

PRACE NAUKOWE

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

RESEARCH PAPERS

of Wrocław University of Economics

223

Człowiek i praca w zmieniającej się organizacji. W kierunku respektowania interesów pracobiorców



pod redakcją

Małgorzaty Gablety

Agaty Pietroń-Pyszczek



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
Wrocław 2011

Recenzenci: Henryk Bieniok, Kazimierz Jaremczuk, Stefan Lachiewicz,
Zbigniew Malara, Aleksy Pochtowski, Anna Rakowska, Agnieszka Sitko-Lutek,
Agata Stachowicz-Stanusch, Lidia Zbiegień-Maciąg

Redaktor Wydawnictwa: Małgorzata Grzybowska

Redaktor techniczny: Barbara Łopusiewicz

Korektor: Justyna Mroczkowska

Łamanie: Adam Dębski

Projekt okładki: Beata Dębska

Publikacja jest dostępna na stronie www.ibuk.pl

Streszczenia publikowanych artykułów są dostępne w międzynarodowej bazie danych
The Central European Journal of Social Sciences and Humanities <http://cejsh.icm.edu.pl>
oraz w The Central and Eastern European Online Library www.ceeol.com

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania znajdują się na stronie internetowej
Wydawnictwa
www.wydawnictwo.ue.wroc.pl

Kopiowanie i powielanie w jakiegokolwiek formie
wymaga pisemnej zgody Wydawnictwa

© Copyright Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wrocław 2011

ISSN 1899-3192

ISBN 978-83-7695-155-3

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Druk: Drukarnia TOTEM

Spis treści

Wstęp.....	11
------------	----

Część 1. Interesy pracobiorców – ich różnorodność i zmienność

Stefan Lachiewicz , Oddziaływanie zmian w polskim systemie gospodarczym na relacje: kadra kierownicza – pracownicy przedsiębiorstw	15
Adam Dzikowski , Podejście antropologiczne w rozpoznawaniu interesów pracobiorców	22
Małgorzata Striker , Współczesny rynek pracy a oczekiwania pokolenia Y wobec zatrudnienia – wyniki badań empirycznych.....	30
Magdalena Dunikowska , Pracownicy jako interesariusze w procesach fuzji i przejęć przedsiębiorstw	39
Bernadette Jonda , Sytuacja pracowników administracji gminnych wobec zmieniających się wymagań. Wybrane wyniki z badań porównawczych w polskich i niemieckich urzędach gminnych	48
Agnieszka Bera , Dysfunkcje partycypacji w środowisku <i>contact center</i>	58
Monika Król-Stępień , Wizerunek przedsiębiorców świadczących usługi publiczne – w świetle ustawy o przejrzystości.....	66
Danuta Kunecka , Interesy pracowników medycznych na tle restrukturyzacji zatrudnienia w sektorze zdrowia.....	73

Część 2. Pracodawcy wobec respektowania interesów pracobiorców

Jacek Bendkowski , Przesłanki rozwoju zaufania w środowisku wirtualnym	83
Łukasz Skowron , Indeks ISMP jako nowoczesna metoda pomiaru poziomu satysfakcji i motywacji pracowników	90
Barbara Chomątowska , Promocja zdrowia w miejscu pracy	99
Izabela Kołodziejczyk-Olczak , Szkolenie jako element wspierający pracowników w wieku powyżej 50 lat w świetle projektu <i>Wyrównywanie szans na rynku pracy dla osób 50+</i>	107
Anna Lipka , Jakość działań stymulujących zaangażowanie pracobiorców....	117
Katarzyna Wojtaszczyk , Respektowanie interesów pracowników warunkiem budowania silnej marki pracodawcy	126
Anna Rogozińska-Pawelczyk , Kontrakt psychologiczny w organizacji – w poszukiwaniu nowej równowagi	135
Joanna Cewińska , Pracodawcy wobec badań opinii zatrudnionych	147

Agata Borowska-Pietrzak , Rola motywacji niematerialnej w kształtowaniu zaangażowania pracowników	154
Michał Kapias , Odpowiedzialność społeczna jako sposób realizacji personalistycznej koncepcji pracy ludzkiej	163

