

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

ZAKLJUČNA STROKOVNA NALOGA VIŠKE POSLOVNE ŠOLE
**ANALIZA PROMOCIJE ZDRAVJA V PODJETJU OMEGA AIR,
D.O.O. LJUBLJANA**

Ljubljana, 30. oktober 2018

TEJA SOJER

IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisana Teja Sojer, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtorica predloženega dela z naslovom Analiza promocije zdravja v podjetju Omega Air, d.o.o. Ljubljana, pripravljenega v sodelovanju s svetovalcem izr. prof. dr. Matejem Černetom

IZJAVLJAM

1. da sem predloženo delo pripravila samostojno;
2. da je tiskana oblika predloženega dela istovetna njegovi elektronski obliki;
3. da je besedilo predloženega dela jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam oziroma navajam v besedilu, citirana oziroma povzeta v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani;
4. da se zavedam, da je plagiatstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku Republike Slovenije;
5. da se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega dela dokazano plagiatstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom;
6. da sem pridobila vsa potrebna dovoljenja za uporabo podatkov in avtorskih del v predloženem delu in jih v njem jasno označila;
7. da sem pri pripravi predloženega dela ravnala v skladu z etičnimi načeli in, kjer je to potrebno, za raziskavo pridobila soglasje etične komisije;
8. da soglašam, da se elektronska oblika predloženega dela uporabi za preverjanje podobnosti vsebine z drugimi deli s programsko opremo za preverjanje podobnosti vsebine, ki je povezana s študijskim informacijskim sistemom članice;
9. da na Univerzo v Ljubljani neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve predloženega dela v elektronski obliki, pravico reproduciranja ter pravico dajanja predloženega dela na voljo javnosti na svetovnem spletu preko Repozitorija Univerze v Ljubljani;
10. da hkrati z objavo predloženega dela dovoljujem objavo svojih osebnih podatkov, ki so navedeni v njem in v tej izjavi.

V Ljubljani, dne 30.10.2018

Podpis študentke: _____

KAZALO

UVOD	1
1 PROMOCIJA ZDRAVJA NA DELOVNEM MESTU.....	2
1.1 Pomen zdravja	2
1.2 Cilji promocije zdravja	3
1.3 Koristi promocije zdravja.....	4
1.4 Vplivi promocije zdravja	4
1.5 Načrtovanje promocije zdravja.....	5
1.6 Promocija zdravja v Sloveniji	6
1.6.1 Pravna ureditev.....	7
1.7 Negativni vplivi promocije zdravja.....	7
2 PREDSTAVITEV KLJUČNIH DEJAVNIKOV PROMOCIJE ZDRAVJA	8
2.1 Prehrana	8
2.2 Telesna dejavnost.....	9
2.3 Delovno okolje.....	10
2.4 Varnost in zdravje pri delu.....	11
2.5 Odnosi med zaposlenimi	11
3 ANALIZA PROMOCIJE ZDRAVJA V PODJETJU OMEGA AIR.....	11
3.1 Predstavitev podjetja Omega Air.....	12
3.2 Promocija zdravja v podjetju Omega Air	13
3.2.1 Športno rekreativno društvo Omega Air	13
3.2.2 Organizirani dogodki.....	14
3.2.3 AED – defibrilator in prva pomoč.....	14
3.2.4 Prehrana.....	15
3.3 Rezultati pridobljenih podatkov	16
3.3.1 Kolo deležnikov	16
3.3.1.1 Lastniki	16
3.3.1.2 Management	16
3.3.1.3 Zaposleni	16
3.3.1.4 Lokalna skupnost.....	16
3.3.2 Raziskovalna vprašanja	18
3.3.2.1 Kako zaposleni izvajajo promocijo zdravja pri delu?	18
3.3.2.2 Kaj bi zaposleni predlagali podjetju na področju promocije zdravja?.....	18

4 DISKUSIJA	19
4.1 Predlogi in priporočila	19
4.2 Omejitve	20
SKLEP	20
LITERATURA IN VIRI	21
PRILOGE	23

KAZALO TABEL

Tabela 1: SWOT-analiza promocije zdravja	3
Tabela 2: Podatki podjetja.....	12

KAZALO SLIK

Slika 1: Prikaz izvedbe promocije zdravja	6
Slika 2: Stara prehranjevalna piramida	8
Slika 3: Nova prehranjevalna piramida	9
Slika 4: Tek trojk.....	13
Slika 5: Triglav 2018.....	14
Slika 6: Jedilnik v podjetju.....	15
Slika 7: Shema zaposlenih.....	17

KAZALO PRILOG

Priloga 1: Vprašanja za intervju	1
Priloga 2: Odgovori na intervjuje.....	2

UVOD

Izbrani naslov za zaključno seminarsko nalogo sem si izbrala, ker se mi zdi promocija zdravja in njen pravilen pristop zelo pomembna za zaposlene v organizaciji. Pod izbrano temo spadajo vse aktivnosti in dejavniki, ki zaposlene dodatno motivirajo in spodbujajo k boljšemu delu, hkrati pa naredijo tudi kaj koristnega in zdravega zase.

Uspešna promocija zdravja nastane takrat, ko so zaposleni pripravljeni sodelovati pri programu, s tem pa nastane veliko koristi za delavca in delodajalca. Pod koristi spadajo: boljše počutje, večja produktivnost, manjši izostanki pri delu, boljši glas za podjetje, večja varnost zaposlenih itn. Opisala bom tudi pravno podlago, ki jo morajo podjetja izpolnjevati, saj je potrebno, da jo delodajalec načrtuje v izjavi o varnosti z oceno tveganja. Vsako podjetje jo zaradi raznolikosti med okoljem in delom načrtuje drugače. Najpomembneje pa je, da vodstvo razume, zakaj je promocija zdravja tako pomembna, ker jo potem lahko uspešneje in lažje načrtuje in izvaja.

Glavni cilj zaključne naloge je analizirati zdajšnje stanje podjetja Omega Air na področju promocije zdravja in podati predloge za izboljšavo. Med drugim bom poskušala ugotoviti, ali in kateri dejavniki promocije zdravja v podjetju Omega Air vplivajo na produktivnost zaposlenih in njihovo zadovoljstvo pri delu. Zaradi dobrega zdravja in zadovoljstva z delom sta na boljšem zaposleni in delodajalec.

Namen te zaključne naloge je pomagati podjetju odgovoriti na dve raziskovalni vprašanji. Skušala bom priti do odgovorov na vprašanje, kako zaposleni izvajajo promocijo zdravja pri delu. Pri drugem raziskovalnem vprašanju, tj. kaj bi zaposleni predlagali podjetju na področju promocije zdravja, bom skušala ugotoviti, kaj mora podjetje okrepiti in izboljšati.

Prvo poglavje oz. teoretični del zaključne naloge zajema strokovno, znanstveno in zakonodajno literaturo s področja promocije zdravja na delovnem mestu ter ugotavlja, kako se promocijo zdravja na delovnem mestu načrtuje in kako se spremlja njen napredek. Opisala bom tudi, kakšni so cilji delodajalca z uvedbo promocije zdravja na delovnem mestu ter katere koristi izhajajo iz tega naslova na ravni delojemalca, delodajalca in države.

V drugem poglavju bom predstavila praktični del na primeru izbranega podjetja. Pomagala si bom s pomočjo ankete, s katero bom analizirala promocijo zdravja na delovnem mestu v podjetju Omega Air, pri čemer bom ugotavljala, na katerih področjih promocije zdravja na delovnem mestu izbrano podjetje sodeluje ter kakšna je raven produktivnosti, zavzetosti in zadovoljstva z delom zaposlenih v izbranem podjetju. Na podlagi pridobljenih primarnih podatkov bom ugotavljala povezave med promocijo zdravja na delovnem mestu ter produktivnostjo, zavzetostjo in zadovoljstvom z delom zaposlenih v izbranem podjetju. S pomočjo kolesa deležnikov bom prikazala, kdo vse nastopa v procesu in kakšna je njihova naloga.

Empirični del pa je sestavljen iz pregleda literature in analize promocije zdravja na delovnem mestu, produktivnosti, zavzetosti in zadovoljstva z delom v podjetju; predlagani so načini izboljšanja promocije zdravja na delovnem mestu in uspešnosti zaposlenih.

1 PROMOCIJA ZDRAVJA NA DELOVNEM MESTU

Promocija zdravja zajema ukrepe, ki spodbujajo zdravje zaposlenih. Ljudem omogoča, da povečajo nadzor nad svojim zdravjem in ga izboljšajo. Glavni namen promocije zdravja na delovnem mestu je ohranjanje in krepitev telesnega in duševnega zdravja zaposlenega. Je osnovna naloga, ki prispeva k zmanjševanju bolezni in groženj za zdravje. Promocija zdravja zahteva pripravljen načrt, v katerem so zajeti izvajalci, podporno osebje, in razpise, ki so del promocije zdravja. Podjetje skuša v proces promocije zdravja privabiti in pritegniti čim več udeležencev oz. zaposlenih. Potrebna sta spremljanje in zapisovanje rezultatov, saj lahko na njihovi podlagi vpeljemo nove načine promocije zdravja, ki so boljši in še učinkovitejši. Rezultati, ki so ob pravilni izvedbi promocije zdravja pozitivni, se pozneje pokažejo s spremembami vedenj zaposlenega.

Skupna prizadevanja delodajalcev, delavcev in družbe vodijo do boljšega počutja in izboljšanja zdravja na delovnem mestu. S kombinacijo vseh treh skupin lahko spodbujajo delavce, da se udeležujejo zdravih dejavnosti in imajo večjo izbiro načina zdravega življenja. Uspešna organizacija temelji na zdravih delavcih, ki delajo v spodbudnem okolju. Pod promocijo zdravja pa lahko omenimo tudi preprečevanje poškodb pri delu. Zaposleni morajo biti ustrezno zaščiteni za delovno mesto, na katerem delajo. Delodajalec pa je dolžen dati primerno zaščitno opremo.

1.1 Pomen zdravja

Zdravje je pomembno predvsem za to, da lahko živimo boljše življenje. Na delovnem mestu povprečno preživimo večino svojega časa, zato je zelo pomembno, v kakšnem okolju delamo. Na zdravje v delovnem okolju delujejo različni okoljski, organizacijski in osebni dejavniki. Zdravi in motivirani delavci so lahko dolgoročno kos izzivom, s katerimi se kot družba v celoti spoprijemamo v razmerah hitrih sprememb na vseh področjih dela in življenja. Zdravje je podlaga za boljše življenje in tega se zavedajo tudi delodajalci, ki vlagajo v zdravje svojih zaposlenih (Urdih Lazar, 2018).

Na zdravje vpliva veliko dejavnikov. Vplivajo geni, telesna aktivnost, prehranjevalne navade in razvade, okolje ter način življenja. Ker smo si ljudje med seboj zelo različni, eni zdravju posvetijo preveč pozornosti (obsedenost), drugi pa premalo. Najbolj kritična je prehrana, ker najbolj vpliva na posameznika (Maležič, 2009).

