

Z badań i doświadczeń zagranicznych

Scott Macdonald, Samantha Wells
Addiction Research Foundation of Ontario, Canada

STRATEGIE PROFILAKTYKI W MIEJSCU PRACY: DOŚWIADCZENIA Z BADAŃ NAD OCENĄ POTRZEB W PIĘCIU ZAKŁADACH PRACY

WPROWADZENIE

W artykule omówiono trudności w promowaniu programów profilaktyki i zaproponowano sposoby przezwycięzania tych przeszkód, takie jak np. ankietowe badanie potrzeb. Autorzy omawiają cel i procesy związane z przeprowadzaniem oceny potrzeb czy ankietowym badaniem pracowników w pięciu zakładach pracy, a także wyniki tych badań. Przedstawiają również dane i wnioski uzyskane z ankietowych badań nad oceną potrzeb.

Strategie zachęcania zakładów pracy do wprowadzenia programów profilaktyki i promocji zdrowia

Zasadniczą trudnością w promowaniu programów promocji zdrowia i profilaktyki w zakładach pracy lub jakiejś innej zbiorowości jest brak przekonania zainteresowanych o zaletach takich inicjatyw. Pracodawcy nie są skłonni do dostrzegania i uznawania wartości programów promocji zdrowia / profilaktyki. Wiele osób uważa, że zapobieganie problemom, które *ewentualnie mogą* się zdarzyć, jest sprawą trochę niejasną i wątpliwą. Inną trudnością w promowaniu programów promocji zdrowia i profilaktyki jest fakt, że wydaje się, iż programy takie w porównaniu z innymi prawdopodobnie nie przyniosą bezpośrednich namacalnych efektów, ponieważ zwykle ich wpływ wzrasta stopniowo. Ponadto, osoba zajmująca się promocją zdrowia lub badaniami na ten temat nie jest w stanie określić, *u kogo* promocja zdrowia zapobiegnie problemom zdrowotnym.

Nic więc dziwnego, że pracodawcy często unikają programów profilaktyki lub zwlekają z ich wdrażaniem.

Natomiast łatwiej jest promować programy terapeutyczne i dokonywać ich ewaluacji. Na przykład, kiedy ktoś wyraźnie wymaga leczenia, często źle funkcjonuje w pracy. Bywa, że taki pracownik często się spóźnia, nie przychodzi do pracy, lub ma trudności w relacjach ze zwierzchnikami czy współpracownikami. Przedstawiciele zakładów pracy bez trudu dostrzegają, jak cenne byłoby wyeliminowanie takich problemów lub ograniczenie ich występowania. Kiedy powstanie raport opisujący ograniczenie takich problemów w związku z leczeniem, stanowi to dowód potwierdzający skuteczność terapii. Co więcej, po wprowadzeniu programów terapeutycznych zakład pracy może określić, do pewnego stopnia, komu taka interwencja przyniosła korzyści. Inaczej mówiąc, przyniosła wymierne efekty pokazujące pracodawcy, że wdrażanie takich programów ma sens i przynosi zyski.

Trudno przecenić znaczenie skutecznych strategii przekonywania zakładów pracy o użyteczności programów profilaktycznych. Jednym ze sposobów przewyższania trudności związanych z wdrażaniem takich programów mogłoby być unikanie nazywania ich według typu programu (np. program terapeutyczny, profilaktyczny, lub promocji zdrowia) i mówienie tylko o treści konkretnych programów. Wówczas można by prowadzić badania nad oceną potrzeb dla określenia, jakie konkretne programy najlepiej zaspokajałyby potrzeby istniejące w miejscu pracy, nie nastawiając pracodawcy ani za, ani przeciw poszczególnym typom programów. Ponadto, pracodawcy zwykle potrafią docenić wartość konkretnych, specyficznych programów. Na przykład, pracownicy w jakimś zakładzie pracy mogą wskazać, że jest im potrzebny program odzwyczajania się od palenia. Pracodawca prawdopodobnie uzna, że warto wprowadzić taki program, niezależnie od tego, czy będzie to program profilaktyki, promocji zdrowia, czy terapii, ponieważ przyniesie on pracownikom korzyść w postaci zmniejszonego ryzyka zachorowania na raka płuc, choroby serca i inne dolegliwości. Powszechnie uważa się, że ze względu na absencję chorobową zdrowi pracownicy będą prawdopodobnie pracowali znacznie wydajniej niż niezdrowi.