Część 3. Równowaga praca – życie interesem współczesnego pracobiorcy

Grażyna Gruszczyńska-Malec, Kinga Hoffmann , Praca zawodowa w systemie wartości jednostki w kontekście kultury organizacyjnej przedsiębiorstwa.....	173
Wanda Kopertyńska , Równowaga praca zawodowa a życie prywatne pracowników – doświadczenia badawcze z przedsiębiorstw	183
Alicja Smolbik-Jęczmień , Wpływ rozwoju kariery zawodowej pracownika na zachowanie równowagi między pracą a życiem.....	191
Grażyna Bartkowiak , Dobrostan pracowników, poziom „zdrowia organizacji” a ich zadowolenie z pracy i zaangażowanie w osiąganie celów organizacji	199
Paweł Łukasik, Arkadiusz Potocki , Wybrane aspekty wypalenia zawodowego w pracy menedżera	211

Część 4. Harmonizowanie interesów pracodawcy i pracobiorców – aspekt narzędziowy i podmiotowy

Janusz Strużyna , Miopia zarządzania zasobami ludzkimi na tle ewolucji polskich organizacji	221
Tomasz Kawka , Rola funkcji personalnej w kontekście zmieniającej się organizacji	234
Urszula Skurczyńska-Sikora , Kompetencje organizacji w obszarze zarządzania zasobami ludzkimi	244
Agnieszka Izabela Baruk , Budowanie organizacji sprzyjającej ludziom w kontekście oczekiwań potencjalnych pracowników	252
Henryk Bieniok , Inteligencja emocjonalna menedżera	261
Anna Balcerek-Wieszala , Badanie opinii pracowników jako narzędzie doskonalenia zarządzania zasobami ludzkimi	271
Magdalena Czupryńska , Kultura organizacyjna i polityka personalna w kontekście realizacji interesów pracowników hotelu	282
Liliana Mierzwińska , Kształtowanie zaangażowania pracowników IT w strategii personalnej przedsiębiorstwa X.....	291
Stanisław Nowosielski , Orientacja na pracownika jako klienta wewnętrznego w organizacji	298

Część 5. W poszukiwaniu wspólnoty interesów w organizacji

Monika Rogozińska, Katarzyna Susabowska, Janusz Strużyna, Analiza i ocena wykorzystania technik manipulacji i indoktrynacji w szkoleniach wprowadzających do pracy.....	313
Dagmara Lewicka, Wkład funkcji personalnej we wspieranie innowacyjności przedsiębiorstwa – analiza czynnikowa.....	322
Anna Sitko-Lutek, Dorota Chmielewska-Muciek, Kultura organizacyjna przedsiębiorstw informatycznych w Polsce.....	334
Malorzata Król, Samoocena zaangażowania pracowników tymczasowych..	341
Anna Pietruszka-Ortyl, Dzielenie się wiedzą wśród profesjonalistów jako determinanta ich kreatywności	350
Małgorzata Trenkner, Kształtowanie środowiska sprzyjającego kreatywności pracowników w przedsiębiorstwach zorientowanych projąkociowo...	359

Summaries

Stefan Lachiewicz, Influence of changes in Polish economic system on relationships between managers and workers of enterprises	21
Adam Dzikowski, Anthropological approach in recognising the employers' interests	29
Małgorzata Striker, Modern labour market and expectations of Generation Y to employment – the results of research	38
Magdalena Dunikowska, Employees as stakeholders in mergers and acquisitions	47
Bernadette Jonda, The situation of administrative staff in communes in the light of changing terms and conditions: selected results of comparison studies in Polish and German communes.....	57
Agnieszka Bera, Dysfunction of participation in the Contact Center environment.....	65
Monika Król-Stępień, The image of public service companies – in view of the law on transparency	72
Danuta Kunecka, Medical professionals' interests in relation to structural changes in the health care sector	79
Jacek Bendkowski, Conditions for development of trust in virtual environment.....	89
Skowron Łukasz, ISMP index as the modern method of employee satisfaction and motivation measurement.....	98
Barbara Chomałowska, Health promotion in workplace.....	106

