Številka 6, april 2016

Spletni newsletter s področja promocije zdravja na delovnem mestu

POMEN KOMUNIKACIJE PRI PROMOCIJI ZDRAVJA NA DELOVNEM MESTU

Največji problem v sporazumevanju je iluzija, da smo se sporazumeli.
(George Bernard Shaw)

Pozdravljeni,

šesta številka spletnega newslettra s področja promocije zdravja na delovnem mestu je namenjena pomenu komunikacije pri promociji zdravja na delovnem mestu. Komunikacija namreč predstavlja tisti medij, preko katerega se promocija zdravja na delovnem mestu načrtuje, izvaja, vzdržuje, prilagaja, vrednoti in nadgrajuje.

Želimo vam prijetno branje.

V tokratni številki preberite:

1. Pomen komunikacije pri promociji zdravja na delovnem mestu
2. Odkrita in neposredna komunikacija je temelj najuspešnejših delovnih organizacij: Intervju z dr. Samom Fakinom, generalnim direktorjem Zavoda za zdravstveno zavarovanje Slovenije
3. Promocijo zdravja pri delu vidimo kot priložnost za izboljšanje: Predstavitev dobre prakse Intereurope d.d.
4. Novice, raziskave in zanimivosti s področja promocije zdravja na delovnem mestu
5. Napovednik aktualnih dogodkov
6. Deset smernic za bolj učinkovite in prijetne pogovore

Newsletter je objavljen tudi na spletni strani www.zdravi-in-uspesni.si.

Pomen komunikacije pri promociji zdravja na delovnem mestu

Uspešna **komunikacija** in spretnost v medsebojnih odnosih sta v poslovnem svetu pomembna dejavnika. V misli si prikličite zadnji pogovor, ki ste ga imeli na delovnem mestu s svojim sodelavcem ali vodjem. Na kateri način izmed navedenih ste ga poslušali?

- **Niste se menili za pogovor,** kar pomeni, da sogovornika sploh niste zares poslušali (z mislimi ste bili drugje; pri drugih delovnih nalogah, načrtih za kosilo, opravkih, ki vas še čakajo).
- **Hlinili ste poslušanje** (»Da. Seveda. Mhm.«).
- **Selektivno ste poslušali**, tako da ste slišali le del pogovora (tako npr. poslušamo nepretrgan klepet predšolskega otroka).
- **Pozorno ste poslušali**, pri čemer ste svojo pozornost in energijo osredotočali na izgovorjene besede.
- **Poslušali ste empatično**, kar pomeni, da ste poslušali z namenom, da bi sogovornika razumeli.

Empatično poslušanje

Večina nas pogosto posluša sogovornika na eni od prvih štirih ravni, pri čemer pa prav peta raven, ki je od vseh tudi najbolj zahtevna in od nas zahteva največ truda ter vaje, predstavlja **najvišjo obliko poslušanja**. Bistvo empatičnega poslušanja leži v **globokem, tako čustvenem kot intelektualnem razumevanju sogovornika.** Ne gre zgolj za registriranje, razmislek, razumevanje in strinjanje z izrečenimi besedami. Pri empatičnem poslušanju **poslušamo z ušesi, očmi in srcem**. Zaznavamo pomen besed ter sogovornikovo vedenje in izražena čustva.

Ključno vodilo empatičnega poslušanja se glasi: *Najprej se potrudimo razumeti, šele zatem iščimo razumevanje*. Z empatičnim poslušanjem lahko veliko prispevamo k o**dprti komunikaciji**, **prijetni klimi** na delovnem mestu ter **spoštljivim in sodelovalnim medsebojnim odnosom**, ki predstavljajo pomemben del promocije zdravja na delovnem mestu.

Komunikacijski načrt promocije zdravja na delovnem mestu

Da bi se **informacije o aktivnostih promocije zdravja na delovnem mestu** lahko v delovni organizaciji **uspešno in učinkovito prenašale**, je potrebno izdelati in zasledovati **komunikacijski načrt** promocije zdravja na delovnem mestu. O aktivnostih, ki so v okviru programa promocije zdravja na delovnem mestu trenutno aktualne, lahko zaposlene v delovni organizaciji obveščamo na več načinov.