1.2 Cilji promocije zdravja

Glavni cilj promocije zdravja pri delu so zdravi zaposleni v zdravih organizacijah. Je skupek dejavnosti, s katerimi skušamo v organizaciji večati vire za izboljševanje zdravja in dobrega počutja delovne sile ter preprečiti slabo zdravje zaposlenih (vključno z boleznimi, povezanimi z delom, nezgodami, s poškodbami, poklicnimi boleznimi in s stresom). V procesu sodelujejo delodajalci, delavci in družba. Cilj in namen podjetij je zagotoviti in nuditi zaposlenim dejavnosti, pri katerih bo lahko zaposleni naredil nekaj koristnega zase. Na začetku je treba predstaviti zaposlenim, kaj je promocija zdravja in kaj k temu lahko prispeva.

V tabeli 1 je predstavljena SWOT-analiza promocije zdravja, s katero sem želela predstaviti prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti promocije zdravja.

Tabela 1: SWOT-analiza promocije zdravja

PREDNOSTI	SLABOSTI
– boljše počutje in zdravje delavcev – večja zavzetost do dela delavcev – večja motiviranost zaposlenega do dela – izboljšanje organizacije dela – povečanje kakovosti izdelkov in produktov – manj zdravniških odsotnosti – zdrav odnos med zaposlenimi – bolj zdrav način življenja – boljše delovne razmere – boljši organizacijski proces – manj nezgod pri delu – povečana kakovost izdelkov in storitev – povečana produktivnost, več inovacij – poveča se zadovoljstvo zaposlenih in strank	– nesodelovanje zaposlenih pri projektih – delodajalec ne daje podpore promociji zdravja – slabo načrtovan program promocije zdravja – slaba ocena potreb
PILOŽNOSTI	NEVARNOSTI
– ohranjanje in krepitev telesnega in duševnega zdravja – sprostitev na zdrav način – spoznavanje zaposlenih zunaj delovnika	– napačna pričakovanja zaposlenega – napačna izvedba promocije zdravja – nepravilen pristop delodajalca do zaposlenega

Vir: Lastno delo.

1.3 Koristi promocije zdravja

Promocija zdravja je predvsem naložba, ne le strošek. Poleg tega, da je obvezna za delodajalca, hkrati pusti tudi veliko posledic za seboj. Če zaposleni sodeluje v promociji zdravja, je na boljšem tudi on. Hkrati je izziv za delodajalca, da so njegovi delovni pogoji naklonjeni delavcu.

Korist za državo se kaže pri zdravju delavcev, zato ker država potrebuje zdravo delovno silo. Razne poškodbe in nezgode zaradi nezdravja delavcev zmanjšujejo blaginjo države in bruto domači proizvod. Nezgode pri delu pa neposredno večajo stroške za zdravljenje zdravstvenega zavarovanja, ker sta zaradi njih potrebna dodaten zdravstveni kader in dodatna pomoč. Pomembna so tudi večja sredstva za zdravstveno in invalidsko zavarovanje, ker se posledično zaradi bolnih ljudi zmanjšata poraba in trg.

1.4 Vplivi promocije zdravja

Produktivnost je ena izmed bolj pomembnih vplivov promocije zdravja, ki jo lahko dosegamo ob bolj zdravem delovnem okolju in vlaganju v zadovoljstvo zaposlenega, kar je glavni namen delodajalca. Če je zaposlena oseba produktivnejša, dosega boljše rezultate, ki prinašajo podjetju večjo vrednost, svoji ekipi pa večjo motiviranost.

V članku je omenjeno, kako delovni prostori pozitivno vplivajo na zdravje oz. produktivnost zaposlenega. V pisni in telefonski raziskavi so raziskovali delovne pogoje na zmanjšano produktivnost z vidika zdravja. Delovni prostor mora biti oblikovan tako, da zaposleni ni ogrožen oziroma izpostavljen tveganju za varnost in zdravje pri delu. Prav tako mora preprečiti ali zmanjšati tveganja, ki nastajajo na delovnih mestih (Lofland, Pizzi & Frick, 2012).

Zavzetost se pojasnjuje, ko ima zaposleni na delu možnost, da doživlja občutke ustvarjalnosti in uspešnosti ter občutke pripadnosti v sklopu z delom, ki ga opravlja. Posledice zavzetosti so: boljše in natančnejše delo, ki ga opravlja, ter manjši izostanki in odsotnosti z delovnega mesta (bolezen, zamude, izhodi ...). Zaposleni vloži več svojega truda, mogoče tudi več svojega časa in s tem se boljša njegovo področje dela, kar je v zadovoljstvo samemu sebi in po vidnih rezultatih tudi organizaciji, kjer dela (Baker, Demerouti & Sanzvegel, 2014).

Zadovoljstvo pomeni, da zaposleni delajo z veseljem. Promocija zdravja je eden izmed mehanizmov, s katerim lahko podjetje doseže boljše zadovoljstvo zaposlenih. Skoraj vsak zaposleni preživi kar nekaj časa na delovnem mestu, ta pa je odvisen od vrsta dela, ki ga opravlja. Obstaja veliko dejavnikov, ki vplivajo na zadovoljstvo, ampak zaposleni na večino izmed njih nimajo vpliva. Velik vpliv ima vodstvo organizacije, zato organizacije potrebujejo sposobne menedžerje. Dejstvo je, da so zadovoljni zaposleni tudi učinkovitejši pri svojem delu.

Potrebno je motivirati tudi tiste zaposlene, ki niso motivirani in jih ozavešiti kako pomemben in kakšen pomen ima njegovo zdravje. Delodajalec mora poznati čim več načinov motiviranja, saj mu koristijo pri izvedbi promocije zdravja.

Nekaj učinkovitih načinov za dodatno motiviranost (Podjet, Bajt & Jeriček Klanšček, 2016):

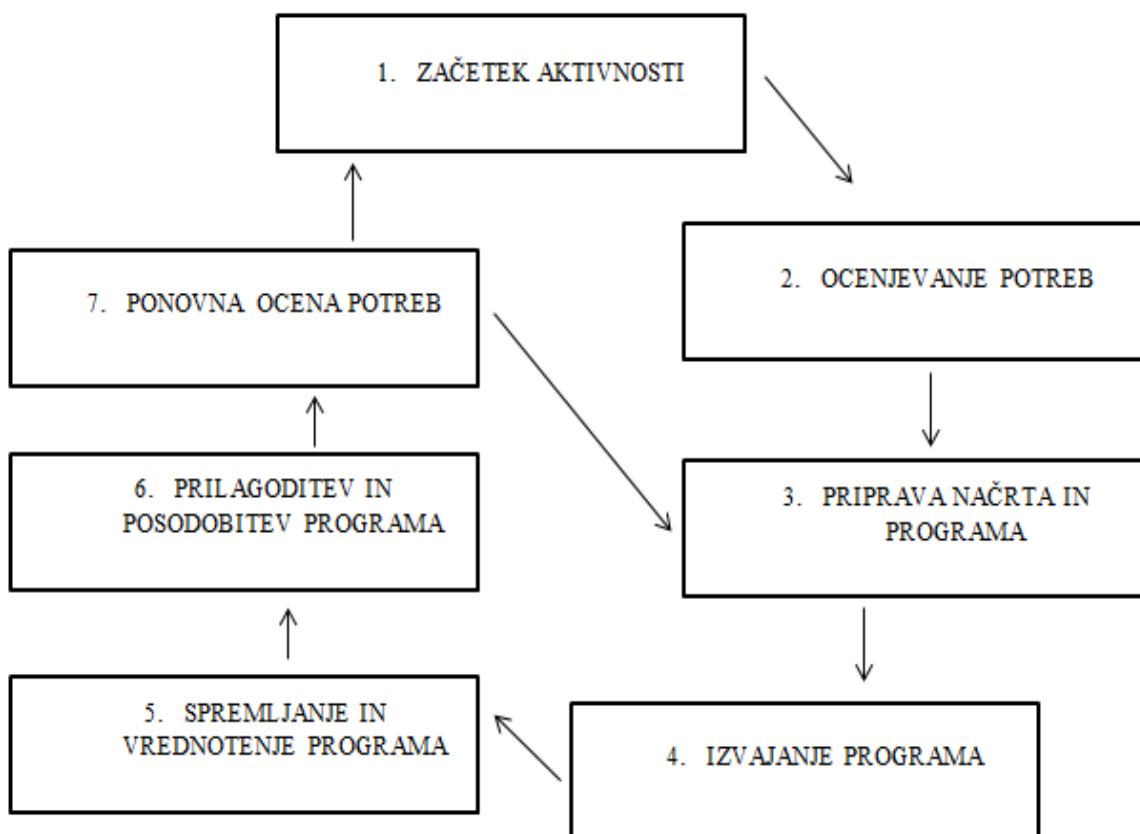
- programi in predavanja znotraj podjetja;
- informiranje in obveščanje zaposlenih;
- pohvale in priznanje;
- upoštevanje želj zaposlenih.

1.5 Načrtovanje promocije zdravja

Vodstvo mora razumeti korist promocije zdravja, saj bo uspešnejše in bolj podprto. Določena mora biti odgovorna oseba za promocijo zdravja na delovnem mestu, ki bo skrbela za načrtovanje in programe aktivnosti ter spodbujala zaposlene k sodelovanju. Dobro je, da ta oseba pozna vse zaposlene in delovanje podjetja. Odgovorna oseba sestavi skupino, ki se nato dogovori, katere naloge ima vsak izmed njih. Skupina sestavi program oziroma načrt promocije zdravja. Dobro je, da pred načrtom ugotovi stanje zaposlenih, katerim je namenjen program. S to oceno stanja bodo lažje in bolje naredili načrt, v nadaljevanju pa se lahko začne aktivnost promocije zdravja. Ne smemo pozabiti na varovanje osebnih podatkov. Udeleženci morajo biti seznanjeni, da so njihovi osebni podatki uporabljeni vključno za spremljanje in analiziranje procesa promocije zdravja. Pri načrtu moramo napisati cilje in prednosti nalog, ovire, razpoložljive vire. V načrtu, ki je temeljni dokument, morajo biti predstavljene vse prednostne naloge, ki jih podjetje želi doseči. Program se pripravi na podlagi posamezne naloge, ki je lahko letna ali večletna. Programi vsebujejo aktivnosti in ukrepe, ki pripomorejo k uresničevanju ciljev. Posledica programa so izboljšave na delovnem mestu in pri zdravju ter počutju posameznega delavca. Ključna za dobro izvajanje programa sta obveščanje zaposlenih in motiviranje v različnih oblikah. Prav tako je pomembna obveščenost vodstva o rezultatih vrednotenja. Udeležba v programu promocije zdravja ni obvezna, vsi zaposleni pa morajo imeti možnost sodelovanja.

Potek promocije zdravja si lahko lažje predstavljamo s pomočjo slike 1, na kateri si po zaporedju sledi vrstni red izvedbe.

Slika 1: Prikaz izvedbe promocije zdravja



Vir: Ministrstvo za zdravje (2015).