Inną strategią promowania rozwoju programów profilaktyki jest przeprowadzenie badań nad oceną potrzeb w miejscu pracy. Ocena potrzeb określająca hierarchię potrzeb w celu opracowania i udoskonalenia programu oddziaływań może być niezmiernie użytecznym elementem mechanizmu zmiany postaw wobec promocji zdrowia i profilaktyki.

Ankietowe badanie potrzeb

W ramach oceny potrzeb każdy pracownik danego zakładu pracy dostaje kwestionariusz do wypełnienia. Ankiety takie mogą być bardzo przydatne jako źródło informacji dla organizacji zainteresowanych wprowadzeniem lub modyfikacją programów pomocy pracownikom (PPP – ang. employee assistance program, EAP) lub programów promocji zdrowia dla pracowników. Dokładniej mówiąc, mogą być one szczególnie użyteczne wówczas, gdy chodzi o osiągnięcie jednego lub wszystkich niżej wymienionych celów:

- określenie preferowanej struktury nowego PPP;
- określenie modyfikacji już istniejącego PPP;
- określenie priorytetów dla opracowywania programów.

Ankietowe badania pracowników mogą służyć również do wspierania procesu demokratycznego, wszyscy pracownicy bowiem mają wówczas poczucie, że przyczyniają się do decyzji dotyczących całej załogi. Jeśli w zakładzie pracy istnieje już jakiś PPP, badania ankietowe często pomagają rozpowszechnić wśród pracowników informację, że taki program istnieje, a także uświadomić im różne zagadnienia związane ze zdrowiem.

Badania nad oceną potrzeb można prowadzić równocześnie z ewaluacją PPP lub z badaniami, których celem jest określenie preferowanej struktury PPP. W prowincji Ontario znaczna część (około 16%) dużych zakładów pracy ma swoje programy pomocy pracownikom (PPP). Ogólnie mówiąc, zakłady pracy aprobują ideę wdrażania i doskonalenia PPP, popierają badania, które mają na celu ocenę funkcjonowania dotychczasowego PPP oraz określenie, jakie inne programy należałoby wprowadzić, aby zaspokoić potrzeby istniejące w miejscu pracy. Kwestionariusze rozdawane wszystkim pracownikom mogą zawierać pytania dotyczące funkcjonowania istniejącego PPP. Można też włączyć inne pytania, dotyczące stylu życia i preferowanych obszarów, jakie powinien uwzględniać program. Na podstawie tych pytań można określić zakresy, w których poziom potrzeb jest wysoki, a także najskuteczniejsze sposoby zaspokojenia tych potrzeb.

Określiwszy potrzeby danego zakładu pracy, można dodać dalsze pytania dotyczące bardziej podstawowych zagadnień badawczych. Informacje, na których szczególnie zależy zakładom pracy, mogą być również przydatne do celów badawczych. Wiele zakładów pracy, w których prowadziliśmy badania nad oceną potrzeb, życzyło sobie informacji o problemach związanych ze stylem życia, takich, jak palenie, picie i używanie narkotyków, a także o poziomie stresu. Dane te posłużyły do opracowania różnych programów, m.in. profilaktyki i promocji zdrowia. W ankietach zamieszczono również pytania dotyczące charakterystyki pracy wykonywanej przez badanych. Uzyskane dane przydały się nie tylko do określenia, na co powinny oddziaływać różne programy, ale także do analizy związku między właściwościami wykonywanej pracy a używaniem alkoholu i innych substancji psychoaktywnych. Tego rodzaju informacje wykorzystuje się dla ustalenia, jakiego rodzaju programy trzeba opracować dla różnych środowisk pracy, tak by zapobiegać związanym z pracą zawodową problemom alkoholowym lub nadużywaniu innych substancji psychoaktywnych. Informacje uzyskane z każdego zakładu pracy połączono w jedną dużą bazę danych. Dane te będą analizowane, aby zrealizować wymienione tu cele badawcze.