Priporočljivo je, da za obveščanje uporabimo **več komunikacijskih kanalov istočasno**: e-pošta, spletne novice, intranet, zloženke, priročniki, plakati itd. Na ta način bomo lahko **v krajšem času dosegli večje število zaposlenih**. Zlasti v večjih delovnih organizacijah je smiselno, da za promocijo zdravja na delovnem mestu izdelamo **poseben komunikacijski načrt**. Le-ta naj vključuje izdelavo **posebne blagovne znamke z logotipom, imenom in sloganom**.

Za delovne organizacije vseh velikosti je priporočljiva uporaba **zanimivih in atraktivnih poimenovanj** aktivnosti in programa promocije zdravja na delovnem mestu. Imena naj povezujejo **vrednote, cilje in vizijo delovne organizacije** s cilji in namenom promocije zdravja na delovnem mestu. **Zgodbe zaposlenih**, ki so **uspešno spremenili svoj življenjski slog** ali kakorkoli drugače **prispevali** k promociji zdravja na delovnem mestu, naj se v delovni organizaciji izpostavijo, delijo in ustrezno obeležijo. Na tak način bomo tudi druge zaposlene **motivirali** k prevzemanju odgovornosti za svoje zdravje in dobro počutje ter **aktivno delovanje** v tej smeri.

Viri:

1. Covey, Stephen Richards. 2009. Sedem navad zelo uspešnih ljudi. Ljubljana: Mladinska knjiga.
2. Masanotti, Giuseppe. Communication campaign in WHP projects.

Odkrita in neposredna komunikacija je temelj najuspešnejših delovnih organizacij

Intervju z dr. Samom Fakinom, generalnim direktorjem Zavoda za zdravstveno zavarovanje Slovenije (ZZZS)

Dr. Samo Fakin je leta 1984 končal študij na Medicinski fakulteti Univerze v Ljubljani. Na Odseku za medicino je pridobil naslov doktor medicine. Najprej je opravljal delo splošnega zdravnika v Trbovljah in nastopal v funkciji direktorja Zdravstvenega doma Trbovlje. Opravljal je tudi svetovalne funkcije pri ZZZS, bil član strokovnega sveta Ministrstva za zdravje RS in sekretar v Službi Vlade RS za razvoj. Bil je tudi mednarodni ekspert Evropske agencije za rekonstrukcije. 16. aprila 2007 je nastopil prvi štiriletni mandat generalnega direktorja Zavoda za zdravstveno zavarovanje Slovenije (ZZZS).

1. Na predavanju na strokovnem posvetu v Laškem ste poudarili, da je promocija zdravja na delovnem mestu učinkovita naložba, če temelji na iskrenih in dobrih medsebojnih odnosih. Ključ do dobrih odnosov pa je ravno učinkovita komunikacija. Kako lahko ustrezna komunikacija tako na ravni vodstvenih kadrov kot med zaposlenimi pripomore k izpolnjevanju tega temelja?

Menim, da so danes **najuspešnejše delovne organizacije** tiste, ki jim uspe v **proces kreativnosti in inovativnosti vključiti vse zaposlene**, in sicer s pomočjo **pozitivne organizacijske klime**, v kateri se vsi zaposleni čutijo **sprejete** in zato podjetju tudi zagotavljajo najvišjo **dodano vrednost**. Brez **ustrezne komunikacije** tega ni moč doseči. To pomeni **odkrito neposredno izražanje misli** brez skritih namenov. Zlasti je potrebno **zaposlene vključiti v proces podajanja predlogov izboljšav**, proces načrtovanja in izvajanja letnih poslovnih ciljev ter **spodbujati vrednote uspešne organizacije**, kot so varnost in zaupanje, sočutje in občutek pripadnosti, enakopravnost, svobodna izbira in odgovornost ter izgrajevanje timov (proslavljanje skupnih uspehov).

2. Dobra komunikacija na delovnem mestu je pomembna tako za učinkovit potek delovnih procesov kot tudi za dobro klimo v delovni organizaciji. Povezana je tudi z zmanjšanjem stresa, povezanega z delom. Katere konkretne ukrepe na področju izboljšanja komunikacije lahko v okviru promocije zdravja na delovnem mestu delodajalci vpeljejo v organizacijo ter tako posledično izboljšajo tudi medsebojne odnose na delovnem mestu?