1.6 Promocija zdravja v Sloveniji

Slovenija je edina država v Evropski uniji, ki je z zakonom uvedla načrtovanje promocije zdravja na delovnem mestu. Namen je bil, da bi se spremenil življenjski slog zaposlenih, navade promocije zdravja pa bi prenesli v domače okolje. Treba je prepoznati potrebe zaposlenih, da lahko podjetje pripravi načrt promocije zdravja, s katerim izvede program. Na koncu izvedbe se naredi ocena potreb in morebitnih izboljšav.

V Sloveniji se že kar nekaj časa spremljajo podatki o zdravju delavcev. Na ravni države so najpomembnejši podatki bolniške odsotnosti, poškodbe na delovnem mestu in o delovni invalidnosti. Organizirani so tudi različni projekti, na katere se lahko podjetja prijavijo in prispevajo k boljšemu zdravju zaposlenih ter k boljši kakovosti njihovega življenja in zmanjšanju odsotnosti z dela. Uporabljajo se kazalniki, s katerimi prikazujejo povprečno trajanje ene odsotnosti, ki se prikazuje z indeksom resnosti ali teže bolezni, ki jo ima zaposleni.

Promocijo zdravja so podjetja dolžna izvajati ali pa zanjo zagotoviti sredstva ter na neki način spremljati izvajanje zaposlenih, ki so del tega. Delodajalca se lahko kaznuje z globo od 2.000 do 40.000 evrov, ker ne določa promocije zdravja na delovnem mestu.

1.6.1 Pravna ureditev

Delodajalec mora načrtovati promocijo zdravja v delovnem mestu v izjavi o varnosti z oceno, kar je določeno v Zakonu o varnosti in zdravju pri delu (ZVZD-1), Ur. l. RS št. 43/2011, na podlagi 6. člena. Delodajalec je dolžen zaposlenim zagotoviti varnost in zdravje na delovnem mestu ter načrtovati in izvajati promocijo zdravja. Oba ukrepa – zagotavljanje varnosti in zdravja – se dopolnjujeta, za oba pa mora obstajati dokumentirano spremljanje izvajanja zakonsko določenih obvez.

Načrt promocije zdravja mora podpisati odgovorna oseba, direktor, ki je lahko kot priloga/aneks k obstoječi veljavni oceni. Tudi vsi zaposleni morajo biti seznanjeni o načrtu. Promocija zdravja pri delu je z novim Zakonom o varnosti in zdravju pri delu tudi zakonska obveza, kar je poleg pričakovanih koristi še dodatna spodbuda za ukrepanje.

Delodajalec mora izvajati in organom nadzora tudi dokazati, da izvaja program promocije zdravja na delovnem mestu oz. nudi dobre osnove za varno in zdravo vedenje delavcev v svojem okolju (Inšpektorat RS za delo, 2017).

1.7 Negativni vplivi promocije zdravja

Poklicni stres hitro postaja velik problem bolezni in ima dolgoročne posledice za delavca in delovno mesto. Pojavlja se, ko zaposleni občuti službene pritiske, zahteve, pogoje in se ne počuti dobro v svojem delovnem okolju. Zaposleni lahko pade v depresijo, čustveno izčrpanost, zmanjša se mu odpornost, lahko pride tudi do drugih srčnih bolezni. Zahtevno delo pod stresom je glavna ovira pri učinkovitosti organizacijskega dela, ki posledično negativno vpliva na uspešnost in izvedbo dela. Zaradi stresa na delovnem mestu je vsako leto izgubljenih več delovnih dni, to pa se še povečuje. Pobudno vprašanje je preprečevanje in zmanjševanje delovnega stresa s programom WHP. Pri tem je ključen poudarek proti stresu na vplivu delovnih pogojev, kot je zdravje delavcev in delodajalca, da bi ta pridobil in vzdrževal zdravo okolje (Noblet & LaMontagne, 2006).

V članku z naslovom Status zdravja in produktivnost zaposlenih, so avtorji opisali ustvarjanje in testiranje prezentizma. Pod tem razumemo zaposlene, ki niso zdravi, ampak vseeno pridejo delat in s tem ogrožajo zdrave delavce. Lahko povzročajo napake, ki vodijo v poškodbe, ustavitev proizvodnje, poslabšanje odnosov s strankami in podobno. Prezentizem organizacijo stane okvirno še enkrat več kot bolniška odsotnost, pogosto tudi precej več. Na podlagi testiranja in zbiranja podatkov o prezentizmu so izpostavili najpomembnejša dejavnika, tj. izgubljanje informacij in tveganje zdravja drugih zaposlenih. Razlogov za ustvarjanje tega je več. Lahko so osebni ali sistemski razlogi (Koopman in drugi, 2002).

2 PREDSTAVITEV KLJUČNIH DEJAVNIKOV PROMOCIJE ZDRAVJA

2.1 Prehrana

Z zdravo prehrano lahko vzdržujemo svoje zdravje in telesno težo. Opredelitev pojma zdravega prehranjevanja, uporabljenega v raziskavi v Sloveniji, sloni na naslednjih kriterijih (Zaletel-Kragelj, Fras & Maučec-Zakotnik, 2004):

- vsaj trije redni dnevni obroki;
- uživanje zelenjave vsaj 1 dnevno;
- uživanje sadja vsaj 1 krat dnevno;
- uživanje mleka in mlečnih izdelkov vsaj 1 krat dnevno;
- uživanje rdečega mesa manj kot 3 krat na teden
- uživanje rib vsaj 1 krat na teden;
- uživanje žitnih kaš vsaj 1 krat na teden;
- uživanje ocvrtih jedi manj kot 3 krat na mesec.

Na sliki 2 je predstavljena prehranjevalna piramida, na kateri je prikazano, katera živila bi ljudje morali bolj uživati in katera manj, in je strokovna neustrezna.

Slika 2: Stara prehranjevalna piramida



Vir: Grom (2012).

Leta 2005 je Ministrstvo za kmetijstvo vlad Združenih držav Amerike (ZDA) priporočalo novo piramido, ki vključuje vse kategorije hrane sorazmerno enako. Ob gibanju, ki je predstavljeno s stopnicami, bi lahko posameznik zaužil vsa živila.

Slika 3: Nova prehranjevalna piramida



Vir: Grom (2012).

Ob uživanju zdrave prehrane lahko zmanjšamo tveganost raznih boleznih ter izboljšamo razpoloženje in ustvarimo več energije. Če delodajalec organizira prehrano sam, je dobro, da razmisli o ponudbi zdrave prehrane; v jedilnik lahko vključi sadje ali organizira zdrav obrok. Primeren pa mora biti tudi prostor, ki ga delodajalec lahko opremi s pozitivnimi plakati. Prehrana delavca mora ponuditi primerno količino energijskih hranil, makrohranil: beljakovin, maščob in ogljikovih hidratov, esencialnih hranil, kot so: vitamini, minerali, nekatere maščobne kisline in aminokisline, ter primerno količino vode in prehranske vlaknine (Pokorn, Maučec Zakotnik, Močnik Bolčina & Koroušić Seljak, 2008).

2.2 Telesna dejavnost

Telesno dejavnost za krepitev zdravja lahko opredelimo kot najrazličnejše oblike telesne aktivnosti, med katere sodijo aktivnosti v prostem času, pri delu oziroma med njim ter aktivnosti za približevanje ciljem vsakodnevnih nujnih in načrtovanih dejavnosti posameznika (na delo, po opravkih, nakupih, obiskih in/ali po drugih zadolžitvah). Gre za vse oblike gibanja telesa, pri katerem sodelujejo skeletne mišice in se porablja energija. Po drugi strani telesno dejavnost opredeljujemo kot namensko telesno dejavnost, ki je običajno strukturirana in se uporablja za krepitev oziroma izboljševanje posameznikovega zdravja pa tudi telesne pripravljenosti. Številne raziskave so namreč pokazale, da telesna dejavnost zelo pozitivno učinkuje na človeški organizem. Telesna dejavnost pomembno

vpliva na telesno in duševno zdravje. Tako pomembno prispeva h kakovosti življenja ljudi v vseh starostnih skupinah. Pri otrocih in mladostnikih pozitivno vpliva na njihov celostni razvoj (telesni, čustveni, socialni in razvoj kognitivnih sposobnosti), preventivno pa deluje tudi pred razvojem različnih odvisnosti (od tobaka, alkohola, prepovedanih drog).

Fizična vadba ne izboljša le fizičnih sposobnosti, ampak tudi razumske sposobnosti. Redna telesna dejavnost ne sme biti zanemarjena, ampak si moramo zanjo vzeti čas. Pri mlajši populaciji so raziskave pokazale, da so uspešnejši tisti, ki so bolj športno aktivni kot tisti, ki so neaktivni. Poleg tega so bolj motorično sposobni in hitreje procesirajo informacije (Grad, 2018).

Telesna vadba je neposredno povezana s prehrano in z zdravjem. Ob telesni vadbi in uživanju hranil dobimo pozitiven vpliv, ki se kaže v zadovoljstvu. Telesni vpliv je odvisen od telesnih sposobnosti, saj smo si ljudje različni. Orodje prisile ne sme biti tisto, kar spodbuja h gibanju. Pod gibanje spadajo: hoja, tek, plavanje, kolesarjenje in vse druge športne aktivnosti. Človek lažje in intenzivneje misli, se na neki način spočije in sprosti med športno aktivnostjo. Telesna vadba oz. šport izboljšuje tudi psihično počutje in zmanjšuje stres.

2.3 Delovno okolje

Za podjetje je to naložba, ki se povrne z večjo uspešnostjo zaposlenih in posledično podjetja. Po drugi strani pa prispeva h kakovosti življenja delavcev. Je tudi izvor notranje motivacije zaposlenih, zato večjih bolj vpliva na njihovo prizadevnost kot samo nagrade in druge ugodnosti (Zupan, 1994).

Na nekatere dejavnike naravnega okolja, tj. zunanje, kemične, biološke, biomehanične in fizikalne, kot so na primer bolezni, do katerih pride zaradi izpostavljenosti strupom ali sevanju oz. zaradi stikov posameznika z virusi in bakterijami, organizacija ne more vplivati. Lahko pa vpliva na zdravje zaposlenega, če je ta na delovnem mestu izpostavljen tovrstnim nevarnostim (Zaletel Kragelj, Eržen & Premik, 2007).

Dejavniki zdravja delovnega okolja:

- temperatura in vlažnost;
- gibanje zraka in osvetlitev okolja;
- prah;
- oprema in pohištvo;
- sevanja itn.

Omenjeni dejavniki vplivajo na posameznika, saj so vključeni v njegovo delovno mesto. Za zbranost pri delu mora biti delovno okolje čim bolj omogočeno (Zaletel Kragelj, Eržen & Premik, 2007).

2.4 Varnost in zdravje pri delu

Na podlagi 7. člena ZVZD-1 je določeno, da je delodajalec dolžen delavcu zagotoviti varnost in zdravje pri delu. Naloga delodajalca je, da prepozna tveganja, ki so lahko prisotna na delovnem mestu. Izdelana mora biti pisna ocena tveganja za vsako delovno mesto, v kateri se opiše nevarnosti in navede, kdo izmed zaposlenih bi bil lahko izpostavljen nevarnostim. Navedeni morajo biti tudi izvedbe in ukrepi za odpravo izpostavljenim nevarnostim. Obstaja primer tehničnega ukrepa, kamor spadata hrupna delovna oprema in okolje. Ob organizacijskem ukrepu se mora pripraviti pravila, ki so interna za podjetja, v katerih se določijo dostop do nevarnih območij in varnostni znaki.