Izabela Kołodziejczyk-Olczak , Training as a support for workers aged over 50 years in the light of the project <i>Equalising Opportunities on the Labour Market for People Aged 50+</i>	116
Anna Lipka , Quality of actions stimulating employees' commitment	125
Katarzyna Wojtaszczyk , Meeting the employees' needs in the process of strengthening employer brand image	134
Anna Rogozińska-Pawelczyk , Psychological contract in the organization – to find a new balance	146
Joanna Cewińska , Employers towards employees' opinions – the results of empirical research	153
Agata Borowska-Pietrzak , Importance of nonmaterial motivation in creating employees commitment	162
Michał Kapias , Social responsibility as a way of realization of the personalistic conception of human work	170
Grażyna Gruszczyńska-Malec, Kinga Hoffmann , Work in an individual system of values in organizational culture context	182
Wanda Kopertyńska , Employees' work-life balance – practice experiences.	190
Alicja Smolbik-Jęczmień , The impact of development of professional on the maintenance of work-life balance	198
Grażyna Bartkowiak , Employees well-being, job satisfaction, “organizational health” and workers' engagement in organizational goals	210
Paweł Łukasik, Arkadiusz Potocki , Selected burnout aspects in manager's work	217
Janusz Strużyna , Myopia human resource management on the background of the evolution of polish organizations	233
Tomasz Kawka , Significance of HRM in a context of organizational changes	243
Urszula Skurzyńska-Sikora , Organization competences in the human resources management	251
Agnieszka Izabela Baruk , Building an organization favourable for people in the context of potential employees' expectations	260
Henryk Bieniok , Emotional intelligence of a manager	270
Anna Balcerek-Wieszala , Employees opinion survey as a tool of human resources management improvement	281
Magdalena Czupryńska , Organizational culture and personnel policy in the context of hotel employees' interests	290
Liliana Mierzwińska , Shaping the organizational commitment of the IT employees in the personnel strategy of “X” enterprise	297
Stanisław Nowosielski , Internal customer relationship in the company	309
Monika Rogozińska, Katarzyna Susabowska, Janusz Strużyna , Analysis and evaluation of manipulation and indoctrination processes during induction courses	321

Dagmara Lewicka , Influence of personnel function in supporting innovative enterprise – analysis of factors	333
Agnieszka Sitko-Lutek, Dorota Chmielewska-Muciek , Organizational culture of information technology companies in Poland.....	340
Małgorzata Król , Self-evaluation of the temporary workers' commitment...	349
Anna Pietruszka-Ortyl , Knowledge sharing among professionals as a determinant of their creativity	358
Małgorzata Trenkner , Developing an environment conducive to creativity of employees in quality-oriented enterprises.....	366

Barbara Chomątowska

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

PROMOCJA ZDROWIA W MIEJSCU PRACY

Streszczenie: Aby osiągać sukces, organizacja musi opierać swoją działalność na zdrowych pracownikach zatrudnionych w przyjaznym, zdrowym środowisku. Artykuł wskazuje na bardzo dużą rolę promocji zdrowia w miejscu pracy w osiągnięciu takiego stanu. Prezentuje najważniejsze informacje na temat istoty, uwarunkowań oraz korzyści tej koncepcji.

Słowa kluczowe: promocja zdrowia w miejscu pracy, uwarunkowania, korzyści promocji zdrowia w miejscu pracy.

*Choć zdrowie nie jest na pewno wszystkim,
to bez zdrowia wszystko jest niczym*

A. Schopenhauer

1. Wstęp

Idea organizacji sprzyjającej ludziom, czyli takiej, która – mając na uwadze swoje interesy związane z finansami i rozwojem – respektuje także interesy pracobiorców zaangażowanych w jej działalność, niesie z sobą nowe zjawiska, zapotrzebowanie na nowe podejście do istotnych dla uczestników procesów pracy zagadnień oraz popyt na nowe rozwiązania.

Organizacje ubiegające się o miano troszczących się o szeroko rozumiane interesy pracowników będą musiały, bardzo często na nowo, ustosunkować się do wielu, wydawałoby się uregulowanych już, kwestii. Jedną z nich jest problematyka zdrowia pracobiorców.

Oczywiście od dawna leży ona w spektrum zainteresowań i działań przedsiębiorstw. Zgodnie z przepisami prawa w Polsce każdy pracodawca jest obowiązany chronić zdrowie i życie pracowników przez zapewnienie bezpiecznych i higienicznych warunków pracy. Realizacja tego obowiązku powinna stanowić nieodłączny element działalności każdej organizacji przy odpowiednim wykorzystaniu osiągnięć nauki i techniki.