Delodajalci naj predvsem razmislijo, ali imajo **zaposleni možnost rednega in sistematičnega podajanja predlogov za izboljšave** delovnih procesov tudi z vidika **varnosti in zdravja pri delu**. V okviru **rednih letnih pogovorov** naj vodje tudi osebno predstavijo letne poslovne cilje organizacije, pošteno ocenijo realizacijo preteklih nalog in izpostavijo tudi dosežke, ki jih še posebej cenijo pri zaposlenih. Smiseln je tudi **pogovor ali uvajanje zaposlenega po daljši bolniški odsotnosti.** Priporočam **odprto in redno komunikacijo** z zaposlenimi, bodisi na rednih delovnih sestankih, bodisi osebno. Preprečimo »govorice po hodnikih«. Zaposlene večinoma zanima, kako bo v bodoče z njihovim **plačilom in nagrajevanjem, njihovimi delovnimi nalogami** ter v**logo v organizaciji**. Zlasti o tem morajo zaposleni imeti **ustrezne informacije**, v nasprotnem primeru bodo slej kot prej v stanju negotovosti. To velja tudi za krizni management, kjer **poskušajmo obdobje negotovosti skrajšati na minimum**. Tako **preprečujemo ali omilimo znake stresa**, nepričakovane in daljše bolniške odsotnosti ali celo konflikte, kar vse lahko bolj ali manj resno ogrozi uspešnost delovne organizacije.

3. Skozi celoten proces promocije zdravja na delovnem mestu morajo biti zaposleni dobro obveščeni o vseh aktivnostih in ukrepih v okviru programa promocije zdravja na delovnem mestu in spremembah, ki jih te aktivnosti prinašajo. Kako zaposlene spodbuditi k t.i. odprti komunikaciji - da ne le pasivno spremljajo sprememb in novosti, temveč da podajajo tudi svoje predloge, mnenja in kritike ter tako aktivno sooblikujejo program promocije zdravja na delovnem mestu?

Zlasti v **večjih ali srednje velikih organizacijah** velja za izvajanje promocije zdravja na delovnem mestu imenovati **interdisciplinarno delovno skupino 3-6 strokovnjakov** s področja kadrov, organizacije, varnosti in zdravja pri delu, inženirjev itd. pa tudi predstavnika sindikatov. **Z rednimi novicami in dogodki** zaposlene obveščamo o izvajanju programa promocije zdravja na delovnem mestu, jih animiramo in **motiviramo ter spodbujamo k sodelovanju**. Program promocije zdravja na delovnem mestu mora imeti **polno podporo vodstva** in biti **sestavni del vseh ciljev organizacije.**

Promocijo zdravja pri delu vidimo kot priložnost za izboljšanje: Predstavitev dobre prakse

INTEREUROPA D.D.

Koncern Intereuropa je ponudnik celovitih logističnih storitev v Sloveniji in jugovzhodni Evropi. V koncernu je 1417 zaposlenih, od tega v Sloveniji 643 zaposlenih.

Intereuropa d.d. se je v letu 2013 vključila v Projekt Promocije zdravja v turizmu in logistiki, ki ga je na podlagi Javnega razpisa za sofinanciranje projektov za promocijo zdravja na delovnem mestu v letu 2013 in 2014 finančno podprl Zavod za zdravstveno zavarovanje Slovenije.

Poglobljena analiza zdravstvenega stanja in počutja zaposlenih, je pokazala, da so glavno breme pri zaposlenih v družbi predvsem: **bolezni mišično kostnega sistema in vezivnega tkiva, duševne bolezni** (stres, depresija in anksioznost)**, infekcijske bolezni dihal in rak.**

Na podlagi navedenih ugotovitev smo v akcijskem Načrtu promocije zdravja do leta 2017 opredelili ukrepe katerih cilj je izboljšanje in reševanje problematike na omenjenih štirih ključnih področjih.

Z namenom preprečevanja **kostno mišičnih obolenj** zaposlenih smo v zadnjih dveh letih izvajali ukrepe, ki pripomorejo k odpravljanju vzrokov za tovrstna obolenja in sicer: svetovanja o pravilnem sedenju pri delu s slikovnim zaslonom in pravilnem dvigovanju bremen, 10 minutne raztezne vaje po posameznih oddelkih in pisarnah, organizirali smo razne športne aktivnosti kot so smučarski izleti, tek, drsanje, planinski pohodi, v zimskem času smo zaposlenim nudili možnost uporabe prostorov za rekreacijo itd.

