

E-FAKTY 65

MOTYWACJA PRACODAWCÓW DO PROMOCJI ZDROWIA W MIEJSCU PRACY: STRESZCZENIE PRZEGLĄDU LITERATURY

Wprowadzenie

Promocja zdrowia w miejscu pracy jest definiowana jako połączone wysiłki pracodawców, pracowników oraz społeczeństwa podejmowane w celu poprawy stanu zdrowia i dobrostanu ludzi w pracy. Cel ten można osiągnąć dzięki: poprawie organizacji pracy i środowiska pracy; promocji aktywnego uczestnictwa wszystkich zainteresowanych stron; wspieraniu rozwoju osobistego. Warto zauważyć, że zadaniem promocji zdrowia jest wspieranie systemu zarządzania ryzykiem w miejscu pracy, a nie zastąpienie go. Odpowiednie zarządzanie ryzykiem to istotna podstawa skutecznego programu promocji zdrowia. Stworzenie i utrzymanie zdrowego środowiska pracy przynosi wyraźne korzyści firmom i pracownikom może też prowadzić do szybszego rozwoju społecznego i ekonomicznego na szczeblu lokalnym, regionalnym, krajowym i europejskim. Raport, którego podsumowaniem jest niniejszy dokument, to streszczenie przeglądu dostępnej literatury, sporządzone w celu identyfikacji kluczowych przyczyn, argumentów i czynników motywujących pracodawców do wdrażania inicjatyw związanych z promocją zdrowia w miejscu pracy. W raporcie omówiono również niektóre wiążące się z tym wyzwania i przeszkody. Wiedzę tę można wykorzystać w celu zachęcenia i motywowania pracodawców do wprowadzenia PZMP.

Motywacja pracodawców do prowadzenia promocji zdrowia

Czynniki motywacyjne podzielono na wewnętrzne (występujące wewnątrz organizacji) i zewnętrzne (występujące poza organizacją). Główne wnioski wynikające z przeglądu literatury są następujące:

Wewnętrzne czynniki motywacyjne

- Udowodniono, że programy i działania promocji zdrowia mogą mieć rzeczywisty i znaczący wpływ na zwiększenie wydajności i produkcji.
- Programy promocji zdrowia wpływają na obniżenie absencji oraz związanych z nią kosztów niezdolności do pracy z powodu choroby.
- Wykazano, że programy promocji zdrowia mają pozytywny wpływ na obecność w pracy mimo choroby, skutkującą spadkiem produktywności pracownika (ang. presenteeism).
- Działania na rzecz poprawy stanu zdrowia i dobrostanu pracowników dzięki programom promocji zdrowia w miejscu pracy mogą podnieść poziom zadowolenia pracowników z pracy oraz zwiększyć ich zaangażowanie na rzecz organizacji.
- Jedną z korzyści inwestowania w dobrze skomponowane programy promocji zdrowia jest zmniejszenie rotacji personelu oraz poprawa rekrutacji nowych pracowników. Ponadto może nastąpić poprawa morale personelu, co może mieć pośredni wpływ na odsetek rotacji pracowników.
- Istnieje coraz więcej dowodów na to, że zły stan zdrowia i słabo odczuwany dobrostan pracowników wiążą się z większym prawdopodobieństwem wystąpienia wypadków i urazów w miejscu pracy. Zwiększa się także świadomość tego stanu rzeczy. Dlatego też inicjatywy prowadzone w miejscu pracy w celu promocji zdrowia pracowników mogą mieć pośrednio korzystny wpływ dzięki obniżeniu kosztów ponoszonych przez przedsiębiorstwa w związku z wypadkami i obrażeniami w miejscu pracy.
- Rośnie liczba dowodów na to, że wiele inicjatyw i strategii promocji zdrowia wprowadzonych w miejscu pracy może prowadzić do faktycznego i znaczącego ograniczenia kosztów ponoszonych przez organizację.

Zewnętrzne czynniki motywacyjne

- Badania wskazują, że promocja zdrowia w miejscu pracy oraz zwiększenie dobrostanu pracowników mogą przynieść pośrednią korzyść w postaci lepszej jakości obsługi klienta, a co za tym idzie — zwiększonej lojalności klientów.
- Przedsiębiorstwa stosujące programy promocji zdrowia są uważane za pracodawców atrakcyjnych i odpowiedzialnych. Dodatkową korzyścią wynikającą z tego ulepszanego wizerunku organizacji jest jej większa widoczność dla potencjalnych przyszłych pracowników.
- Wsparcie w ramach inicjatyw lokalnych i rządowych może być szczególnie ważne dla małych i średnich przedsiębiorstw, które mają zbyt ograniczone środki i wiedzę na temat opracowywania i wdrażania takich programów.
- Zaobserwowano, że programy wsparcia oferowane przez firmy ubezpieczeniowe, a także inne formy zewnętrznych bodźców motywacyjnych są użyteczne w zachęcaniu pracodawców do wdrażania promocji zdrowia w miejscu pracy i, co więcej, inwestowania w nią.

