zdravih zaposlenih

Posledice COVID-19

Avtorji:

Blaž Kopič, dipl. fizioterapevt (UN)

Iris Kaiser, mag. psihologije

Maja Brajnik, dipl. prav. (UN)

Epidemija je v nas prebudila občutek negotovosti in strahu za naše zdravje. Pozornost je bila usmerjena v "tukaj in zdaj", vsi viri in energija so se usmerjali v iskanje najboljših rešitev za varnost ljudi in posledično v socialno distanciranje, ki pa je imelo vpliv na fizično in duševno zdravje vseh nas.

SKRB ZA FIZIČNO ZDRAVJE

Angažiranost ljudi in odnos do fizičnega zdravja se je kazal v dveh nasprotujočih si polih. Tisti, ki so že imeli razvite navade, kot so športna aktivnost in preživljanje časa v naravi, so občutili milejše posledice, saj so svoj prosti čas namenili ravno tem znanim in ustaljenim aktivnostim. Kljub temu, da se je »svet ustavil«, so pozornost usmerjali k ohranjanju fizične kondicije in zdravja, kar vodi do večje produktivnosti, manj težav z zdravjem, redkejšega pojavljanja kroničnih bolečin itd.

Druga skupina ljudi pa je večinoma postavila gibanje na stranski tir. Človeški organizem je narejen za to, da se giba. Brez gibanja organizem ne deluje optimalno kot bi moral, saj brez aktivnosti srca, pljuč in mišic pomembni organski sistemi, kot so živčevje z možgani na čelu, prebavila in filtrirni organi, ne dobijo dovolj sveže krvi, s tem pa hranil, da bi lahko bolj optimalno delovali ali se obnavljali.

Poudarek: Ohranjanje fizične kondicije in zdravja vodi do večje produktivnosti, manj težav z zdravjem, redkejšega pojava kroničnih bolečin

SKRB ZA DUŠEVNO ZDRAVJE

Čeprav je obdobje epidemije za nami, pa nekatere negativne posledice ostajajo in to predvsem na področju duševnega zdravja. Mnogi raziskovalci so ugotavljali, kakšen je vpliv karantene oziroma samoizolacije na posameznika. Ugotovili so, da samoizolacija ne vpliva dobro na naše počutje in duševno zdravje zaradi ločitev od bližnjih, izgube svobode in rutine, negotovosti glede bolezni in pa seveda zaradi dolgčasa.

Pomemben dejavnik je tudi stigmatizacija, ki jo SSKJ razlaga kot »opredeljevanje koga kot družbeno manj sprejemljivega zaradi njegove drugačnosti, navadno neupravičeno«, po

domače pa lahko rečemo, da nekoga »gledamo postrani«, ker je drugačen. Raziskovalci so ugotovili tudi, da posamezniki, ki so bili v karanteni zaradi možnosti izpostavitve bolezni, in posamezniki, ki so bolezen preboleli, pogosto še dolgo občutijo posledice stigmatizacije. Okolica se do njih vede drugače, ljudje se jih izogibajo ter jih obravnavajo s strahom in sumničavostjo. V nekaterih primerih so takšne posledice trajale kar do 4 leta, kar je vodilo do višje ravni stresa in slabšega duševnega zdravja.

Samoizolacija ne vpliva dobro na naše počutje in duševno zdravje.

Sedaj življenje teče dalje, a seveda nekoliko drugače kot prej. COVID-19 nas je opomnil na pomembnost splošnega zdravja. Ključno je, da to prenesemo tudi v delovno okolje. Nekateri delodajalci so v promociji zdravja na delovnem mestu že dolgo proaktivni in bodo sedaj morali svoje aktivnosti le nekoliko prilagoditi, medtem ko bodo potrebe in želje ljudi druge delodajalce prisilile v bolj poglobljen in celovit pristop k promociji zdravja na delovnem mestu.

ČEMU CELOVIT PRISTOP?