Za izboljšanje **psihičnega zdravja** (stres, depresije) in **počutja** na delovnem mestu smo izvedli več delavnic na temo upravljanja stresa, medsebojnih odnosov in komunikacije v katere je bilo vključenih preko 170

zaposlenih. Vsi zaposlenih so prejeli zgibanko »Kako lahko upravljamo stres med službenim časom«. K boljšemu vzdušju pripomore tudi odnos med vodjem in sodelavci zato spodbujamo redno izvedbo letnih pogovorov.

V letošnjem in naslednjem letu imamo v načrtu predvidene aktivnosti za **obvladovanje bolezni dihal in rakavih obolenj**, kar vključuje tudi ukrepe na področju zdrave prehrane (ukrepi za spodbujanje pitja vode, krajše delavnice o zdravi prehrani, kontrolne meritve višine krvnega tlaka, sladkorja, holesterola ter finančna sredstva za preventivne preglede pri zgodnjem odkrivanju rakavih obolenj).

Promocijo zdravja pri delu vidimo kot priložnost za izboljšanje organizacije dela in delovnega okolja, medosebne komunikacije, ozaveščanje zaposlenih o zdravem življenjskem slogu ter spodbujanje zaposlenih, da skrbijo za svoje zdravje tako pri delu kot v prostem času.

Novice, raziskave in zanimivosti

USPEŠNO IZVEDENI STROKOVNI REGIJSKI POSVETI V MESECU MARCU IN APRILU 2016 TER OBJAVLJENA GRADIVA

V prostorih organizatorja posveta, **Primorske gospodarske zbornice**, v Kopru je dne 17. marca 2016 potekal tretji strokovni regijski posvet ob zdravem zajtrku. V Kongresnem Centru Thermana, v Laškem, je dne 23. marca 2016 potekal četrti strokovni regijski posvet ob zdravem zajtrku. Posvet je organizirala **Regionalna gospodarska zbornica Celje**. V Modrem salonu Grand Hotela Union je v torek, 5. aprila 2016, potekal peti strokovni regijski posvet ob zdravem zajtrku v organizaciji **Združenja delodajalcev Slovenije**, pred katerim se je izvedla tudi regijska novinarska konferenca. Šesti strokovni regijski posvet ob zdravem zajtrku v organizaciji **Gospodarske zbornice Dolenjske in Bele krajine** pa se je odvil v četrtek, 14. aprila 2016, v hotelu Balnea, v Dolenjskih Toplicah.

Več informacij o regijskih posvetih, sporočila za javnost in gradiva predavateljev najdete na projektni spletni strani.

Napovednik aktualnih dogodkov

NAPOVEDUJEMO STROKOVNI REGIJSKI POSVET V MAJU 2016

V torek, **24. maja 2016**, se bo odvil sedmi, torej zadnji strokovni regijski posvet ob zdravem zajtrku v organizaciji **Pomurske gospodarske zbornice**. Na posvetu boste spoznali prednosti in koristi ustreznega načrtovanja, izvajanja in evalvacije ukrepov promocije zdravja na delovnem mestu (PZDM), delovno-pravni vidik in davčni vidik izvajanja ukrepov PZDM, slišali boste več o obvladovanju stresa na delovnem mestu ter spoznali primer dobre prakse PZDM podjetja Saubermacher – Komunala Murska Sobota d.o.o.

Inovativen ukrep PZDM, ki ga izvajate v vaši delovni organizaciji, boste lahko že na posvetu prijavili na **prvi slovenski natečaj za izbor najbolj inovativnih ukrepov PZDM**. Zdrav in uravnotežen zajtrk pa bo odlična priložnost za izmenjavo mnenj in izkušenj s področja PZDM. Več informacij o posvetu si preberite na projektni spletni strani in spletni strani Pomurske gospodarske zbornice.

Prijazno vabljeni k udeležbi!