Z namenom ocene tveganja lahko delodajalec sprejme ukrepe, ki so potrebni za zagotovitev varnosti in zdravja delavcev. Oceno tveganja po navadi izdelata zunanji strokovni delavec, ki ima opravljen strokovni izpit iz varnosti in zdravja pri delu. Podjetje mora pridobiti tudi pisno izjavo o varnosti, ki obsega načrt predpisanih zahtev in ukrepov, načrt ukrepov ob neposredni nevarnosti ter obveznosti delodajalca do zagotavljanja varnosti in zdravja pri delu.

2.5 Odnosi med zaposlenimi

Ker večino časa ljudje preživijo na delovnem mestu, so odnosi med zaposlenimi zelo pomembni. Vplivajo na posameznika na delovnem mestu in prostem času. Potrebno je poznati nekaj temeljnih sposobnosti, ki pomagajo pri zadovoljivih medsebojnih odnosih.

Med te sposobnosti spadajo:

- medosebno poznavanje in zaupanje;
- komuniciranje med seboj;
- medosebno sprejemanje in potrjevanje;
- reševanje konfliktov v zvezi z odnosom.

3 ANALIZA PROMOCIJE ZDRAVJA V PODJETJU OMEGA AIR

Prvi del empiričnega poglavja je namenjen predstavitvi podjetja Omega Air in analizi sekundarnih podatkov, ki opisujejo stanje promocije zdravja v omenjenem podjetju. V nadaljevanju je opisano kolo deležnikov, s katerim predstavljam vse udeležence v procesu promocije zdravja. Na podlagi vprašalnika sem intervjuvala 10 ljudi, ki so zaposleni v izbranem podjetju, in od njih skušala dobiti čim več uporabnih informacij.

3.1 Predstavitev podjetja Omega Air

V tabeli 2 so predstavljeni osnovni podatki podjetja.

Tabela 2: Podatki podjetja

Ime podjetja:	Omega Air, d. o. o., Ljubljana
Davčna številka:	SI 51179555
Leto ustanovitve:	1988
Direktor podjetja:	Edvard Sojer
Spletna stran:	www.omega-air.si
Stik:	info@omega-air.si

Vir: Lastno delo.

Podjetje vodi in zastopa generalni direktor Edvard Sojer, ki skrbi za strateški management in vodstvo pisarniških oddelkov. Tehnični direktor Alojz Dobnikar pa skrbi za nemoteno delovanje proizvodnje in nabave, ki je prav tako zelo pomembna. Podjetje Omega Air je bilo ustanovljeno leta 1988 s sedežem v Ljubljani. Sedež podjetja je danes v Ljubljani, ima pa tudi dodatne prostore in skladišče v Logatcu, in sicer na dveh lokacijah. Glavna dejavnost, s katero se podjetje ukvarja, je proizvodnja filtrov in filtrskih vložkov. Prodajajo pa tudi izpihovalke za iztisnjen zrak, tlačne posode, opremo za bencinske črpalke, industrijske grelce, batne in vijačne kompresorje ter drugo opremo za komprimiran zrak in kompresorsko tehniko. Podjetje se poleg vseh izdelkov, ki jih nudi, ukvarja tudi z drugimi storitvami, kot so: montaža strojnih napeljav, projektiranje, izposoja opreme ter servis storitev na področju batnih in vijačnih kompresorjev. Podjetje je znalo pravočasno poiskati nišo, ki stavi na razvoj, in zrastle do te mere, da se uvršča med večje igralce v svetovnem merilu. Podjetje se stalno razvija in raziskuje nove stvari, prodajalci pa skrbijo za prodajo po Sloveniji in v tujini. Na sliki so fotografirani zaposleni podjetja Omega Air in njegovi distributerji na najpomembnejšem sejmu v Hannovru.

Podjetje uvrščamo med srednje velika podjetja, saj ima več kot 230 zaposlenih. Svoje izdelke prodaja v približno 100 državah po svetu, v katerih ima 130 različnih kupcev. Največji tuji trgi so: Rusija, Nemčija, vedno več je tudi poslovanja s kitajskim in z vzhodnim svetom. V podjetju se trudijo za kakovost proizvodov in storitev. Poleg matičnega podjetja v Ljubljani ima tudi družbi v Zagrebu in Düsseldorfu. V Omegi Air veliko vlagajo v lasten razvoj izdelkov. V razvojnemu oddelku je zaposlenih veliko ljudi, ki neprestano skrbijo za novosti in kreativnost izdelkov. Podjetje daje prednost razvoju in rasti, zato spada med tehnološko usmerjeno podjetje.

3.2 Promocija zdravja v podjetju Omega Air

3.2.1 Športno rekreativno društvo Omega Air

Športno društvo Omega Air je bilo ustanovljena leta 2008 zaradi dodatne motivacije zaposlenih (po športnih) dejavnostih in velikem športnem povpraševanju zaposlenih in vodstva. V športnem društvu so tri sekcije, ki se delijo na tekaški, kolesarski in pohodniški del. Za vsako sekcijo skrbi odgovorna oseba, ki je prav tako beleži udeležbo in prijave. Vsako leto pa sta tudi kak nov izziv in izlet, ki ga organizira športno društvo za najbolj rekreativne in športne zaposlene. V športno društvo se lahko včlanijo vsi zaposleni na začetku leta ob predstavitvi vseh dogodkov.

Slika 4: Tek trojk



Vir: Lastno delo.

V letu 2017 je bilo na voljo 7 tekaških prireditev, 10 kolesarskih prireditev in 8 vodenih pohodov po bolj ali manj zahtevnem terenu Slovenije. V letu 2018 je prav tako organiziranih 7 tekaških maratonov, 6 kolesarskih maratonov in 7 pohodov, od tega se na treh pohodih lahko prespi v koči, izlet, ki traja skozi ves konec tedna, in 2 triatlona. Skozi zimski čas je bila organizirana vodena vadba v bližnjemu fitnesu. Preko športnega društva podjetje skuša pritegniti čim več zaposlenih k gibanju in zdravemu načinu življenja. Predsednik in podpredsednik športnega društva sta sama direktorja, ki sta med najbolj zavzetimi za športne aktivnosti. V letošnjem letu je bilo včlanjenih več kot 60 oseb, udeležb na samih dogodkih pa je bila prav tako zelo številčna. Vodstvo se zaveda pomembnosti obstoja kluba, zato nameni kar nekaj časa in sredstev zanj. Prav tako se je pokazalo, da pozitivno vpliva na zaposlene in delo, ki ga opravljajo.

3.2.2 Organizirani dogodki

Program se vsako leto spreminja, nekateri dogodki ostanejo enaki, nekateri dogodki pa se spremenijo in izboljšajo. Vsako leto podjetje organizira tudi skupinski vzpon na Krim, na katerega so povabljeni vsi zaposleni. Lahko se ga udeležiš na pohodnem ali kolesarskem delu, pozneje pa je organiziran tudi družaben del z različnimi igrami in s piknikom. Poleg omenjenih dogodkov sta bila lansko leto organizirana tudi kolesarski izlet po jugovzhodni Sloveniji in vzpon na Triglav iz Ljubljane ali pa bližje startne točke. Športno društvo Omega Air je organiziralo tudi prvi lastni Triatlon Omega Air in se v malo večjem številu udeležila Triatlona Jeklenih. Podjetje vsako drugo leto organizira hišni sejem, na katerega so vabljeni vsi zaposleni s svojimi družinami in se podjetje predstavi ter organizira voden ogled. V preteklem letu je potekalo predavanje potopisa v novih prostorih kuhinje, v katerih bo v prihodnosti organiziran še kak družaben dogodek. Zaključek leta je podjetje praznovalo v mestnem gledališču v Ljubljani ob predstavi in prigrizku na koncu. Na fotografiji je skupinska slika, ki je nastala na izzivu 2018, kolesarjenje in pohod na Triglav. Prav tako je druga skupina pohodnikov uspešno prehodila pot na Triglav. Izziva oziroma izleta se je udeležilo kar nekaj zaposlenih in vsi so bili zadovoljni nad pohodom in uresničenim ciljem.

Slika 5: Triglav 2018



Vir: Lastno delo.

3.2.3 AED – defibrilator in prva pomoč

Na sedežu podjetja imajo AED-defibrilator, ki je bil tudi že uspešno uporabljen. Prav tako je defibrilator na lokaciji Logatec. Tudi po organiziranih dogodkih ga nosijo s seboj. Vsako leto se organizirata tečaj in razlaga uporabe AED-defibrilatorja za zaposlene in novo

zaposlene. Defibrilatorji so ključnega pomena pri reševanju življenj, ob nepričakovanih trenutkih, zato je zelo pomembno, da so ljudje pripravljeni na to. Vodstvu se zdi zelo pomembno, da so zaposleni o hitrem in pravilnem ukrepanju ob srčnem zastoju seznanjeni. Prav tako vsako leto podjetje organizira tečaj prve pomoči, kjer so vključeni novo zaposleni in tisti, ki želijo svoje znanje obnoviti.

3.2.4 Prehrana

V letu 2017 so se v podjetju končala dela in investicije za novo kuhinjo in jedilnico na sedežu podjetja. Podjetje skuša zaposlenim med delavnikom zagotoviti bolj zdravo in raznoliko hrano. Hrana v kuhinji je sveža, saj je pripravljena zjutraj in je postrežena, ko je narejena. Od aprila naprej v restavraciji Omega Air nudijo tri različne menije po želji in vitaminsko solato. Kuharji v kuhinji skušajo ponuditi raznolike obroke, ki vključujejo vsa živila, tako kot je predstavljeno v novi prehranjevalni piramid. Zavedajo se, da dobra hrana vpliva na počutje in delo zaposlenega. Prednost lastne kuhinje je tudi v tem, da lahko, ko pridejo stranke na obisk, podjetje ponudi topel obrok.

Na sliki 6 je prikazan tedenski jedilnik, ki vključuje obroke nove prehranjevalne piramide. V novi prehranjevalni piramidi so v obroke vključena različna živila v sorazmerju.