Jednak uznanie i przyjęcie przez przedsiębiorstwa odpowiedzialności za zdrowie pracowników nie powinno polegać jedynie na stosowaniu się do przepisów

prawnych – chociaż zapewniają one pracownikom ramy pozwalające cieszyć się odpowiednim poziomem zdrowia i bezpieczeństwa w miejscu pracy. Współczesne przedsiębiorstwa powinny pójść dalej i wyjść poza tradycyjne (często negatywne) myślenie o zdrowiu zatrudnionych.

Organizacja sprzyjająca ludziom patrzy na zdrowie pracowników nie tylko przez pryzmat wypadków i chorób zawodowych. Swoje dotychczasowe działania zapobiegawcze wzbogaca o dobrowolne, ponadobligatoryjne, nie nakazane prawem inicjatywy umacniające zdrowie pracowników, które, zgodnie z definicją zawartą w Konstytucji Światowej Organizacji Zdrowia, jest stanem pełnego dobrostanu fizycznego, psychicznego i społecznego, a nie tylko brakiem choroby lub niepełnosprawności.

W spełnieniu wymagań wynikających z takiego pojmowania zdrowia w środowisku pracy bardzo dużą rolę odgrywa promocja zdrowia, która przenosi punkt ciężkości z działań nakierowanych na ograniczanie zagrożeń w środowisku pracy, wypadków i chorób zawodowych na tzw. pozytywne aspekty zdrowia (dobre samopoczucie, sprawność) [Korzeniowska, Puchalski 2006].

Celem artykułu jest przybliżenie istoty oraz podstawowych uwarunkowań i korzyści idei promocji zdrowia w miejscu pracy. Artykuł powstał na podstawie studiów krajowej oraz zagranicznej literatury przedmiotu.

2. Istota oraz korzyści koncepcji promocji zdrowia w miejscu pracy

Analizując podstawowe obszary funkcjonowania człowieka, można stwierdzić, że środowiskiem w znacznym stopniu angażującym jego siły i czas jest środowisko pracy. Praca, proces jej świadczenia oraz warunki, w jakich się odbywa, mają znaczący wpływ na zdrowie człowieka (w jego fizycznym i psychicznym wymiarze). Zakłady pracy mogą być zatem szczególnie dogodnym miejscem do działań mających na celu umacnianie zdrowia populacji pracujących. Co więcej, przedsiębiorstwa jako systemy społeczne (siedliska) – podobnie jak miasta, szkoły, szpitale – mogą i powinny zmieniać się oraz rozwijać w kierunku zdrowych środowisk, w których doskonalili się zdrowie ich członków (por. [Grossmann, Scalla 1997])¹.

Koncepcja promocji zdrowia w miejscu pracy doczekała się wielu definicji i interpretacji. W *Deklaracji luksemburskiej*, dokumencie programowym Europejskiej Sieci Promocji Zdrowia w Miejscu Pracy, promowanie zdrowia w miejscu pracy zo-

¹ W literaturze przedmiotu przedstawia się dwa ujęcia działań na rzecz zdrowia pracowników: promocję zdrowia w miejscu pracy (*health promotion at the workplace*) i miejsce pracy promujące zdrowie (*workplace health promotion*). W pierwszym zakład pracy postrzegany jest w kategoriach dogodnego terenu kształtowania zachowań zdrowotnych pracowników. W drugim samo przedsiębiorstwo (jego środowisko materialne, organizacyjne, społeczne) staje się głównym przedmiotem oddziaływań (tzw. podejście siedliskowe do promocji zdrowia) [Korzeniowska 2003, s. 495-501].

stało zdefiniowane jako wspólny wysiłek pracodawców, pracowników i całego społeczeństwa, mający na celu poprawę zdrowia i samopoczucia zatrudnionych osób [*The Luxembourg Declaration...* 1997; <http://www.enwhp.org>].

