



KONFERENCJA:

Wyzwania dla prozdrowotnej aktywności firm w kontekście zmian demograficznych

Tytuł wystąpienia: **Jak oceniać jakość i efekty promocji zdrowia w firmie?** Rekomendacje na podstawie doświadczeń eksperckich

Autor: Krzysztof Puchalski

Łódź, 16.10.2019



Oczekiwania menadżerów/pracodawców

„To temat, który jeżeli nie przynosi pracodawcy czytelnego zysku, i nie ma na to w firmie policzonych danych, to jest cięty, gdy trzeba redukować koszty”

„Brakuje takiego zero-jedynkowego przełożenia tych naszych działań zdrowotnych w firmie na spadek absencji i wzrost zaangażowania. To zniechęca do ich kontynuowania”

„Nie mamy bilansu zysków i strat wynikających z takich działań. Jeżeli byśmy byli bardziej wyedukowani w tej kwestii i ktoś by nam przeprowadził jakąś symulację, pokazał zarys, jak by to mogło wyglądać, to myślę, że zdecydowanie tak”



Odpowiedzi ekspertów

- twierdzenia zdroworozsądkowe („zdrowszy pracownik lepiej pracuje”, „firma dbająca o zdrowie ma lepszy wizerunek” itp.)
- wyliczenia wartości zwrotu z inwestycji (niejednoznaczne dane)



- Tak, ale... **decyduje jakość przedsięwzięcia**



Oceny wpływu na stan zdrowia

- Deklarowane dolegliwości/dyskomfort, dobrostan/energia
- Opinie personelu o wpływie działań firmy na stan zdrowia
- Stan/zmiany ryzykownych i prozdrowotnych praktyk (m.in. aktywność fizyczna, badania profilaktyczne, palenie tytoniu, odżywianie się, sen, radzenie sobie ze stresem)
- Ograniczenia funkcjonalne wynikające z kondycji zdrowotnej (w tym prezentyzm)
- Przekonania, wartości i postawy dotyczące zdrowia
- Wsparcie społeczne i infrastruktura dla praktyk zdrowotnych
- Absencja z powodu choroby
- Wskaźniki medyczne (np. ciśnienie, BMI, cholesterol, bad. m.p.)



Inne kwestie do oceny

Powody realizacji nieobligatoryjnych działań dotyczących zdrowia personelu wśród firm aktywnych w obszarze promocji zdrowia – przy każdej przyczynie % odpowiedzi „tak” oraz ranga częstości wskazań danej przyczyny	Rok badania / treść pytania			
	2006	2010	2015	2017
	Jakie są powody działań na rzecz zdrowia personelu w P. firmie? (nie więcej niż trzy najważniejsze)		Jakie są główne przyczyny działań na rzecz zdrowia w P. firmie? (tak/nie przy każdej)	
Chęć budowy dobrego wizerunku firmy	45 (6)	48 (8)	39 (1)	79 (1)
Chęć budowy dobrych relacji społecznych w firmie i morale pracowników	61 (4)	69 (3)	11 (6)	72 (2)
Dążenie do wzrostu efektywności pracy	61 (5)	67 (4)	19 (3)	69 (3)
Chęć kontynuacji zwyczaju panującego w firmie - pracodawca od lat realizuje takie działania	65 (3)	62 (5)	12 (4)	68 (4)
Próba ograniczenia kosztów związanych z absencją i wypadkami	72 (2)	80 (2)	12 (4)	65 (5)
Dążenie do wzmocnienia witalności, sprawności i energii pracowników	-	-	11,6 (5)	56 (7)
Inicjatywa pracowników – ich grup, organizacji związkowych	14 (12)	12 (12)	1 (13)	55 (8)
Chęć przeciwdziałania skutkom starzenia się załogi	-	-	1 (11)	45 (12)
Chęć dostosowania się do trendów i działań konkurencji (moda na zdrowie)	-	-	2 (9)	44 (13)
Próba przeciwdziałania problemom ze zdrowiem, jakie zauważono u części pracowników	-	-	2 (8)	43 (14)



Ocena jakości - od czego zacząć?

Korzeniowska E., Puchalski K., **KWESTIONARIUSZ OCENY JAKOŚCI PROGRAMÓW PROMOCJI ZDROWIA W MIEJSCU PRACY**,
Medycyna Pracy, 2002; 53; 5; 361—368

Rekomendowany przez Ontario Agency for Health Protection and Promotion (Public Health Ontario)

Element dorobku KCPZwMP, ocenionego i nagrodzonego przez WHO (Światową Organizację Zdrowia) za wybitny wkład w badania w dziedzinie promocji zdrowia

Dostępny na stronie <https://promocjazdrowiawpracy.pl/krajowe-centrum/baza-wiedzy/artykuly-naukowe/artykuly-naukowe-2002/>



Założenia

- Jakość programu/wdrożenia zapewnia osiągnięcie efektów
- Kryteria oceny oparte o teorię promocji zdrowia w pracy i rekomendacje ekspertów
- Klasyczne narzędzie oceny (2002 r.) – obecnie rozbudowane
- Do wykorzystania w zespołowej samoocenie firmy – zgodnie z modelem *research in action* (sprawdzona metoda)
- Ewaluacja dialogiczna (IV generacji): systematyczne badanie wartości lub cech konkretnego programu z punktu widzenia przyjętych kryteriów i w celu jego usprawnienia, rozwoju lub lepszego rozumienia, w dialogu z jego interesariuszami (realizatorami, beneficjentami)