Slika 6: Jedilnik v podjetju

74	PONEDELJEK 3.9.18	TOREK 4.9.18	SREDA 5.9.18	ČETRTEK 6.9.18	PETEK 7.9.18	SOBOTA 8.9.18
JUHA	Al.1,7,9,14 Cvetačna juha	Al.1,3,7,9,14 Grahova kremna juha	Al.1,3,7,9,14 Zelenjavna juha	Al.1,3,9 Goveja juha z zakuho	Al.1,3,7,9,14 Paradižnikova juha	Al.1,7,9,14 Gobova juha
MENU 1 GLAVNA JED1	Al.Ocvrt svinjski kotlet, pečen krompir, menijska solata	Al.1,7,12 Puranji saute z zelenjavo, dušeni riž, menijska solata	Al.1,3,7,12 Goveja bržola, kruhova rezina, menijska solata	Al.1,7,9 Piščančji file na žaru, ješprenček z zelenjavo, menijska solata	Al.1,3,4,7,12 Pečena škarpena s tržaško omako, dalmatinska priloga, menijska solata	Al.1,7,12 Piščančji zrezek v omaki, pommies wedges krompir, menijska solata
MENU 2 GLAVNA JED2	Al.1,9,12 Kus-kus s piščančjim mesom in zelenjavo, menijska solata	Al.1,12 Krompirjev golaž s svinjskim mesom, marmeladni buhtelj	Al.1,9,12 Telečja obara z ajdovimi žganci, kruh, sadna rolada	Al.1,7,12 Špageti po milansko, menijska solata, rogljiček	Al.1,12 Pečen mesni sir, sladko zelje v omaki, slan krompir, menijska solata	
MENU 3 BREZMESNI OBROK	Al.1,3,7,12 Omleta z zelenjavo in sirom, menijska solata	Al.1,3,7 Zapečena polenta s šampinjoni, melancani in mozzarella, menijska solata	Al.1,3,7,12 Ravioli po siciljansko z mozzarella, menijska solata	Al.1,7,12 Nadevani paradižniki z rižem in zelenjavo (domates yemistes), stročji fižol po grško, menijska solata	Al.1,3,7 Ajdovi krapci s skuto, mešan kompot	
VITAMINSKA SOLATA	Al.1,3,4,5,6,7,8,9,10,12,14 Solatni bar	Al.1,3,4,5,6,7,8,9,10,12,14 Solatni bar	Al.1,3,4,5,6,7,8,9,10,12,14 Solatni bar	Al.1,3,4,5,6,7,8,9,10,12,14 Solatni bar	Al.1,3,4,5,6,7,8,9,10,12,14 Solatni bar	
Popoldanski obrok	Al.1,9,12 Kus-kus s piščančjim mesom in zelenjavo, menijska solata	Al.1,7,12 Puranji saute z zelenjavo, dušeni riž, menijska solata	Al.1,3,7,12 Goveja bržola, kruhova rezina, menijska solata	Al.1,7,9 Piščančji file na žaru, ješprenček z zelenjavo, menijska solata	Al.1,12 Pečen mesni sir, sladko zelje v omaki, slan krompir, menijska solata	

Vir: Lastno delo.

3.3 Rezultati pridobljenih podatkov

3.3.1 Kolo deležnikov

V nadaljevanju predstavljam kolo deležnikov, ki opisuje vse udeležence, ki so vključeni v promocijo zdravja na delovnem mestu. Podatke za kolo deležnikov sem pridobila na podlagi intervjujev.

3.3.1.1 Lastniki

V podjetju se delež deli na pet delov. V vodstvu se deli na generalnega direktorja Edvarda Sojerja, ki ima tudi večinski delež, 39,60 %, in Alojza Dobnikarja, ki je tehnični direktor in ima v lasti 24,20-odstotni delež. Marko Nartnik ima v lasti 7,10-odstotni delež in je delovodja. Francu Markiču pripada 16,50-odstotni delež podjetja, ki v podjetju sicer ne deluje aktivno in v njem ni zaposlen. Preostanek deleža (12,60 %) pripada podjetju.

3.3.1.2 Management

Vrhnji management podjetja sestavljata generalni in tehnični direktor. Generalni direktor vodi in zastopa družbo, ukvarja pa se tudi s strateškim managementom. Tehnični direktor vodi proizvodnjo in skrbi za nemoteno delovanje nabavnega oddelka. Srednji management vključuje vse vodje, ki so v podjetju, tj. vodjo proizvodnje, vodjo računovodstva, vodjo nabave, vodjo zunanje prodaje, vodjo domače prodaje, vodjo logistike – skladišča, vodjo razvoja, vodjo servisa, vodjo proizvodnje.

3.3.1.3 Zaposleni

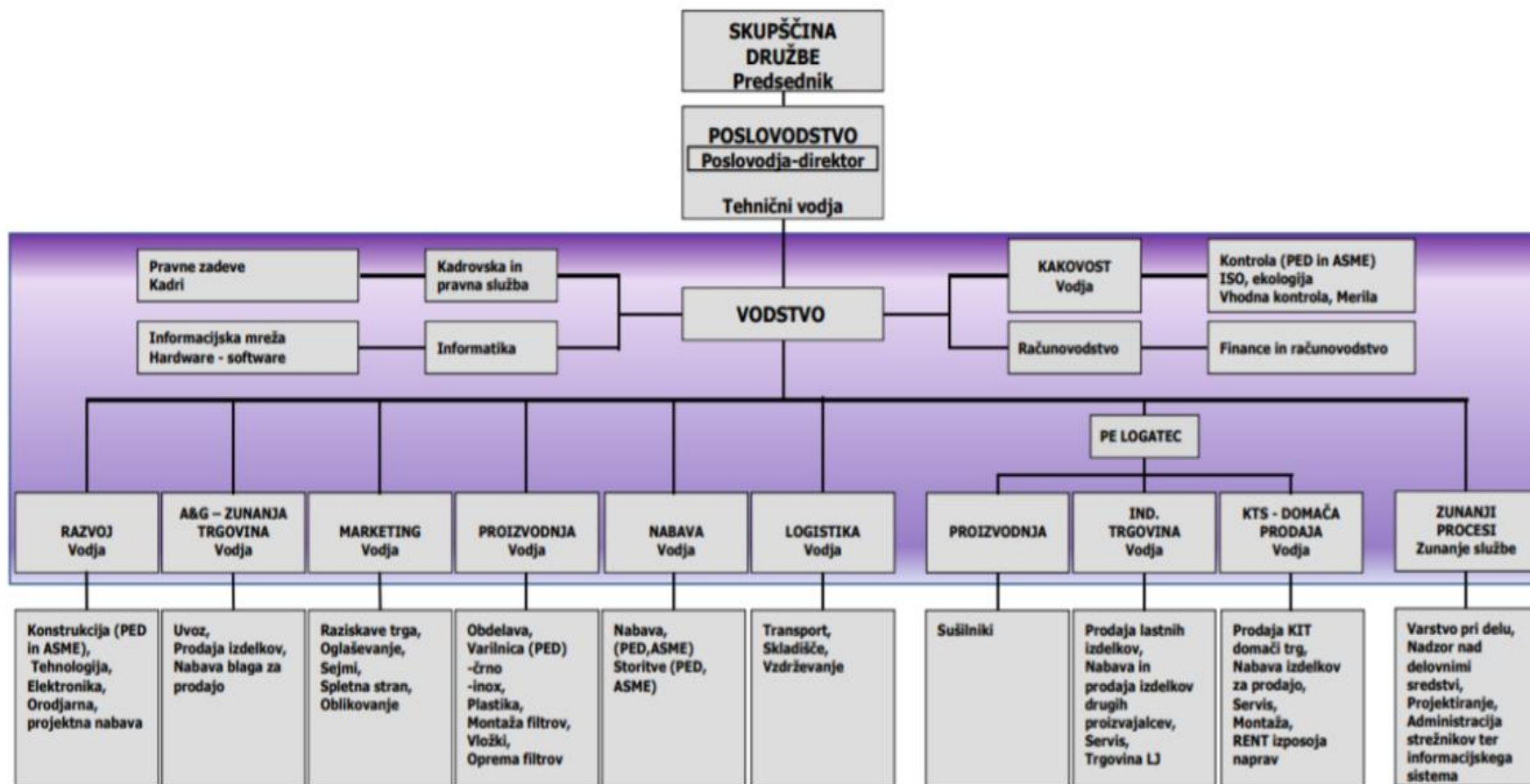
V podjetju je več kot 200 zaposlenih. Vsak odderek ima svojega vodjo, ki jih usmerja in določa naloge, motivira in rešuje težave, ki nastajajo. Zelo pomembno je, da vsi oddelki med seboj sodelujejo, saj so vsi med seboj povezani in odvisni drug od drugega. Naloga zaposlenih je, da proizvajajo in opravljajo delo, da podjetje čim bolj deluje in posluje.

3.3.1.4 Lokalna skupnost

Podjetje ima v Logatcu panje s čebelami. Ti imajo svojega skrbnika, ki skrbi zanje. Podjetje je s tem želelo pomagati okolju in naravi, saj je čebela najkoristnejša žival. Podjetje donira sredstva tudi gasilskemu domu, ki je v bližini, in mu daje prispevke za pomoč. Podjetje sodeluje pri pokroviteljstvu, ampak raje kot denar prispeva ali posodi svoje produkte, ki jih organizacija potrebuje pri organizaciji in izvedbi dogodkov. Podjetje je imelo tudi večji projekt, gradnjo mikrobioplinarne, ki omogoča soproizvodnjo električne in toplotne energije iz bioplina, proizvedenega iz organskih odpadkov kmetije.

Na sliki 7 je predstavljena shema zaposlenih v podjetju Omega Air.

Slika 7: Shema zaposlenih



Vir: Lastno delo.

3.3.2 Raziskovalna vprašanja

S pomočjo vprašalnika, ki je dodan v prilogi, sem izvedla intervjuje z nekaj zaposlenimi ter skušala dobiti čim več zanimivih in uporabnih informacij. V nadaljevanju sta opisana odgovora na moji raziskovalni vprašanji.

3.3.2.1 *Kako zaposleni izvajajo promocijo zdravja pri delu?*

Vsak zaposleni izvaja promocijo zdravja pri delu na svoj način. Večina jih je včlanjena v športno društvo in se prek njega družijo, športno udeležujejo in zabava, saj je to odličen način promocije zdravja. V športno društvo bi bilo lahko včlanjenih še več zaposlenih, ampak se stanje vsako leto izboljšuje. Večina zaposlenih izvaja zdravje pri delu s pomočjo skupnih treningov, ki jih organizira podjetje. Nekateri zaposleni so stalno aktivni, drugi pa nimajo želje ali zanimanja po športnih užitkih. Nekateri zaposleni izvajajo promocijo hrane s pomočjo zdravega načina prehranjevanja, drugi s športnimi aktivnostmi, če združiš oboje, pa je že veliko dobrega narejenega za zdravje zaposlenega. Posledice so vidne v osebnem življenju in na službenem področju. Podjetje uspešno promovira in spodbuja zaposlene k udeležbi. Z udeležbo direktorjev in njuno spodbudo se je lažje udeležiti dogodkov. Podjetje izvaja promocijo zdravja z vsemi razpisanimi dogodki, ki so predstavljeni na letni skupščini na začetku leta, prav tako prek e-pošte in oglasnih desk promovira dogodke in športne podvige za zaposlene. Izvedba promocije zdravja se kaže prek lastne restavracije, v kateri vsi zaposleni jejo kosilo, in lastnega športnega društva, v katerega se lahko včlanijo vsi zaposleni. V spomladansko-poletnih dneh je teh dogodkov toliko, da se je težko vseh udeležiti. Podjetje Omega Air čedalje več pozornosti posveča temu, da imajo zaposleni možnost sodelovati v različnih aktivnostih. Med njimi so tudi taki, ki se nikoli prej niso ukvarjali s športom.