Na grunt Polski² idea promocji zdrowia w miejscu pracy dotarła z zewnątrz. Inspiracją były tu koncepcje rozwijane przez Światową Organizację Zdrowia oraz wysoko rozwinięte kraje Europy, Kanadę i Stany Zjednoczone. Pod koniec lat dziewięćdziesiątych promocja zdrowia pracujących została zdefiniowana jako: zespoły działań realizowane na rzecz i wspólnie z pracownikami zakładów pracy, które potencjalnie służą umacnianiu i rozwojowi ich zdrowia [Gniazdowski 1997]. Obecnie promocja zdrowia w miejscu pracy jest pojmowana – i w takim ujęciu rozpozszechniana – jako proces tworzenia i realizowania na możliwie wielu poziomach organizacji społecznej zakładu pracy (i w jego otoczeniu) zharmonizowanej polityki przekształceń materialnych, organizacyjnych, kulturowych i mentalnych, umożliwiających i ułatwiających jednostkom, grupom oraz sformalizowanym strukturom diagnozowanie i ocenianie sytuacji zdrowotnej, uzgadnianie oraz podejmowanie decyzji i inicjatyw pozytywnie wpływających na zdrowie oraz stymulujących i wspierających ich aktywność na rzecz ochrony, umacniania i rozwoju zdrowia i jednocześnie wzmacniających osiągnięcie podstawowych wartości i celów przedsiębiorstwa [Puchalski 2000, s. 66-87].

Cel umacniania zdrowia pracowników można osiągnąć przez szereg różnych działań, takich jak (por. [*Promowanie zdrowia...* 2010]):

1. Poprawę organizacji pracy, np. przez:
 - wprowadzenie elastycznego czasu pracy,
 - wdrożenie elastyczności dotyczącej miejsc wykonywania pracy, np. pracy w domu (telepraca),
 - zapewnienie możliwości uczenia się przez całe życie dzięki zmianie wykonywanej pracy i rozszerzeniu zakresu obowiązków.
2. Ulepszenie środowiska pracy, np. przez:
 - zadbanie o przyjazne psychospołeczne środowisko pracy,
 - umożliwienie pracownikom uczestnictwa w procesie ulepszania środowiska pracy,
 - zachęcanie do udzielania wsparcia kolegom z pracy,
 - szeroki zakaz palenia tytoniu.

² W Polsce ośrodkiem, który zaangażował się w upowszechnianie idei promocji w miejscu pracy, był Instytut Medycyny Pracy w Łodzi. W roku 1996 powołano Krajowe Centrum Promocji Zdrowia w Miejscu Pracy w strukturze IMP w Łodzi. Koordynuje ono funkcjonowanie Ogólnopolskiej Sieci Ośrodków Promocji Zdrowia w Miejscu Pracy, a od 2000 r. animuje w jej ramach sieć zakładów promujących zdrowie. W roku 2001 w uznaniu wkładu centrum w rozwój koncepcji promocji zdrowia w miejscu pracy w Polsce zostało ono przyjęte do Europejskiej Sieci Promocji Zdrowia w Miejscu Pracy (EN WHP) i stało się wyłącznym reprezentantem EN WHP w kraju jako tzw. Narodowe Biuro Kontaktowe [<http://www.imp.lodz.pl>].

3. Zachęcanie pracowników do angażowania się w aktywność poprawiającą ich stan zdrowia, np. przez:

- oferowanie zajęć sportowych,
- zapewnianie rowerów do przemieszczania się na krótkich dystansach w dużych zakładach pracy,
- zachęcanie do zdrowego odżywiania, np. poprzez oferowanie w stołówce zakładowej zdrowej żywności i przeznaczenie odpowiedniej ilości czasu na spożycie posiłku.

4. Zachęcanie do rozwoju osobistego, np. przez:

- oferowanie kursów w zakresie umiejętności społecznych, takich jak np. radzenie sobie ze stresem,
- udzielanie pracownikom pomocy przy walce z nałogiem palenia tytoniu,
- oferowanie informacji i poradnictwa na temat alkoholu i narkotyków, z zachowaniem dyskrecji i anonimowości itd.