Bariery i wyzwania

Na podstawie przeglądu literatury wskazano kilka czynników, które mogą mieć wpływ na zaangażowanie pracodawców w programy promocji zdrowia. Są to między innymi:

Bariery

- Niewprowadzanie zasad bezpiecznej pracy i brak infrastruktury związanej z ochroną zdrowia.
- Negatywne postrzeganie wymogów i korzyści związanych z ochroną zdrowia w miejscu pracy.
- Brak odpowiednich umiejętności i kwalifikacji.
- Nieodpowiednia współpraca między głównymi uczestnikami procesu.
- Wymogi biurokratyczne.
- Potrzeba dużego finansowego zaangażowania w program.
- Niesłuszna opinia pracodawców i organizacji, zgodnie z którą promocja zdrowia przynosi przedsiębiorstwom małe korzyści lub nie przynosi ich w ogóle, jest zbyt czasochłonna i nie leży w zakresie ich odpowiedzialności.

Promocja zdrowia i wielkość organizacji

Wielkość przedsiębiorstwa może wpłynąć na wdrożenie programów promocji zdrowia – mniejsze przedsiębiorstwa z mniejszym prawdopodobieństwem wprowadzą takie działania. Ogólnie rzecz biorąc, małe przedsiębiorstwa — w szczególności mikrofirmy — powszechnie uznaje się za szczególne wyzwanie w zakresie



promocji zdrowia ze względu na liczne trudności, z jakimi się one borykają, a przede wszystkim brak środków i wiedzy fachowej. Mniejsze przedsiębiorstwa zapewniają jednak korzystne uwarunkowania wynikające z ich wyjątkowych cech społecznych, organizacyjnych i środowiskowych (np. bardziej dostępnej kadry kierowniczej najwyższego szczebla oraz łatwiejszej komunikacji z pracownikami), co może zostać wykorzystane w celu wdrożenia skutecznych programów promocji zdrowia.

Z drugiej strony, w dużych organizacjach może być konieczne opracowanie kilku różnych programów, aby możliwe było zaspokojenie potrzeb liczego i zróżnicowanego personelu. Dokładne określenie

względnych priorytetów dla tego typu zespołów pracowniczych jest wyzwaniem dla osoby projektującej program lub programy, gdyż na priorytety te często mogą wpływać ograniczenia zasobów ludzkich, finansowych, przestrzennych i czasowych, którymi dysponuje organizacja. Duża liczba pracowników w większych organizacjach utrudnia ponadto uzyskanie silnego wsparcia na wszystkich szczeblach pracowniczych, które jest kluczowe dla sukcesu programów promocji zdrowia.

Promocja zdrowia w sektorze publicznym i prywatnym

W coraz liczniejszych badaniach podkreśla się różne potrzeby i priorytety poszczególnych sektorów gospodarki, a także zmieniające się podejścia do promocji zdrowia w sektorach prywatnym i publicznym. Istotne jest przeprowadzenie dogłębnej analizy potrzeb i właściwości każdego sektora z osobna (oraz każdej organizacji w tym sektorze) i dostosowanie polityk, praktyk i inicjatyw w zakresie promocji zdrowia do zidentyfikowanych potrzeb i priorytetów.

Zalecenia

Poniżej przedstawiono zalecenia dla osób opracowujących wytyczne dotyczące sposobu zachęcania i motywowania pracodawców do inwestycji i wdrażania programów promocji zdrowia.

- Zwiększenie świadomości pracodawców, że promocja zdrowia jest cennym uzupełnieniem zagadnień bezpieczeństwa i higieny pracy.
- Ciągłe podkreślanie aspektu biznesowego inicjatyw promowania zdrowia w miejscu pracy w odniesieniu do społeczności biznesowej, gdyż promocja zdrowia oparta jest na dobrowolnych działaniach obu stron.
- Dostarczenie bezpłatnych i łatwo dostępnych narzędzi oraz zestawów narzędzi ułatwiających przedsiębiorstwom wdrażanie programów promocji zdrowia. Może to być szczególnie ważne dla zachęcenia małych i średnich firm do wprowadzania takich programów, ponieważ mogą one mieć ograniczone zasoby oraz niewielką wiedzę fachową.
- Rozpoczęcie tworzenia bazy podstawowych umiejętności, kwalifikacji i wiedzy dla liderów biznesowych w związku z promocją zdrowia w miejscu pracy.
- Wspieranie programów przez władze lokalne i krajowe może być korzystne dla zachęcenia mniejszych firm do prowadzenia programów promocji zdrowia.
- Bodźce motywacyjne stosowane przez firmy ubezpieczeniowe mogą skutecznie zachęcać organizacje do inwestowania w programy i działania promocji zdrowia.

Więcej informacji na temat **promocji zdrowia w miejscu pracy** znajduje się na stronie: <http://osha.europa.eu/en/topics/whp>.

Przegląd literatury dotyczącej motywacji pracodawców do promocji zdrowia w miejscu pracy znajduje się na stronie:

http://osha.europa.eu/en/publications/literature_reviews/motivation-for-employers-to-carry-out-workplace-health-promotion/view.