6 obszarów oceny jakości

1. Polityka firmy dotycząca promocji zdrowia personelu
2. Struktury organizacyjne dla promocji zdrowia
3. Planowanie procesu promocji zdrowia
4. Cele promocji zdrowia
5. Wdrażanie promocji zdrowia
6. Ewaluacja promocji zdrowia

1. Polityka firmy dotycząca promocji zdrowia personelu



- 1.1. Firma posiada aktualny **dokument określający jej strategię** dotyczącą promocji zdrowia
- 1.2. Kierownictwo firmy wymaga **regularnego składania raportów** z realizacji promocji zdrowia (częściej niż raz w roku)
- 1.3. Firma uwzględnia fakt promowania zdrowia swojego personelu **w strategii rekrutacyjnej, marketingowej, PR, CSR itp.**

Ocena spełnienia każdego z w/w aspektów

- tak, w firmie osiągnięto już ten etap rozwoju 2 pkt.
- w firmie trwają prace w tym zakresie 1 pkt.
- nie podjęto jeszcze działań w tym kierunku 0 pkt.



2. Struktury organizacyjne dla promocji zdrowia

2.1. Wśród personelu firmy znajduje się **osoba lub zespół** (inny niż komisja ds. bhp), do której zadań należy organizacja i kierowanie procesem promocji zdrowia

2.2. Wybrane **komórki organizacyjne firmy mają przypisane** szczegółowe zadania z zakresu promocji zdrowia

2.3. Osoby zaangażowane w organizację procesu promocji zdrowia w firmie są **systematycznie szkolone** w tym zakresie.



3. Planowanie procesu promocji zdrowia

3.1. Działania **planowane są w oparciu o systematyczną analizę** przynajmniej trzech obszarów: ergonomicznej charakterystyki stanowisk pracy, poziomu i czynników stresu w pracy, subiektywnych potrzeb zdrowotnych i oczekiwań personelu, zachowań zdrowotnych personelu, wskaźników stanu zdrowia, przyczyn wypadków i absencji

3.2. Firma posiada **zatwierdzony do realizacji** na okres przynajmniej 1 roku precyzyjny **plan promocji zdrowia** (zawierający m.in. cele, zakres działań, harmonogram, wykonawców, koszty, sposoby oceny)

3.3. Zaplanowane działania zostały **dostosowane do potrzeb wszystkich grup personelu** i nikt z pracowników **nie jest pozbawiony** możliwości uczestniczenia w programie promocji



4. Cele promocji zdrowia

- 4.1. Firma zaplanowała i systematycznie realizuje działania służące **doskonaleniu ergonomicznej charakterystyki** większości stanowisk pracy
- 4.2. Firma zaplanowała i systematycznie realizuje działania zmierzające do poprawy **komunikacji wewnętrznej, relacji międzyludzkich** i wprowadzania **rozwiązań organizacyjnych obniżających poziom stresu** personelu
- 4.3. Firma zaplanowała i systematycznie prowadzi działania **wspierające pracowników w realizacji prozdrowotnych zachowań** w czasie pracy i wolnym od pracy



5. Wdrażanie promocji zdrowia

5.1. **Cały personel jest systematycznie i skutecznie informowany** o wszystkich zaplanowanych działaniach z zakresu promocji zdrowia (o ich potrzebie, możliwościach i zasadach uczestnictwa)

5.2. Rozwiązywanie większości spraw dotyczących zdrowia w firmie polega na **połączeniu działań edukacyjnych z tworzeniem warunków wspierających pracowników** w podejmowaniu zachowań korzystnych dla zdrowia (np. treningami umiejętności, nagrodami za prozdrowotne działania, udostępnieniem infrastruktury i sponsorowaniem usług prozdrowotnych)

5.3. Działania z zakresu promocji zdrowia są systematycznie **doskonalone w oparciu o prowadzoną ocenę ich przebiegu**, w tym analizy opinii personelu na ich temat



6. Ewaluacja promocji zdrowia

- 6.1. Firma systematycznie **ocenia wpływ promocji zdrowia na zmiany w przynajmniej trzech wybranych parametrach stanu zdrowia** personelu (np. absencji, poziomie stresu, subiektywnej ocenie zdrowia i samopoczucia, stanie zachowań zdrowotnych)
- 6.2. Firma systematycznie **analizuje relacje nakładów ponoszonych na promocję zdrowia w stosunku do korzyści** wynikających z jej wdrożenia
- 6.3. Firma systematycznie i skutecznie **informuje cały personel o efektach** realizacji promocji zdrowia.



Dziękuję za uwagę



Zadanie finansowane ze środków
Narodowego Programu Zdrowia
na lata 2016-2020



INSTYTUT MEDYCYNY PRACY
IM. PROF. J. NOFERA



KRAJOWE CENTRUM
PROMOCJI ZDROWIA
W MIEJSCU PRACY