Trenutno se v delovnem okolju srečuje tudi do pet generacij, vsaka s svojimi vrednotami, prioritetami in izzivi, s katerimi se soočajo. Za spodbujanje zdravja vseh generacij in vseh področij je smiselno zagotoviti ukrepe in aktivnosti z vseh področij – fizičnega, socialnega in duševnega.

Evidenca podatkov NIJZ iz leta 2018 navaja kar 21.484 primerov bolniške odsotnosti pri zaposlitvi za polni delovni čas zaradi duševnih in vedenjskih motenj. To pomeni skoraj milijon dni odsotnosti in predstavlja tretji vodilni vzrok odsotnosti z dela. Lahko le predvidevamo, kolikšne bodo številke v 2020, v letu, zaznamovanem s COVID-19.

- **v letu 2018 21.484 primerov bolniške odsotnosti zaradi duševnih in vedenjskih motenj**
- **skoraj milijon dni odsotnosti**
- **predstavljajo tretji vodilni vzrok odsotnosti z dela**

Tista podjetja, ki še niso veliko pozornosti polagala na promocijo zdravja na delovnem mestu, bodo v to prisilile mlajše generacije. Generacija Y, milenijci, so bili že povod za mnoge diskusije in raziskave zaradi drugačnega razmišljanja in predvsem drugačnih potreb in želj, ki jih prinašajo v delovna okolja, sedaj pa si je pridobila tudi naziv »anksiozna generacija«. Rešitev za skrb za svoje dobre počutje milenijcev pa ne leži v le v skirojih in vrečah za sedenje, temveč v celovitem pristopu promocije zdravja, ki zajema ne le fizično, temveč tudi psihosocialno področje. Mnoge raziskave kažejo, da milenijci občutijo veliko več stresa in anksioznosti kot generacije, starejše od njih. Milenijci bi naj občutili simptome, povezane z anksioznostjo, kar 4-krat pogostejše, generacija Z pa 3-krat pogostejše.

Teorij o vzrokih je več, a v vsakem primeru stanje ostaja enako – mlajše generacije si želijo več poudarka na zdravju in dobrem počutju tudi na delovnem mestu, ne le v prostem času in doma. Tako se ključni kader mlajših generacij odloča za organizacije in podjetja, pri katerih bodo njihove potrebe po dobrem počutju in zadovoljstvu zadovoljene.

Mlajše generacije se odločajo za organizacije in podjetja pri katerih bodo njihove potrebe po dobrem počutju in zadovoljstvu zadovoljene.

Ista slovenska raziskava nam razlaga podatke o povprečni odsotnosti z delovnega mesta glede na starost zaposlenih – generaciji Baby boom in X sta povprečno odsotni kar od 17 do 21 dni. Najpogostejši razlog za odsotnost so bolezni mišično-skeletnega sistema in vezivnega tkiva. Pojav kronične bolečine, okorelosti sklepov in slabega počutja pa je le vrh ledene gore negativnih posledic sedečega oziroma neaktivnega življenjskega sloga, kar potrjujejo tudi podatki.

Pomembno je vedeti, da se težave s kroničnimi bolečinami pri starejših generacijah pojavljajo pogostejše že zaradi

tega, ker so povprečno v slabši fizični pripravljenosti kot mlajše generacije. Pri njih se je smiselno zagotavljanja dobrega počutja in boljšega zdravja posluževati s kurativno preventivo, torej s poskusom izboljšanja že obstoječega kroničnega stanja s pomočjo fizioterapije in vpeljevanja zdravega življenjskega sloga z multidisciplinarnim pristopom. Izkušnje fizioterapevtskih ambulant kažejo, da osebe, ki imajo bolj razvite navade zdravega življenjskega sloga in skrbi za telo, kurativno manj iščejo pomoč fizioterapevtov. Delodajalci morajo spodbujati zaposlene vseh generacij, da pridobijo te navade, če jih še nimajo, oziroma spodbujati tiste, ki jih imajo, da z njimi nadaljujejo.

KAKO SE POVEZUJETA FIZIČNI IN DUŠEVNI VIDIK?