Innym czynnikiem ważnym dla uzyskania poparcia zakładów pracy w prowadzeniu tego rodzaju badań jest nawiązanie długotrwałych dobrych stosunków z zakładami pracy. Addiction Research Foundation (ARF – fundacja badań nad uzależnieniami) jest o tyle wyjątkowa, że prowadzi na terenie Ontario 27 biur, w których konsultanci programowi rozpowszechniają wśród zainteresowanych (z zakładami pracy

włącznie) informacje o alkoholu i innych substancjach psychoaktywnych. Konsultanci programowi w ciągu wielu lat swego działania nawiązali znajomości z koordynatorami i członkami komisji PPP z różnych zakładów pracy, co jest czynnikiem o nieocenionym znaczeniu dla wzajemnego szacunku i zaufania.

Problemy metodologiczne w badaniach nad oceną potrzeb w miejscu pracy oraz proponowane sposoby przewyżczenia problemów

Zakłady pracy zwykle nie są zainteresowane prowadzeniem badań na swoich pracownikach, o ile nie widzą bezpośredniego zastosowania tych badań w formie np. opracowania programów czy linii postępowania, która przyniosłaby korzyści samej firmie. Świadczenie usług dla zakładu pracy ma zasadnicze znaczenie dla utrzymania dobrych stosunków między pracodawcami a badaczami. W tej sytuacji korzystają obie strony – pracodawca może zająć się potrzebami pracowników w miejscu pracy, a badacz – swoimi celami badawczymi. Wydaje się, że poprawie tej relacji sprzyja pobranie od zakładu pracy honorarium za przeprowadzenie badania ankietowego, ponieważ pracodawca ma wówczas silniejsze poczucie własności wobec powstałego produktu.

Kiedy prowadzi się badania nad oceną potrzeb w miejscu pracy, bardzo ważną sprawą jest uzyskanie jakiejś formy zaangażowania pracodawców. Muszą się oni zaangażować w popieranie procesu badawczego, a także – po zakończeniu badań – we wprowadzenie konkretnych działań czy programów na podstawie uzyskanych wyników. Jeśli przeprowadzona ocena potrzeb ujawni jakiś obszar, w którym potrzeby są wyraźne, a nie robi się niczego, aby te potrzeby zaspokoić, wówczas może nastąpić spadek morale i wydajności załogi. Od początku należy zachęcać dyrekcję, by przeznaczyła pieniądze na udoskonalenie istniejących lub wprowadzenie nowych programów. Dopóki nie uzyska się takiego zobowiązania, zwykle nie warto rozpoczynać oceny potrzeb.

Kiedy badania nad oceną potrzeb podejmuje się z inicjatywy koordynatorów PPP lub członków komisji PPP, jest większe prawdopodobieństwo, że zostaną wprowadzone programy promocji zdrowia i profilaktyka. Ludziom tym często bardziej niż dyrektorom i kadrze kierowniczej zależy na utrzymywaniu pracowników w dobrym zdrowiu społecznym, fizycznym i psychicznym. Koordynatorzy i członkowie komisji PPP stają się więc rzecznikami takich idei i programów. To do nich należy przekonanie kadry kierowniczej, że ankietowa ocena potrzeb jest wartościową metodą umożliwiającą określenie, w jakich obszarach potrzeby pracowników są największe.

Doświadczenia, jakie zyskaliśmy przeprowadzając badania nad oceną potrzeb w pięciu zakładach pracy wskazują, że wprowadzenie nowych programów zależy od dwóch podstawowych czynników: od tego, kto zgłasza zapotrzebowanie na przeprowadzenie oceny potrzeb, oraz od tego, w jakim stopniu dyrekcja gotowa jest do podjęcia odpowiednich działań wykorzystujących wyniki i zalecenia. W trzech spośród badanych miejsc pracy badania nad oceną potrzeb podjęto z inicjatywy członków