3.3.2.2 *Kaj bi zaposleni predlagali podjetju na področju promocije zdravja?*

Zaposleni so imeli na to vprašanje kar nekaj odgovorov, saj se da na tem področju še veliko izboljšati in postoriti. Vsi so si edini, da je podjetje dober primer promocije zdravja, ki se trudi za svoje zaposlene. Nekaj zaposlenih je menilo, da bi moral v podjetju obstajati skupen prostor, v katerem bi se lahko družili in spočili možgane med delom. Prostor bi moral biti prostoren, svetel, v njem bi bil lahko tudi kak športni kotiček. Nekateri so podjetju svetovali stalno ponudbo svežega sadja (vsak dan nekaj drugega), tako bi lahko odvrnila vsaj nekaj zaposlenih od dodatnega sladkorja, ki si ga privoščijo na avtomatih. Podjetju bi za večjo športno udeležbo svetovali prosti dan ob udeležbi na izletu ali izzivu, ki je organiziran vsako leto. Zaposleni bi bili lahko povabljeni na seminar, na katerem bi strokovna oseba razložila pomen zdravega načina življenja. Najugodnejša in najprimernejša predloga sta se mi zdela naslednja: »Mogoče bi se lahko organizirale skupine za različno stopnjo pripravljene ljudi. Menim, da bi se nekateri radi gibali, vendar se ne udeležujejo aktivnosti, saj trenutno niso v najboljši fizični kondiciji.« in »Predlagal bi

kakšno tekmo – piknik na povprečen, srednji čas, da je bolj sproščeno in ni vedno tekmovanje.«.

4 DISKUSIJA

4.1 Predlogi in priporočila

Večina zaposlenih, s katerimi sem opravila intervju, meni, da mora vsak posameznik sam pri sebi začutiti potrebo in željo po športu ali zdravi prehrani oz. večji zavzetosti za zdravje. Podjetje zaposlenim omogoča različne športne prireditve, ki se jih lahko udeleži ob članstvu v ŠRD Omega Air, ampak največja odločitev je na zaposlenem, ali bo deležen tega. Podjetju bi svetovala, da skuša v svoje športno društvo pritegniti še več zaposlenih. Ko novi zaposleni začnejo delati v podjetju, bi lahko ustrezna oseba vsakemu posebej predstavila ŠRD in njegovo delovanje ter dogodke. Dodatno bi lahko izvajali še tedenske treninge teka ali hoje, ki bi bili namenjeni tistim zaposlenim, ki so športno manj aktivni. Treningi bi bili lahko razdeljeni po pripravljenosti zaposlenih. Vsi zaposleni, ki so odgovarjali na moja vprašanja, so si edini, da je glede prehrane dobro urejeno. Vsak lahko izbira med tremi različnimi, sveže in toplo pripravljenimi jedmi; med njimi je tudi vitaminska solata, solatni bar z zelenjavo in občasno s sadjem. Iz več odgovorov je razvidno, da si zaposleni želijo dodatna izobraževanja na področju zdrave prehrane ali športnih aktivnosti. Tako bi bili zaposleni malo bolj ozaveščeni o tem, kaj sploh pomeni zdravje in kje se kažejo posledice. Ker ima vsak zaposleni drugačne navade prehranjevanja in so ob različnih urah lačni, bi podjetje lahko ponujalo sadje, ki bi si ga zaposleni vzel in pojedel na delovnem mestu. S tem bi lahko namesto sladkih prigrizkov dobili nekaj vitaminov več. Prav tako nekaj zaposlenih meni, da bi moral obstajati neki skupni prostor, v katerem bi se lahko vsi zaposleni ob različnih urah dobili, se spočili, odmislili delo in se družili. Podjetju svetujem, da vsak mesec organizira dogodek, na katerem bi se lahko zaposleni športno in družabno lahko družili in malo bolj spoznali.

Podjetju priporočam, da svoje zaposlene vključuje v sestavo jedilnikov. Ko vodja kuhinje sestavlja jedilnike, bi lahko upošteval želje in priporočila zaposlenih; te bi mu lahko sporočili prek knjige priporočil, ki bi se nahajala na koncu jedilne linije. Podjetje bi lahko sodelovalo s kakšnim drugim podjetjem, ki prodaja in promovira biohrano. Biohrano bi nekdo predstavil v podjetju prek predavanja, na koncu pa bi zaposleni lahko še kakšno živilo kupili. Na več lokacijah po podjetju bi bila lahko sveže sadje in voda, tako da bi zaposlene spodbujali k uživanju vitaminov in več tekočine. Podjetje bi lahko omogočalo zaposlenim jutranjo vadbo, s katero bi ogreli svoje telo. V mislih imam kvečjemu jogo ali pa kaj bolj umirjenega. Z uvedbo kolesarnice in izposoje nekaj koles bi lahko zaposleni začutili dodatno spodbudo po gibanju. Vsak mesec bi moral biti organiziran izlet v naravo. Prijavili bi se tisti, ki želijo, podjetje pa bi organiziralo krajši športni izlet v popoldanskem času. Podjetju priporočam, da informacije o zdravem načinu življenja poroča svojim zaposlenim prek oglasnih tabel, e-pošte ali letakov. Naj zaposleni vedo, da jim skuša podjetje pomagati, saj je to tudi glavni namen podjetja.

Strnjena priporočila podjetju so:

- vključevanje zaposlenih v sestavo jedilnikov;
- sodelovanje z biopodjetjem;
- ponudba svežega sadja in vode med delovnikom;
- jutranja vadba;
- kolesarnica in izposoja koles;
- organizirani mesečni izleti v naravo;
- večji pretok informacij glede zdravja.

4.2 Omejitve

Pri uspešni izvedbi promocije zdravja je pomembno sodelovanje delodajalca in zaposlenega. Delodajalec mora ponujati zaposlenim aktivnosti, ki bodo pozitivno vplivale na njegovo zdravje. Ponuja lahko zdravo prehrano, več gibanja na različne načine, predavanja, na katerih bi lahko zaposleni spoznali pomen promocije zdravja. Menim, da je sodelovanje ključnega pomena, saj brez tega ni rezultatov uspešne promocije zdravja. Ljudje smo si različni, nekateri tudi nimajo potrebe po športu ali zdravi prehrani, zato je težko vse prepričati k sodelovanju. Prav tako je pomembno, da se delodajalec zaveda, da z izvedbo promocije zdravja vpliva na zaposlenega in njegovo delo. Zaposleni morajo biti ozavešeni o dogajanju in možnosti, ki jih imajo na voljo.

SKLEP

V celotni zaključni nalogi sem skušala predstaviti, kaj je promocija zdravja in kateri so njeni najpomembnejši dejavniki. Promocijo zdravja je treba skrbno načrtovati, da je uspešno izvedena. Po izvedbi je treba narediti načrt izboljšav in pregled rezultatov. Treba je ugotoviti, ali pozitivno vpliva na zaposlene in katere pozitivne posledice prinaša podjetju. Podjetja v Sloveniji morajo nuditi promocijo zdravja svojim zaposlenim, prav tako mora biti promocija zdravja predstavljena svojim zaposlenim. Nekatera podjetja jo izvajajo sama, nekatera pa imajo zunanjo pomoč. Pri promociji zdravja sodelujejo organizacija, delodajalec in zaposlena oseba. Uspešna promocija zdravja se kaže, ko je zaposleni pripravljen sodelovati v programu.

Programi se med seboj razlikujejo. Obstaja več dejavnikov, ki se lahko štejejo kot način promocije zdravja v podjetju. Med njimi bi lahko omenili organizirane športne dejavnosti, teke, pohode, kolesarjenje, organiziran nogomet ali odbojko za zaposlene itn. Če podjetje nudi zdravo prehrano na delovnem mestu ali možnost malice s sadjem, je to ponovno eden izmed načinov spodbujanja promocije zdravja v podjetju.

Podjetju Omega Air sem pomagala odgovoriti na dve raziskovalni vprašanji. Vodstvo je zanimalo, kako zaposleni izvajajo promocijo zdravja pri delu, predvsem pa, kaj bi zaposleni predlagali podjetju na področju promocije zdravja. Vsak zaposleni ima svoj

način življenja. Nekateri so bolj športno usmerjeni, drugi raje posvečajo več pozornosti zdravi prehrani, spet drugi nič od tega. Z odgovori, ki so predstavljeni v empiričnem delu, sem prišla do sklepa, da je podjetje dober primer promocije zdravja. Zaposlenim omogoča športne aktivnosti in zdravo prehrano po lastni izbiri. Pomanjkljivosti, ki jih zaposleni pogrešajo, bom predstavila podjetju in jih skušala z nekaj predlogi izboljšati.

LITERATURA IN VIRI

1. Baker, A.B., Demerouti, E. & Sanzvegel, A.I. (2014). *Burnout and Work Engagement: The JD-R Approach*. Pridobljeno 7. avgust 2018 iz <http://www.annualreviews.org/doi/abs/10.1146/annurev-orgpsych-031413-091235>
2. Grad, A. (2018). *Zdrav duh v zdravem telesu*. Pridobljeno 2. junija 2018 iz <http://www.zdruzenjecvb.com/clanki/pdf/20-Zdrav-duh-v-zdravem-telesu.pdf>
3. Grom, S. (2012). *Piramida zdrave prehrane*. Pridobljeno 8. septembra 2018 iz https://maximum-portal.com/Prehrana/Splo%C5%A1no/1/12/889/1/Piramida_zdrave_prehrane/
4. Inšpektorat RS za delo. (2017). *O promociji zdravja na delovnem mestu*. Pridobljeno 15. avgusta 2018 iz http://www.id.gov.si/fileadmin/id.gov.si/pageuploads/Varnost_in_zdravje_pri_delu/VISOKE_TEMPERATURE_-_PROMOCIJA/Promocija_zdravja_na_delovnem_mestu.pdf
5. Koopman, C., Pelletier, K.R., Murray, J.F., Sharda, C.E., Berger, M.L., Turpin, R.S., Hackleman, P., Gibson, P., Holmes, D.M. & Bendel T. (2002). *Stanford presenteeism scale: Health status and employee productivity*. Pridobljeno 10 avgust 2018 iz <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/11802460?dopt=Abstract>
6. Lofland, J., Pizzi, L. & Frick, K.D. (2012). *A review of Health-Related Workplace Productivity Loss Instruments*. Pridobljeno 7. avgust 2018 iz <http://link.springer.com/article/10.2165/00019053-200422030-00003>
7. Maležič, M. (2009). *Pomen zdrave prehrane za zdravje*. Ljubljana: Ministrstvo za šolstvo in šport.
8. Ministrstvo za zdravje. (2015). *Smernice za izvedbo promocije zdravja na delovnem mestu*. Ljubljana: Ministrstvo za zdravje.
9. Noblet, A. & LaMontagne, A.D. (2006). *The role of workplace health promotion in addressing stress*. Pridobljeno 10. avgust 2018 iz <http://heapro.oxfordjournals.org/content/21/4/346.short>
10. Podjet, K., Bajt, M. & Jeriček Klanšček, J. (2016). *Promocija zdravja v žepu*. Ljubljana: Nacionalni inštitut za javno zdravje.
11. Pokorn, D., Maučec Zakotnik, J., Močnik Bolčina, U. & Koroušić Seljak, B. (2008). *Smernice zdravega prehranjevanja delavcev v delovnih organizacijah*. Ljubljana: Ministrstvo za zdravje.
12. Urdih Lazar, T. (2018). *Vlaganje v zdravje delavcev – vlaganje v produktivnost*. Pridobljeno 20. julija 2018 iz <http://www.gzdbk.si/si/aktualno/uspeh/detajl?id=1434>

13. Zaletel-Kragelj, L., Fras, Z. & Maučec-Zakotnik, J. (2004). *Tveganja vedenja, povezana z zdravjem in nekatera zdravstvena stanja pri odraslih prebivalcih Slovenije*. Ljubljana: Inštitut za varovanje zdravja Republike Slovenije.
14. Zaletel-Kragelj, L., Eržen, I. & Premik, M. (2007). *Uvod v javno zdravje*. Ljubljana: Univerza v Ljubljani.
15. Zupan, N. (1994). *Načini plačevanja učinkovitosti in uspešnosti zaposlenih*. Ljubljana: Zveza ekonomistov Slovenije.