Inicjatywy prozdrowotne nie muszą wychodzić jedynie od pracodawców. Badania naukowe dowodzą, że zdrowie człowieka aż w 50% zależy od jego własnych zachowań. Oznacza to, że przede wszystkim sam człowiek jest źródłem swego zdrowia lub choroby. Każdy pracownik może zatem podjąć działania w celu poprawy własnego zdrowia i samopoczucia. Rzecz w tym, by chciał i mógł pozytywnie wykorzystać swoje możliwości w tej dziedzinie. Programy promocji zdrowia właśnie w tym mają mu pomóc. Organizacja promująca zdrowie:

- dostarcza pracownikom wiedzy na temat prozdrowotnych sposobów postępowania (np. przeprowadza prelekcje, emituje audycje, kolportuje poradniki),
- rozwija motywację do ich realizacji (np. nagradza indywidualne, prozdrowotne zachowania, wspiera grupowe inicjatywy na rzecz zdrowia),
- kształtuje umiejętności niezbędne do podejmowania tych zachowań w życiu codziennym (np. organizuje ćwiczenia, treningi uczące nowych sposobów postępowania),
- stwarza warunki ułatwiające prozdrowotne wybory (np. dba o uwzględnienie zaleceń ergonomii w wyposażeniu stanowisk pracy, zakupuje dodatkowe usługi medyczne, sponsoruje rekreację pracowników).

Firma promująca zdrowie nie tylko mówi, zachęca, podpowiada, co robić, ale uczy, jak to osiągnąć, i pomaga realizować prozdrowotny styl życia, kreując prozdrowotne zachowania pracowników [<http://www.imp.lodz.pl>].

Promocja zdrowia w miejscu pracy to szereg korzyści, które mogą się pojawić zarówno po stronie zakładu pracy, jak i zatrudnionych (dobrze zaplanowane i realizowane programy promocji zdrowia łączą bowiem interesy, potrzeby organizacji oraz pracowników). Przedsiębiorstwa skutecznie i efektywnie inwestujące w działania umacniające zdrowie pracowników mogą spodziewać się m.in.:

- wzrostu produktywności (zdrowi, zadowoleni, zmotywowani pracownicy lepiej i efektywniej wykonują swoje zadania),

- redukcji kosztów (obniżenie kosztów absencji chorobowej, kosztów wypadków przy pracy i chorób zawodowych, mniejsze koszty ubezpieczeń, racjonalizacja wydatków na ochronę zdrowia, bezpieczeństwo i higienę pracy itd.),
- poprawy w obszarze zarządzania zasobami ludzkimi (łatwiejsza rekrutacja, mniejsza rotacja kadr itd.),
- poprawy wizerunku przedsiębiorstwa (organizacja przyjazna ludziom), pozycji na rynku pracy, satysfakcji klientów (partnerów).

Pozytywnych efektów promocji zdrowia w miejscu pracy doświadczają także, i przede wszystkim, pracownicy. Odpowiednio przygotowane i realizowane programy prozdrowotne przyczyniają się do wzrostu ich świadomości zdrowotnej, motywacji, morale, zaangażowania. Pracownicy czują się w swoim miejscu pracy dobrze i bezpiecznie, doświadczają satysfakcji z wykonywanej pracy, z relacji międzyludzkich, cieszą się lepszym zdrowiem, a przez to lepiej funkcjonują w życiu zawodowym i codziennym (por. [Muylaert, Op De Beeck, van den Broek 2007]).

3. Podstawowe uwarunkowania i czynniki sukcesu promocji zdrowia w miejscu pracy

Oczywiście zdrowotne, humanistyczne i ekonomiczne korzyści z promowania zdrowia w miejscu pracy nie są gwarantowane i nie pojawią się same. Dlatego, mając świadomość, że inwestowanie w zdrowie się opłaca (zarówno na poziomie indywidualnym, jak i organizacyjnym), należy pamiętać, że jest to proces złożony i długotrwały, a sukces uwarunkowany jest wieloma czynnikami.

Najogólniej rzecz ujmując, promocja zdrowia powinna zostać wkomponowana w logikę funkcjonowania przedsiębiorstwa, w jego wartości, wzory zachowań, normy grupowe, cele, kryteria wewnętrznych ocen, kierunki rozwoju personelu, politykę zarządzania, strukturę organizacyjną, wizerunek publiczny, relacje z otoczeniem itp. [Korzeniowska, Puchalski 2006]. Nie ma tu miejsca na doraźne akcje i myślenie w kategoriach skończonego zadania.