komisji PPP, a dyrekcja wyraźnie deklarowała, że na podstawie wyników badania chce opracować i wdrożyć odpowiedni program. W każdym z tych miejsc pracy rzeczywiście wprowadzono później nowe programy. Natomiast w innym badanym przez nas zakładzie pracy zapotrzebowanie na przeprowadzenie oceny potrzeb zgłosiły związki zawodowe w ramach negocjowania z dyrekcją umowy zbiorowej. Warto zauważyć, że z tego procesu nie powstał ani jeden nowy program. W piątym badanym zakładzie pracy inicjatorem podjęcia badań nad oceną potrzeb była dyrekcja. W tym zakładzie pracy poważnym problemem było niskie morale i szereg innych trudności z pracownikami. W niektórych działach tej firmy zbojkotowano nasz kwestionariusz, tak że otrzymaliśmy wypełnione ankiety tylko od 28% badanych. W firmie przeprowadzano już dawniej ankietową ocenę potrzeb i nic nie zrobiono, by wykorzystać wyniki. Ten sam schemat powtórzył się; po zakończeniu naszego badania nad oceną potrzeb nie wprowadzono żadnych nowych programów.

W trakcie badań okazało się również, że niezmiernie ważne jest, aby członkowie komisji PPP aktywnie zaangażowali się w proces zbierania danych; w przeciwnym razie można otrzymać z powrotem niewiele wypełnionych ankiet. Mała liczba zwrotów może spowodować istotny systematyczny błąd pomiaru, ponieważ osoby wypełniające ankietę mogą się znacznie różnić od ogółu pracowników. Liczbę wypełnionych ankiet można zwiększyć, jeśli dopilnuje się, by komisja PPP poinformowała wszystkich pracowników o mających się wkrótce zacząć badaniach. Należy także wprowadzić szczegółowe procedury odbierania wypełnionych ankiet. Mogą to z powodzeniem robić członkowie PPP, ponieważ zwykle cieszą się oni szacunkiem i uznaniem pracowników.

Poziom zwrotów (czyli liczba zwróconych, wypełnionych ankiet) może być bardzo różny, w dużym stopniu w zależności od procedury zbierania danych. Przed rozpoczęciem zbierania danych należy poinformować pracowników o celu i znaczeniu ankiety, która ma być wkrótce przeprowadzona. Zadanie to można wykonać przy użyciu kilku strategii: listów do pracowników, ulotek, spotkań informacyjnych, plakatów na tablicach ogłoszeń oraz komunikatów w systemie publicznego przekazu. Na ogół na wypełnienie kwestionariusza pracownikom wystarcza 1 tydzień. Najwyższy poziom zwrotów uzyskuje się wówczas, gdy rozdaje się kwestionariusze pracownikom podczas dnia pracy i gdy mają czas na wypełnienie ankiety w godzinach pracy. Większość firm jednak niechętnie odnosi się do takiej procedury, uważając, że przeszkadza to w pracy. Innym skutecznym sposobem zwiększenia liczby zwrotów jest uzgodnienie z kluczowymi osobami w każdym dziale firmy, że będą one odpowiedzialne za zebranie danych. Przy tej strategii kluczowe osoby z personelu mogą sobie zanotować, kto już oddał wypełnioną ankietę i zachęcać tych, którzy jeszcze nie oddali kwestionariusza, aby to zrobili. Albo też wyznaczone osoby z personelu mogą kilkakrotnie przypominać o uczestnictwie w badaniu ankietowym wszystkim pracownikom swego działu. Niektóre firmy jednak niechętnie zgadzają się na udział osób z personelu w zbieraniu wypełnionych ankiet, obawiając się naruszenia poufności odpowiedzi. Niektóre zakłady pracy mają personel różnych narodowości; może to stwarzać poważne bariery językowe i kulturowe przy zbieraniu danych. Jeśli zi-

dentyfikuje się liczną grupę osób nie znających języka, w którym napisano kwestionariusz, należy przetłumaczyć dla nich ogłoszenia, komunikaty, a także pytania kwestionariusza, aby zwiększyć liczbę wypełnionych ankiet i ograniczyć problemy ze zbieraniem danych. Przy zastosowaniu wielu lub większości powyższych procedur uzyskuje się na ogół poziom zwrotów w granicach 50 do 70%.