SVETOVNA KONFERENCA NA TEMO PREVENTIVE PRED POŠKODBAMI IN PROMOCIJE VARNOSTI, 18.-21. SEPTEMBER 2016, ZGODNJA PRIJAVA ODPRTA DO 16. MAJA 2016

Nacionalni inštitut za zdravje in socialno podporo (THL) skupaj s številnimi partnerji in so-sponzorstvom Svetovne zdravstvene organizacije (WHO) organizira 12. mednarodno konferenco na temo preventive pred poškodbami in promocije varnosti, ki se bo odvila med **18. in 21. septembrom 2016**, v mestu **Tampere, na jugu Finske**. Glavno temo konference predstavlja naslov **"Od raziskovanja k praktični uporabi"**, s katerim želijo organizatorji konference spodbuditi k naslavljanju vrzeli med omenjenima področjema in iskanju novih idej ter izkušenj, ki bi jo pomagale zapolniti.

Zgodnja prijava na konferenco do 16. maja 2016 tukaj.

Deset smernic za bolj učinkovite in prijetne pogovore

Komunikacija temelji na **besedah, čustvih in energiji**. Odnos, ki je prijazen, topel in zaupen **komunikacijo sprošča**, medtem ko hladnost in nezaupanje v odnosu komunikacijo **omejujeta**. Med najpogostejše vzroke za težave v komunikaciji uvrščamo **neustrezne miselne vzorce**. Slednji se prenašajo iz generacije v generacijo preko **vzgoje** in **zgledov komunikacije** naših staršev, vzgojiteljev in širše okolice.

Ker večina ljudi ne posluša z namero razumevanja, temveč z namero potrjevanja že slišanega in odgovarjanja na povedano, prihaja v komunikaciji večkrat do **napetosti** in **nesporazumov**.

Ključen del uspešne in učinkovite komunikacije med ljudmi predstavlja **poslušanje sogovornika**, ki izhaja iz **pristne želje po razumevanju**. Pri izboljšanju kakovosti naših pogovorov, med katere lahko štejemo različne razgovore, intervjuje in posvete, nam bodo v pomoč **naslednje smernice za bolj učinkovite in prijetne pogovore**:

1. Če je le možno, se med pogovorom **vzdržimo večopravilnosti** (odložimo telefon, odmaknimo pogled od elektronske pošte, računalnika itd.) in **usmerimo našo polno pozornost** na sogovornika ter na tematiko pogovora.
2. V pogovoru se **ognimo dogmatičnih nazorov in podajanja zelo osebnih mnenj**, temveč namesto tega zasledujmo miselnost, da se lahko **z vsakim pogovorom nekaj novega naučimo** ter da vsakdo ve nekaj, česar mi ne vemo. Ob tem poskušajmo dati svoje dosedanje vedenje o tematiki pogovora na stran in se **odprimo novim informacijam.**
3. Sogovorniku postavljajmo **odprta vprašanja** z vprašalnicami »Kdo?«, »Kako?«, »Kje?«, »Kdaj?« in »Koliko?« ter ga prosimo za **opis njegovega pogleda na temo pogovora**.
4. Pri postavljanju vprašanj **sledimo tempu in toku pogovora**. Pustimo, da naše ideje in misli med pogovorom prosto prihajajo in odhajajo.
5. Ko nečesa ne vemo, to sogovorniku **iskreno povejmo.**
6. Ne enačimo svojih izkušenj z izkušnjami sogovornika, izkušnje so namreč zelo individualne in specifične. V pogovoru, zlasti ko gre za intervju, je **poudarek na intervjuvancu**, ne na spraševalcu.
7. V pogovoru se skušajmo **ogniti ponavljanja**.
8. **Izogibajmo se podrobnostim** in navajanju zapletenih številk.
9. **Sogovornika poslušajmo** in se izogibajmo govoru z namenom potrjevanja samega sebe ter izražanja lastne moči.
10. **Ključne informacije**, ki jih želimo podati, skušajmo čim bolj **strniti**.

Spremenimo našo miselnost glede **funkcije in vrednosti poslušanja**. Zagotovimo si bolj **pristne, učinkovite in prijetne pogovore** tako na delovnem mestu kot v zasebnem življenju.

Naj vam pogovori prinesejo obilo **svežih idej**, **novih znanj** ter **globljih razumevanj sogovornika**!

Projekt »Vseslovenska kampanja za ozaveščanje delodajalcev za ohranjanje in krepitev zdravja zaposlenih na delovnem mestu« je na podlagi Javnega razpisa za sofinanciranje projektov za promocijo zdravja na delovnem mestu v letu 2015 in 2016 finančno podprl Zavod za zdravstveno zavarovanje Slovenije.