Dlatego działania w dziedzinie promocji zdrowia pracowników, które w praktyce przybierają formę programów prozdrowotnych, powinny mieć charakter odpowiednio zaplanowanego, zorganizowanego, wdrożonego i kontrolowanego procesu społecznego, wpisanego w strategię rozwoju organizacji, jej kulturę, organizację i politykę zarządzania, obejmującego ponadstandardowe działania na rzecz umocnienia zdrowia załogi, wspierającego osiągnięcie celów biznesowych organizacji (por. [www.ipm.lodz.pl]). W przeciwnym razie rozwój działań na rzecz zdrowia pracowników w zakładach pracy będzie napotykać opór ze strony struktur i elementów kultury organizacyjnej, ukształtowanych na potrzeby celów ekonomiczno-rynkowych. Zakład pracy będzie się bronił przed zaangażowaniem w działania prozdrowotne, które obce są jego podstawowej misji i które nie są bezpośrednio nastawione na rozwiązywanie problemów w funkcjonowaniu przedsiębiorstwa [Grossman, Scała 1997].

W literaturze przedmiotu wiele miejsca poświęcono problematyce czynników decydujących o sukcesie promocji zdrowia w miejscu pracy. Warto zwrócić uwagę na najważniejsze z nich. M. Shain i D.M. Kramer podkreślają, że o skuteczności działań (programów) prozdrowotnych decyduje przede wszystkim kompleksowe podejście do promocji zdrowia w miejscu pracy, skupiające się nie tylko na zdrowiu pracowników (zmianach indywidualnych zachowań i stylu życia pracowników), ale także na „zdrowiu” organizacji. Zwracają oni uwagę na to, że zdrowie, którego doświadczamy i obserwujemy w miejscu pracy, jest efektem działania dwóch sił:

- Tego, co pracownicy wnoszą ze sobą do zakładu pracy (w postaci osobistych wartości, przekonań, postaw, zachowań, praktyk zdrowotnych, wyposażenia genetycznego).
- Tego, co organizacja robi dla ludzi w kategoriach fizycznych (bezpieczne miejsca i rzeczy) i psychospołecznych (kultura i klimat) warunków pracy, organizacji pracy itd.

Siły te nie działają niezależnie, wprost przeciwnie – pozostają w ciągłych interakcjach. Na przykład pracownikom może być trudno dbać o swoje zdrowie, kiedy stają przed koniecznością ciągłej pracy w nadgodzinach, częstych podróży służbowych albo w obliczu praktyk zarządzania, które powodują niepokój, depresję itd. Kompleksowe podejście do promocji zdrowia w miejscu pracy wymaga zatem jednoczesnego kierowania indywidualnymi i organizacyjnymi wpływami na zdrowie (por. [Shain, Kramer 2004, s. 643-648]).

Ponadto jednym z istotniejszych czynników skutecznego promowania zdrowia w miejscu pracy jest stałe zaangażowanie w to zagadnienie wszystkich zainteresowanych stron. Konieczne jest uzyskanie aktywnego i wyraźnego wsparcia ze strony kadry kierowniczej wszystkich szczebli zarządzania dla idei promocji zdrowia w miejscu pracy, na wszystkich etapach życia realizowanych programów prozdrowotnych (od projektu po ocenę efektów). Ważne jest również zadbanie o to, by pracownicy – podmiot oddziaływań prozdrowotnych w miejscu pracy – nie stali się jedynie biernymi adresatami prozdrowotnych przekształceń w środowisku pracy. Pracownicy powinni być traktowani jak partnerzy, których potrzeby, poglądy i opinie brane są pod uwagę w trakcie planowania, przeprowadzania i oceny programów promocji zdrowia w firmie. Takie podejście buduje poczucie podmiotowości pracowników, rozwija postawy odpowiedzialności za własne zdrowie w miejscu pracy, zmniejsza opór wobec zmian prozdrowotnych.

4. Zakończenie

Organizację, która skutecznie promuje zdrowie pracowników, można niewątpliwie określić mianem sprzyjającej ludziom. Przejawem troski o interesy pracowników są tutaj różnego rodzaju działania prozdrowotne zachęcające pracowników do zainteresowania sprawami zdrowia, przyjęcia odpowiedzialności za własne zdrowie, stymulujące do podejmowania zachowań korzystnych dla zdrowia. Jednak organizacja

promująca zdrowie to przede wszystkim organizacja, która zmienia nie tylko ludzi, ale również samą siebie. Przedsiębiorstwo promujące zdrowie tworzy i modyfikuje fizyczne i psychospołeczne środowisko pracy, organizację miejsca pracy itd. tak, by nie tylko nie zagrażało zdrowiu pracowników, ale również oddziaływało pozytywnie na stan zdrowia, wzmacniało ich. Powyższe najlepiej oddaje hasło „zdrowy pracownik w zdrowej organizacji”³.