PRILOGE

Priloga 1: Vprašanja za intervju

1. Ali se lahko na kratko predstavite in mi poveste kaj o sebi?
2. Mi lahko na kratko opišete svoj včerajšnji dan? Kaj je tisto, kar bi najbolj izpostavili?
3. Kako preživljate konce tedna?
4. Kaj vam pomeni šport?
5. Kaj vam je najpomembnejše pri vsakodnevnih prehranjevalnih navadah in zakaj?
6. Ali ste športno aktivni, živite zdravo? Kolikokrat tedensko se giblujete?
7. Ali veste, kaj pomeni promocija zdravja na delovnem mestu?
8. Ali podjetje Omega Air izpolnjuje pogoje promocije zdravja na delovnem mestu?
9. Kaj pogošate pri podjetju v sklopu promocije zdravja?
10. Na kak način podjetje obvešča o promociji zdravja? Se vam zdi, da so vsi v podjetju obveščeni o dogajanju glede promocije zdravja?
11. Kako bi še motivirali zaposlene k večjemu gibanju in zdravemu življenju, mogoče tudi prenehanju kajenja?
12. Ali ste opazili kakšno pozitivno/negativno spremembo po izvedbi promocije zdravja?

Priloga 2: Odgovori na intervjuje

Intervju 1

»Moje ime je Andraž, star sem 28 let, v prostem času se rad ukvarjam s športom, najraje z nogometom in s kolesarjenjem. Živim doma in hodim v službo. Včeraj sem se udeležil maratona na Krasu. Zjutraj sem se zbudil in bil sem len, počutil sem se utrujenega, ampak po koncu teka je bil občutek vrhunski. Nato smo se podružili z drugimi zaposlenimi/tekači, odšel sem domov dobre volje, popoldne sem se dobil še s prijatelji. Ob koncih tedna grem po navadi peš na Orle, nato pomagam stricu na ranču. Šport mi pomeni sprostitev v življenju, boljše počutje in psihično razbremenitev glave. Občutek, ko prideš na cilj, je dober. Pri prehranjevalnih navadah sta mi najpomembnejša zajtrk in malica v službi. Gibljem se šestkrat tedensko po cca 1 h. Ne poznam izraza oz. pomena promocije zdravja na delovnem mestu. Mislim, da podjetje izpolnjuje pogoje promocije zdravja na podlagi razlage, ki mi je bila dana. S ŠRD Omega Air spodbuja zaposlene k večjemu gibanju in udeležbi pri športnih aktivnostih. Pogrešam sobo za odmor ali sproščanje, mogoče kakšno športno sobo. Obveščamo prek ŠRD Omega Air in lastne kuhinje. Mislim, da so vsi dobro obveščeni, in tisti, ki nimajo interesa, tega ne vidijo in ne slišijo. Lahko bi bilo še več poudarka na zdravi prehrani, s kakšnimi plakati ali z delavnicami za zaposlene. Zaposlene bi lahko motivirali z brezplačno vadbo ali drugimi nagradami, ko pridejo na cilj. Pozitivne spremembe se pozneje kažejo pri razumevanju s sodelavci, boljša volja je v pisarni, več je izhodišč za pogovarjanje, druženje.«

Intervju 2

»Ime mi je Luka, star sem 25 let, nisem še diplomiral, v podjetju delam eno leto. Treniram boks in hodim v hribe. Včeraj sem po delovniku malo počival doma, nato sem šel na trening; bil je zelo zahteven in učinkovit. Vikende preživim čim bolj aktivno. Po navadi, če je lepa napoved, grem s punco v hribe. Pozimi pa smučat. Šport mi pomeni način življenja, ob njemu se počutim bolje in pozabim na skrbi. Pri prehranjevalnih navadah mi je najpomembnejše, da nisem lačen in da se najem. Ugotovil sem, da je najbolje, da ješ normalno količino obrokov. Gibljem se 5-krat tedensko. Promocija zdravja na delovnem mestu pomeni spodbudo in pomoč podjetja zaposlenemu k boljšemu počutju na delovnem mestu ter pomoč pri izboljšanju zdravja. Podjetje je primer uspešne promocije zdravja na delovnem mestu. Pogrešam kakšno sveže sadje, ki bi bilo zaposlenim na voljo vsak dan; mogoče bi s pomočjo tega bolj zdravo jedli. Podjetje obvešča z vabili na dogodki in s spodbudo teh. Prav tako imamo pester izbor prehrane v jedilnici, saj je na voljo vsakodnevno naročanje na vitaminsko solato. Zaposlene bi motiviral s prepričanjem, da se po športni aktivnosti res počutiš dobro in da vedno sledi družabni del, ki je zelo zabaven. Nekateri zaposleni so se začeli tudi v zasebnem življenju bolj gibati in to jim je prineslo manj stresa in slabe energije, tudi kak kilogram manj.«

Intervju 3

»Stara bom 24 let. Živim v okolici Ljubljane, zaposlena sem v podjetju Omega Air že 2 leti. Rada se ukvarjam s športom, se družim s prijatelji in uživam življenje. Moj včerajšnji dan ni bil nič posebnega. Delala sem do 15.00, odšla domov na kosilo, potem pa sem celotno popoldne pomagala pri hišnih opravilih. Časa za šport ni bilo. Vikende skušam čim bolj izkoristiti v naravi. Večino časa preživim v pisarni, zato mi je res pomembno, da sem vsaj za vikend zunaj, ali na morju, ali v hribih, ali pa na smučišču. Šport mi pomeni sprostitev v življenju. Počutiš se bolje in odmisliš vse. Pri vsakodnevnih navadah mi je najpomembnejše, da nisem lačna. Trudim se, da jem normalne količine obrokov. Skušam se gibati vsak dan, ampak mi časovno včasih ne znese, tako da od 4- do 5-krat tedensko športam. Promocija zdravja na delovnem mestu pomeni, da podjetje skuša na različne načine spodbuditi zaposlene k bolj zdravemu slogu življenja. Posledice se kažejo v zasebnem življenju in pri delu. Mislim, da podjetje izpolnjuje primer promocije zdravja, kar se tiče športa in prehrane. Podjetju bi svetovala neki prostor, v katerem je veliko svetlobe, prostora, rož in v katerem bi lahko na hitro spočil glavo. Podjetje o svojih izletih in podvigih obvešča prek oglasne deske, e-pošte in ustno. Mislim, da so vsi v podjetju obveščeni, ampak se iz takih in drugačnih razlogov ne udeležujejo in ne pokažejo zanimanja. Zaposlene bi dodatno motivirala s kakšno nagrado ali d športno opremo, ki bi jo zaposleni prejel. Mislim, da so zaposleni boljše volje in imajo neko novo izkušnjo za seboj. Ni veliko podjetij, v katerih se direktorja udeležita (skoraj) vseh razpisanih športnih aktivnosti.«

Intervju 4

»Ime mi je Rok. Treniram akro jogo – prosti treningi, včasih tečem in kolesarim. Po službi grem (obvezno) na trening, nato pa počivat domov. Moj včerajšnji dan je potekal nekako tako: zjutraj sem vstal, nekaj pojedel in odšel v službo. V službi smo imeli malico – kosilo. Po službi sem odšel v fitnes v okolici in sam treniral jogo. Pozneje sem se družil s prijatelji in tako se je dan končal. Vikende preživljam različno. Včasih športno, včasih pa samo počivam in grem na morje itn. Šport je način življenja. Največ mi pomeni, da zjutraj jem zajtrk in vsaj enkrat v dnevu topli obrok ter da ne jem vsak dan mesa. Sem športno aktiven, gibam se od trikrat do sedemkrat tedensko. Promocija zdravja pomeni, da podjetje nudi zaposlenim neki program oz. dejavnosti, ki vplivajo na zdravje zaposlenega. Podjetje izpolnjuje pogoje promocije zdravja. Pogrešam družabni prostor. Podjetje obvešča o dogajanju prek letne skupščine, svoje dogajanje sporoča s slikami na oglasnih deskah in pokali v trgovini. Dodatno bi jih skušal motivirati, da bi dobili prost dan ob udeležbi na izletu ali izzivu, ki ga organizira ŠRD Omega Air. Posledice so vidne: boljša volja, boljše razumevanje, tudi pri prehrani imaš na voljo izbiro solate in bolj zdravega obroka.