Wyniki badań ankietowych nad oceną potrzeb w pięciu zakładach pracy

Badania ankietowe przeprowadzono w pięciu różnych miejscach pracy: w policji, przemyśle (rafineria ropy naftowej), firmie usług gastronomicznych, szkolnictwie (dla personelu technicznego) i w szpitalu. Dobór miejsc pracy nie był losowy. Zakłady pracy, które chciały przeprowadzić ankietowe badania swoich pracowników, zwróciły się z prośbą o pomoc do lokalnych konsultantów Addiction Research Foundation (ARF). Wyniki badania ankietowego były bardzo przydatne dla określenia, dla jakich potrzeb należy stworzyć program. Na przykład, wyniki ankiety przeprowadzonej w policji wykazały, że dla policjantów ważnymi sprawami są ćwiczenia fizyczne, waga i odżywianie się oraz stres. Zalecono wobec tego wprowadzenie programów: promocji zdrowia, sprawności fizycznej, radzenia sobie ze stresem oraz porad dotyczących żywienia i utrzymania wagi. W badanej firmie usług gastronomicznych było wielu palaczy, a także wielu pracowników zainteresowanych udziałem w programie pomagającym rzucić palenie; zalecono więc program odzwyczajania od palenia. Pracownicy rafinerii ropy naftowej ujawnili wysoki poziom stresu, silną potrzebę planowania finansowego i duże zainteresowanie sprawnością fizyczną. W konsekwencji zalecono programy: radzenia sobie ze stresem, planowania finansowego i ćwiczeń zwiększających sprawność fizyczną.

Wyniki naszych badań pokazały, że w zakładach pracy, w których istnieją PPP, pracownicy w niewielkim stopniu korzystają z takich programów i nie bardzo orientują się, co należy zrobić, aby z nich skorzystać. Zalecono więc przeprowadzenie kampanii promocyjnej PPP. W każdym miejscu pracy pytano pracowników, gdzie woleliby mieć program terapeutyczny – na terenie zakładu pracy czy poza nim. Zdecydowana większość pracowników we wszystkich miejscach pracy wołała terapię poza zakładem pracy, wobec czego taką lokalizację zalecono.

Uzyskano również informacje o efektywności PPP w miejscu pracy. Informacje zwrotne od pracowników mogą ujawnić poważne problemy z realizacją PPP i w rezultacie spowodować radykalne zmiany w sposobie realizacji tych programów. Na przykład, w niedawnym badaniu potrzeb połączonym z ewaluacją PPP, pracownicy korzystający z PPP zgłosili poważne zastrzeżenia wobec swego koordynatora PPP. Był to program realizowany na terenie zakładu pracy, gdzie ta właśnie osoba prowadziła wszystkie formy terapii. W wielu przypadkach pracownicy, którzy zgłosili się do leczenia, w długich pisemnych komentarzach uskarżali się na brak profesjonalizmu koordynatora i naruszanie przezeń zasady poufności. Uwagi te dołączono do raportu, w którym zalecono leczenie poza terenem zakładu pracy przez terapeutę-profesjonalistę. Po przeczytaniu raportu koordynator PPP zgodził się

z zaleceniami i wprowadzono leczenie poza miejscem pracy. Koordynator został przeniesiony na inne stanowisko w tej samej firmie.

WNIOSKI

Wiele czynników stanowi przeszkodę we wdrażaniu programów promocji zdrowia / profilaktyki oraz w prowadzeniu badań na pracownikach w miejscach pracy. Aby przezwyciężyć te trudności można posłużyć się pewnymi strategiami. Po pierwsze, stwierdziliśmy, że najlepiej jest ustalić płaszczyznę porozumienia z zakładami pracy, co zwykle polega na przeprowadzeniu ankietowej oceny potrzeb, której celem jest oszacowanie, w jaki sposób można najskuteczniej ulepszyć istniejący lub opracować nowy PPP. Po drugie, skutecznym sposobem radzenia sobie z problemami przy „sprzedawaniu” programów promocji zdrowia / profilaktyki zakładom pracy wydaje się omawianie konkretnych programów, nie zaś mówienie o koncepcjach czy typach programów (takich jak np. terapia czy profilaktyka). Po trzecie, bardzo ważne jest wypracowanie długoletnich dobrych stosunków z zakładami pracy. W ARF postulat ten spełniają konsultanci programów w 27 oddziałach terenowych rozrzuconych po całym Ontario. I wreszcie, aby proces badań nad oceną potrzeb udał się i przyniósł optymalne rezultaty, zarówno komisje PPP jak i kadra kierownicza powinny zaangażować się i aktywnie uczestniczyć w każdym etapie tego procesu.