Mając na uwadze, że praca jest jednym z najważniejszych czynników wpływających na status zdrowotny człowieka, oraz w obliczu zachodzących zmian w świecie pracy (np. starzenie się siły roboczej), przedsiębiorstwa nie mogą ignorować ani spychać na drugi plan problematyki promocji zdrowia w miejscu pracy.

O dużym zapotrzebowaniu na działalność prozdrowotną świadczą wyniki badań zrealizowanych w Instytucie Medycyny Pracy w Łodzi, z których wynika, iż ponad połowa zatrudnionych uważa, że we własnym zakresie nie może ograniczyć niekorzystnego wpływu czynników występujących w środowisku pracy na ich zdrowie [www.imp.lodz.pl]. Dlatego idea promocji zdrowia w miejscu pracy musi być ciągle rozpowszechniana⁴. Organizacje powinny zrozumieć i przekonać się, że inwestowanie w zdrowie rzeczywiście się opłaca i przynosi szereg korzyści zdrowotnych, humanistycznych i ekonomicznych.

Literatura

- Gniazdowski A., *Promocja zdrowia w miejscu pracy. Teoria i zagadnienia praktyczne*, IMP, Łódź 1997.
- Grossmann R., Scalla K., *Promocja zdrowia a rozwój organizacyjny. Tworzenie siedlisk dla zdrowia*, Instytut Matki i Dziecka, Warszawa 1997.
- Korzeniowska E., *Rozumienie przez lekarzy medycyny pracy koncepcji promocji zdrowia zatrudnionych i własnej roli w programach tego typu*, „Medycyna Pracy” 2003, vol. 54, nr 6.
- Korzeniowska E., Puchalski K., *Efekty 10-letniej działalności Ogólnopolskiej Sieci Promocji Zdrowia w Miejscu Pracy*, Krajowe Centrum Promocji Zdrowia w Miejscu Pracy, Instytut Medycyny Pracy, 2006; http://rop.sejm.gov.pl/1_0ld/opracowania/pdf/promocja.pdf.
- Muylaert K., Op De Beeck R., van den Broek K., *Company Health Check: an instrument to promote health at the workplace*, ENWHP – Move Europe, Brussel 2007.
- Puchalski K., *Promocja zdrowia w dużych zakładach pracy w Polsce. Aktualny stan i niektóre uwarunkowania*, *Promocja Zdrowia*, „Nauki Społeczne i Medycyna” 2000, nr 19.
- Promowanie zdrowia i działań prozdrowotnych w miejscu pracy – informacje dla pracodawców*, Facts 93, Europejska Agencja Bezpieczeństwa i Zdrowia w Pracy, <http://osha.europa.eu>, Belgia 2010.

³ Hasło głoszone przez Europejską Sieć Promocji Zdrowia w Miejscu Pracy.

⁴ Badania zrealizowane w Instytucie Medycyny Pracy w Łodzi pokazują, że ponad 90% dużych przedsiębiorstw w Polsce realizuje różnego typu nie wymagane prawem działania na rzecz zdrowia swego personelu. Działalność ok. 25% z tych firm zasługuje już na miano programów promocji zdrowia [www.imp.lodz.pl].

Shain M., Kramer D.M., *Health promotion in the workplace: Framing the concept; Reviewing the evidence*, "Occupational and Environmental Medicine" 2004, vol. 61.
The Luxembourg Declaration on Workplace Health Promotion in the European Union, European Network for Workplace Health Promotion 1997.

Źródła internetowe:

<http://www.enwhp.org>.

<http://www.imp.lodz.pl>.

HEALTH PROMOTION IN WORKPLACE

Summary: The future success of organizations is dependent on having healthy employees in healthy organizations. This can be achieved through the health promotion in workplace. This paper presents the most important issues, requirements, factors that are critical for success and benefits of health promotion in workplace.

Keywords: health promotion in workplace, determinants, benefits of health promotion in workplace.