Intervju 5

»Sem star otrok, letnik 1972. Oče dveh hčera, starih 16 in 19 let. Delam v podjetju, ki se ukvarja s proizvodnjo filtrov za komprimiran zrak, v katerem skrbim za proizvodnjo. Zunaj službe čas porabim za hišna dela, dela v vinogradu in za šport, še posebej kolesarstvo. Včerajšnji dan je potekal nekako tako: od 6.30 do 15.00 služba. Ob 15.30 prevzem osebnega avtomobila na servisu. Od 16.30 do 17.30 urejanje okolice po priključitvi na kanalizacijo. Ob 19.00 peljal avtodom na servis. Ob 19.30 nadaljeval urejanje okolice. Ob 22.00 urejal knjigo za izdelavo po internetu. Ob 24.00 spanje. Vikende preživljam športno, kot hišnik in z delom v vinogradu. Šport mi predstavlja sprostitev in uživanje v naravi. Med tednom malicam v službi ob 11.30, kosilo pojem doma ob 16.00, sledi večerja po potrebi in ob različnih urah. Pri vsakodnevnih prehranjevalnih navadah nimam posebnih zahtev. Skrbim, da jem dovolj in po svojem okusu. Sem športno aktiven, živim prehitro, za kar ne vem, ali je zdravo. Ker bi se drugače zasedel. Gibam se vsak dan. Promocija zdravja na delovnem mestu pomeni, da podjetje skrbi za zdravo prehrano in delavca spodbuja k zdravemu življenju in gibanju v naravi po delovnem času. Podjetje izpolnjuje promocijo zdravja. Pri podjetju v sklopu promocije zdravja pogrešam sadje, ki bi bilo na voljo, boljše organiziranost podjetja, ker je trenutno stres tisti, ki negativno vpliva na zdravje. Zaposleni so obveščeni dovolj, je pa mogoče seveda še več. Zaposlene bi lahko povabili na seminar, na katerem bi strokovna oseba delavcem razložila pomen zdravega načina življenja. Čeprav ima podjetje lastno športno rekreativno društvo, je zelo malo zaposlenih včlanjenih. Po uvedbi lastne kuhinje pa se je prehranjevanje delavcev med delovnim časom občutno izboljšalo.«

Intervju 6

»Delam v komerciali, kjer sem od 2- do 3-krat tedensko na terenu, večinoma v avtomobilu. Preostali čas sedim za računalnikom. Največ prostega časa posvetim športu, kar pomeni tudi med vikendom. Včeraj, običajni delovni dan na terenu do 15.00, popoldne košnja trave, bicikel 50 km, kratki razteg. Vikende preživljam na svežem zraku večinoma za športne aktivnosti. V zimskem času dejansko vsak vikend na turnih smučeh. Preostali letni časi pa kolo, plavanje, tek, obiščem tudi kakšno zahtevnejšo goro (Triglav, Škrlatica, Mangart, Razor, Prisojnik, Montaž, Grossglockner ...). Šport je resnično način življenja in brez športa bi se počutil izgubljenega. Pomembno mi je, da jem sadje in zelenjavo. Imam priložnost, da imamo lastni vrt, torej domače. Če mi le uspe, na dan zaužijem vsaj en topel obrok. Ravno tako je pomembna hidracija. Sem športno aktiven. Kadar se pripravljam na kakšno triatlonsko tekmo, imam 10–12 treningov/teden, običajno tudi med aktivno pavzo od 5 do 7 tedensko. Menim, da promocija zdravja pomeni zdravo prehrano, ki jo imamo omogočeno, in spodbujanje pri športnih aktivnosti. V polni meri nas pri tem vzpodbuja podjetje Omega Air. Imamo toliko prireditev, da se niti ne uspem vseh udeležiti. Pogrešam nezadostno zavedanje ukvarjanja z rekreacijo, s športom pri sodelavcih. Podjetje obvešča prek ustanovljenega ŠRD. Če si včlanjen, je informacij na pretek – v tiskani brošuri,

koledarju, prek e-pošte in oglasnih desk. Mogoče bi lahko podjetje izvedlo kratko predstavitev ŠRD Omega Air vsem zaposlenim. Predlagal bi kakšno tekmo – piknik na povprečen, srednji čas, da je bolj sproščeno in da ni vedno tekmovanja. Ampak iz mojih virov vsi poznajo situacijo, manjka volje. Opažam samo pozitivne spremembe. Odlično počutje, boljša delovna klima, boljši odnosi.«

Intervju 7

»Delam v računovodskem oddelku, v katerem večino časa sedim, zato rada izkoristim popoldneve za športne aktivnosti. Tudi za vikende rada pobegnem v naravo in se ukvarjam s športom. Včeraj sem delala do 4. popoldne, nato sem odšla na pijačo in na testno vožnjo z električnim avtomobilom. Po končani vožnji sem odtekla še 10 km in odšla spat. Vikende preživljam na svežem zraku večinoma za športne aktivnosti. Običajno grem v hribe ali na morje. Šport je način življenja in brez športa bi se počutila izgubljeno. Pomembno mi je, da jem sadje in zelenjavo, po možnosti z domačega vrta. Pomembno se mi zdi, da na dan zaužijem tudi vsaj en topel obrok, da imam energijo za šport. Sem športno aktivna. Gibljem se 3-krat tedensko plus 1-krat tedensko naredim konkreten trening. Menim, da promocija zdravja pomeni zdravo prehrano, spodbujanje in subvencijo pri športnih aktivnosti. Menim, da podjetje Omega Air to izpolnjuje predvsem z ustanovljenim ŠRD-jem. Obvešča prek ustanovljenega ŠRD. Če si včlanjen, je informacij na pretek – v tiskani brošuri, koledarju, prek e-pošte in oglasnih desk. Zaposlene bi motivirala s kakšnim izobraževalnim predavanjem. Mogoče bi se lahko organizirale skupine za različno stopnjo pripravljene ljudi. Menim, da bi se nekateri radi gibal, vendar se ne udeležujejo aktivnosti, saj trenutno niso v najboljši fizični kondiciji. Pri pozitivnih posledicah so: odlično počutje, boljša delovna klima, boljši odnosi.«

Intervju 8

»Sem mamica dveh majhnih otrok, hkrati gospodinja, žena in zaposlena v podjetju Omega Air kot poslovna sekretarka. Kljub vsakodnevnim skušnjavam skušam svoje delo na vseh področjih opravljati z nasmehom na obrazu in obilo dobre volje. Včeraj sem se uvajala na novo delovno mesto. Bil je velik pretok informacij, na trenutke me je zgrabila panika, vendar vem, da mi bo uspelo, da bom obvladala vse naloge, ki mi bodo zadane. Vikende preživljam tako, da se naspim. Svoj prosti čas namenim družini. Po navadi gremo na kak izlet ali na sprehod po središču Ljubljane. Večino časa preživimo zunaj hiše. Šport zame pomeni skrb za zdravje na področju gibanja oz. aktivnosti preživite zunaj na svežem zraku in v naravi. Zadnje čase vedno bolj pazim na svojo prehrano in prehrano svoje družine. Večinoma kuham raznoliko hrano. Uporabljam olivno olje, beli kruh pa zamenjam s črnim. Pijemo veliko vode in limonade. Ne maram hitre hrane. Trudim se, da je v obrokih veliko sadja in zelenjave. Lahko bi bila bolj športno aktivna, vendar ne uspem vsakodnevno razporediti časa na različne aktivnosti. Gibam se 3-krat tedensko. Mislim, da promocija zdravja pomeni to, na kak način podjetje posveča pozornost svojim zaposlenim na

področju njihovega zdravja. Menim, da podjetje Omega Air čedalje več pozornosti posveča temu, da imajo zaposleni možnost sodelovati v različnih aktivnostih. Nič ne pogrešam, vse je dobro. Obveščajo prek e-pošte, od ust do ust, oglasne deske. Mogoče bi lahko še bolj promovirali oglasne deske, ki so po celotnem podjetju oz. na vsakemu oddelku. Motivacija je velik pojem; na tem področju bi se dalo postoriti še marsikaj. Mogoče bi bila lahko organizirana dodatna izobraževanja za zaposlene. Motivator bi lahko zaposlene na različne načine motiviral in spodbujal pri delu. Pozitivna sprememba je ta, da se vedno več zaposlenih prijavlja na različne športne aktivnosti. Med njimi so tudi taki, ki se nikoli prej niso ukvarjali s športom. Tudi sama sem med njimi.«

Intervju 9

»Star sem 57 let in sem zaposlen v podjetju že več kot 20 let. Rad imam šport ter zdravo in dobro hrano. Včeraj sem bil na Kredarici, saj sem se udeležil izziva, ki ga je organiziralo ŠRD Omega Air. Izlet izziv je bil uspešno izveden in sem zelo zadovoljen. Ob vikendih se po navadi odpravim v Bohinj veslat ali pa na morje. Če je vreme slabo, grem po opravih ali pomagam pri hišnih opravilih. Šport mi veliko pomeni, brez gibanja in športa ne bi bil to, kar sem. Ob športnih aktivnostih si spočijem glavo. Najpomembnejši se mi zdi zajtrk. Skušam jesti čim več sadja in zelenjave ter popiti veliko tekočine. Izogibam se hitri in mastni hrani. Mislim, da živim zdravo, saj se že od malih nog gibam. Zdaj, ko sem starejši, se skušam vsaj od 2- do 3-krat tedensko gibati. Promocija zdravja pomeni, da podjetje spodbuja svoje zaposlene k bolj zdravi prehrani in večjemu gibanju. To sta dva izmed ukrepov, ki spadata k promociji zdravja. Podjetje izpolnjuje pogoje promocije zdravja, so pa zaposleni tisti, ki se nočjo potruditi in sodelovati pri teh možnostih, ki jih imajo. Pogrešam skupni prostor, v katerem bi se lahko usedel na udoben kavč in poklepetal s kom. Podjetje svoje dogodke promovira prek oglasnih desk in iz ust v ust; zaposleni kar radi pokomentirajo, kaj se dogaja, in tako slej ko prej izveš za kakšne izzive. Zaposlene bi lahko motivirali s kakšno dodatno nagrado na cilju, ampak s tem ne mislim denarja, ampak kosilo ali drugo dobrino. Tisti, ki se udeležujejo dogodkov, pri nekaterih so tudi vključeni družinski člani, so bolj veseli in nasmejani, saj so zadovoljni z uspešno izvedenim dogodkom. Lep primer je bil izziv na Triglav, ki je potekal ta vikend.«

Intervju 10

»Kmalu bom star 30 let, imam 4 mesece starega sina in živim s punco v Ljubljani. V podjetju delam že skoraj 10 let. Včeraj sem bil na morju. Bil je družinski dan. Vikende po navadi preživljam z družino, se dobim s prijatelji in naredimo kakšen piknik. Šport mi pomeni sprostitev v življenju. Počutiš se bolje in to je glavni namen. Med delovnikom pojem na dan dve kosili, eno v službi, eno doma. Skušam se izogibati kruhu in krompirju ter testeninam. Popijem kar precej kave in premalo vode. Pomembno mi je, da nisem lačen. Skušam se čim bolj gibati, ampak mi zdravstvene težave malo nagajajo, zato ne morem tako intenzivno trenirati in noreti naokrog. Na teden grem vsaj 2-krat na Šmarno goro.

Pomen promocije zdravja je, da podjetje ponuja zaposlenim neke možnosti, ki vplivajo na njihovo zdravje. Podjetje definitivno veliko vlaga v promocijo zdravja, saj ima res vsak zaposleni možnost udeležbe na organiziranih dogodkih. Tudi če nisi član, greš vseeno lahko na kak pohod ali maraton. Te stvari pa tudi niso tako ugodne. Tudi s prehrano je dobro urejeno, odkar ima podjetje lastno restavracijo. Hrana je dobra in sveže pripravljena. Pogrešam kakšno predavanje, na katerem bi bilo predstavljeno ogrevanje in raztezanje telesa po vadbi, saj na to velikokrat pozabimo. Mislim, da so o dogajanju obveščeni vsi zaposleni. Po podjetju so obešeni koledarji, na katerih so razpisani vsi pohodi, kolesarske prireditve in tekaški maratoni ter drugi izleti. Podjetju bi svetoval, da postavi vodomate, da bi zaposleni popili več tekočine med delovnikom. Zaposleni, ki so del športnih in družabnih dogodkov, so bolj nasmejani in bolj povezani, saj se spoznajo tudi na osebnem področju.«