Celovit pristop k promociji zdravja poskuša zadovoljiti potrebe vseh zaposlenih in naslavlja zdravstvene težave vseh posameznikov in generacij. Pomembnost takšnega pristopa pa se kaže tudi v tem, da preprosto ne moremo ločiti fizičnega zdravja od duševnega, saj so naši sistemi med seboj prepleteni. Bolj verjetno je, da bodo duševno zdravi ljudje bili fizično aktivni in da bodo fizično aktivni ljudje imeli boljše duševno zdravje.

Fizično in duševno zdravje lahko drug na drugega vplivata neposredno ali pa posredno preko:

- socialnega kapitala: socialnih interakcij, osamljenosti, socialne izolacije,
- socialno ekonomskega statusa
- življenjskega sloga: fizične aktivnosti, prehrane, alkohola, kajenja itd.
- bioloških faktorjev: stresa in kognitivnih sposobnosti.

Fizično in duševno sta po najnovejšem razumevanju prepletena preko več sistemov človeškega organizma, ki med seboj komunicirajo. Če zelo posplošimo, sta naše vedenje in počutje odvisna od komunikacije med nevrološkimi sistemi, okoljem in zaznavnih dražljajev, ki prihajajo iz njega, ter hormonov. Na učinkovito delovanje teh sistemov lahko vplivamo s pravim ravnotežjem med miselnimi in fizičnimi obremenitvami, ki nam dvignejo utrip



srca in spodbudijo izločanje hormonov dobrega počutja ter stimulirajo nagradni sistem v možganih.

SE PROMOCIJA ZDRAVJA SPLAČA?

Podjetju se kakovostna promocija zdravja »splača« že zato, ker tako zaposlenim ponudi nekaj več. S kakovostnim programom promocije zdravja ne dvignemo samo kakovosti življenja zaposlenemu, temveč dvignemo dolgoročno kakovost podjetja, ki potrebuje stabilen, zdrav, produktiven in kreativen kader.

Čeprav se že mnogi delodajalci trudijo zadostiti zakonskemu minimumu, pa se mnogi bojijo, da bodo finančna sredstva vlagali zaman. Svetovna zdravstvena organizacija navaja, da se za vsak vložen dolar v promocijo zdravja zaposlenih povrnejo kar 4 dolarji dobička v obliki produktivnosti in poslovne uspešnosti. To ugotovitev potrjuje tudi kanadska raziskava, katere rezultati so pokazali tudi, da se z vložkom v promocijo zdravja za do 50 % zmanjša tudi možnost ponovitve bolniške odsotnosti zaradi duševne bolezni. Tako se najdemo v precepu; podatki potrjujejo pomembnost skrbi za zdravje na delovnem mestu, potrebnih sredstev za to pa mnogokrat primanjkuje, zato se je promocije zdravja potrebno lotiti strateško z ustreznim znanjem, prepoznavanjem dobrih praks in grajenjem skupnosti.

Čeprav je epidemija COVID-19 osvetlila mnoga področja potreb na področju zdravja, pa zgoraj navedena priporočila veljajo ves čas, tudi po tem, ko se bo stanje umirilo in negotovost izginila.

KAJ PA DELOVNOPRAVNI PRAVNI VIDIK?

Pri promociji zdravja ne moremo mimo delovnopravnega vidika. Skladno z Zakonom o varnosti in zdravju pri delu (v nadaljevanju zakon)¹ promocijo zdravja na delovnem mestu predstavljajo sistematične ciljne aktivnosti in ukrepe, ki jih delodajalec izvaja zaradi ohranjanja in krepitev telesnega in duševnega zdravja zaposlenih.

Načrtovanje in izvajanje promocije zdravja na delovnem mestu je obveznost delodajalca. Zanj mora predvideti potrebna sredstva in način spremljanja njenega izvajanja. V kolikor te obveznosti ne izpolni, je lahko kaznovan z globo od 2.000 do 40.000 evrov, ki jo lahko izreče inšpekcija dela. Pomembno je, da delodajalec na promocijo zdravja ne gleda samo skozi oči dodatne obveznosti, ki jo mora izpolniti, da se izogne globi, saj ima lahko promocija zdravja, ki je prilagojena potrebam delovnega okolja, pozitivne učinke na delovno okolje in pomembno pripomore k boljšim delovnim rezultatom zaposlenih, njihovi učinkovitosti in motivaciji.

Načrtovanje in izvajanje promocije zdravja je obveznost delodajalca.

V zakonu ni predvidenega načina izvajanja promocije zdravja v smislu predpisane metode ali vzorca. S tem je delodajalcu dana prosta pot, da lahko promocijo zdravja

prilagodi potrebam lastnega delovnega procesa in narave dela. Pri tem si lahko pomaga s Smernicami za promocijo zdravja na delovnem mestu, ki jih je objavilo Ministrstvo za zdravje. Pri izbiri ukrepov mora delodajalec upoštevati tudi določila Zakonu o dohodnini², saj plačil, ki jih delodajalec nameni za zagotavljanje promocije zdravja na delovnem mestu, ni mogoče na splošno izvzeti iz bonitet.

Načrt promocije zdravja mora izhajati iz potreb zaposlenih. Ko ga delodajalec sprejme, ga mora predstaviti vsem zaposlenim, zaposleni pa se lahko prostovoljno odločijo ali in v katere ukrepe promocije zdravja se bodo vključili. Pri tem ni potrebno posebej izpostaviti, da bolj kot bo načrt podpiral potrebe in želje zaposlenih večja je verjetnost da se bodo v izvedbo tudi vključevali. Zato je priporočljivo, da delodajalec pred pripravo načrta promocije zdravja pozove zaposlene, da podajo lastne predloge. Na ta način jim bo načrt še dodatno približal in mu dodal veliko dodano vrednost.

Čas po epidemiji je odlična priložnost za delodajalce, da za zaposlene naredijo nekaj koristnega. V ta namen lahko delodajalec z anonimno anketo, ki jo izpolnijo vsi zaposleni, preveri, katere ukrepe promocije zdravja bi si želeli v delovnem okolju. V okviru finančnih zmožnosti lahko nekaj ukrepov že v naprej predlaga in z glasovanjem ugotovi, kateri od ukrepov bi bili med zaposlenimi najbolj zaželeni.

Lahko pa delodajalec naredi še korak naprej in v anketo promocije zdravja vključi tudi anonimen vprašalnik o zadovoljstvu in zavzetosti zaposlenih³, ki delodajalcem predstavlja odlično orodje za evalvacijo stanja zadovoljstva in zavzetosti zaposlenih. Na podlagi rezultatov lahko oblikuje načrt za izboljšanje stanja in temu prilagodi tudi program promocije zdravja. Vse navedeno pa vpliva na višjo produktivnost in učinkovitost ter posledično povečanje dobička, večjo zvestobo zaposlenih, nižjo fluktuacijo in absentizem.

LITERATURA

- ¹ Zakon o varnosti in zdravju pri delu (Uradni list RS, št. 43/11)
- ² Zakon o dohodnini (Uradni list RS, št. 13/11 – uradno prečiščeno besedilo, 9/12 – odl. US, 24/12, 30/12, 40/12 – ZUJF, 75/12, 94/12, 52/13 – odl. US, 96/13, 29/14 – odl. US, 50/14, 23/15, 55/15, 63/16, 69/17, 21/19, 28/19 in 66/19).
- ³ URL: <http://www.kadrovska-asistenca.si/storitve/zadovoljstvo-in-zavzetost>

VIRI

- Brooks, S. K., Webster, R. K., Smith, L. E., Woodland, L., Wessely, S., Greenberg, N., in Rubin, G. J. (2020). The psychological impact of quarantine and how to reduce it: rapid review of the evidence. *The Lancet*.
- Hamouche, S. (2020). COVID-19 and employees' mental health: stressors, moderators and agenda for organizational actions. *Emerald Open Research*, 2(15), 15.
- NIJZ. (2018). Zdravstveni statistični letopis Slovenije: Zdravstveno stanje prebivalstva.
- Ohrnberger, J., Fichera, E., in Sutton, M. (2017). The relationship between physical and mental health: A mediation analysis. *Social Science & Medicine*, 195, 42-49.