

Маркетинговые технологии в укреплении общественного здоровья на предприятиях.

Marketing technologies in strengthening public health in enterprises.

УДК- 614.2:331.47/.48. /ББК- 65.495

Зиганшина З.Р., к.э.н., доцент кафедры менеджмента в социальной сфере КФУ, кафедры общей гигиены КГМУ Минздрава Российской Федерации, zr_ziganshina@mail.ru
SPIN- код: 8552-0679, Author ID: 627389; Scopus Author ID: 57204888638
Researcher ID (WoS): E-4484-2017; ORCID ID: 0000-0002-5826-6309

Ziganshina Z.R., Candidate of Economics, Associate Professor of the Department of Management in the Social sphere IUEF KFU, Associate Professor of the Department of General Hygiene of the KSMU Ministry of Health of the Russian Federation.

Морозов В. А., доктор экономических наук, профессор кафедры философии и методологии экономики Экономического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова, mva55.00@mail.ru
SPIN- код: 6037-1609, Author ID: 691223; Scopus Author ID: 0000-0001-8089-1015
Researcher ID (WoS): ABH-1233-2020; ORCID ID: 0000-0001-8089-1015

Morozov V.A., Doctor of Economics, professor, Department of philosophy and methodology of Economics, faculty of Economics, Moscow state University. M. V. Lomonosov, mva55.00@mail.ru

Аннотация: В статье рассмотрены технологии, применяемые при формировании коммуникационной политики в обществе по вопросам укрепления общественного здоровья. Получен инновационный опыт создания и реализации корпоративных программ укрепления здоровья, работающих в Республике Татарстан на базе благотворительной организации (БО) «Золотое сердце». Подтверждена эффективность проводимых мероприятий по реализации намеченных программ на основе обратных связей по укреплению общественного здоровья на предприятиях региона.

Abstract: The article discusses the technologies used in the formation of communication policy in society on issues of strengthening public health. The innovative experience of creating and implementing corporate health promotion programs operating in the Republic of Tatarstan based on the charity organization "Golden Heart" was obtained. The effectiveness of the measures taken to implement the planned programs based on feedback to strengthen public health at the enterprises of the region has been confirmed.

Ключевые слова: маркетинг, ограничительные меры, технология подталкивания, ЗОЖ, здоровье, программы укрепления здоровья.

Keywords: marketing, restrictive measures, nudging technology, healthy lifestyle, health, health promotion programs.

Система укрепления общественного здоровья, от проведения научных исследований до организации коммуникационной политики в обществе, выстраивает направления формирования здорового образа жизни населения страны. Реализуемый в России последние годы Федеральный проект «Укрепления общественного здоровья» направлен на качество здоровья населения и благополучие людей с повышением к 2030 г. средней продолжительности жизни до 78 лет. Сегодня мировые системы управления общественным здоровьем широко пропагандируют здоровый образ жизни, поощряя это различными методами. Необходимость обеспечения баланса между общественным здравоохранением и гражданскими свободами во время пандемии продемонстрировала нам огромный спектр организационно-правовых и морально-этических задач в системе управления общественным здоровьем. Они варьируются от: распределения ограниченных медицинских ресурсов; равного доступа к здравоохранению, включая медицинское обслуживание уязвимых групп населения; ограничения свободы слова до вопросов принуждения при выполнении правил личной изоляции и физического дистанцирования. Последние три проблемы подразумевают значительные ограничения основных гражданских свобод. Согласно положениям Всемирной организации здравоохранения, осуществление индивидуальных прав человека и гражданских свобод во время чрезвычайных ситуаций, связанных с пандемией, приходится ограничивать в интересах общества. Эти меры должны быть: необходимыми и разумными; пропорциональными и справедливыми; недискриминационными и соответствующими национальным и международным законодательствам.

Остановимся на рассмотрении вопросов развития общественного здоровья? Как правило, люди откладывают решения вопросов саморегуляции здоровья и отказа от вредных привычек в погоне за удовольствиями. Несмотря на проводимую во многих странах антитабачную политику, маркетологи табачных корпораций находят эффективные пути её продвижения и создания искажённых представлений о табакокурении. Одним из эффективных методов являются ограничительные меры, которые несмотря на запрещающий знак мотивируют человека к потреблению. В ходе анализа реализуемых в мировой практике корпоративных программ укрепления здоровья работающих, авторами были найдены альтернативы. Например, в курилках крупных организаций во время обеда

включалась громкая музыка. Поскольку большинство курильщиков, осуществляя пагубную привычку параллельно вели диалоги с коллегами, из-за громкой музыки им это не удавалось. Итогом акции стало сокращение курения в рабочее время, сокращение числа курильщиков, докуривающих сигареты до самого конца. Аналогичная картина в потреблении алкоголя: запретительные меры не всегда мотивируют граждан к сокращению его потребления. Директорам двух предприятий была поставлена задача по сокращению числа алкоголезависимых работников. Один руководитель решил на входе установить алкотестер, что привело к агрессии сотрудников и сохранению количества потребления. Второй же нашел мотивацию - дополнительное рабочее время, за счет чего достиг поставленных перед ним показателей по сокращению потребления алкоголя. Альтернативой запретных мер в управлении общественным здоровьем может служить технология подталкивания «Nudge»[1]. Например, в Великобритании на улице стоят два контейнера для сигаретных окурков. На одном из них написано «Роналду», на другом – «Месси». Над контейнерами – призыв к действию: проголосовать за лучшего футбольного игрока, выбросив окурков в соответствующий бак. Через двенадцать недель после начала акции количество «сигаретного мусора» снизилось на 46%. В США с помощью аналогичного эксперимента количество окурков, брошенных на землю, было снижено на 74% за 6 месяцев. Такие надж-технологии оказывают значительное влияние на нашу повседневную жизнь: они помогают экономить деньги, сортировать мусор, и даже правильнее питаться. Основное преимущество — они реализуются, не требуя масштабных изменений (модель поведения Фогга) [2]. Согласно этой теории, «подталкивание» может быть эффективным только, если: потребитель в силах и способен выполнять поставленные перед ним задачи; получает подсказки и указания к действиям, некий алгоритм поведения; обязательно мотивирован. Рассмотрим процесс применения данной технологии при формировании корпоративных программ укрепления здоровья работающих на территории Республики Татарстан.

К о р п о р а т и в н ы е программы укрепления здоровья на рабочем месте — это объединенные усилия работодателей, работников и органов власти по улучшению здоровья и благополучия людей трудоспособного возраста, которые могут быть достигнуты путем: улучшения организации труда и рабочей среды; содействия активному участию всех заинтересованных сторон в процесс и создания эффективной системы поощрения. Важно отметить, что корпоративные программы являются дополнительной поддержкой, а не

заменой системы управления рисками на рабочем месте. Надлежащее управление рисками является важной основой для успешной программы. Одним из механизмов внедрения и реализации корпоративных программ является применение элементов теории подталкивания, предполагающей влияние на процесс принятия групповых и индивидуальных решений посредством положительного подкрепления и не прямых указаний. Согласно данной теории, подталкивание к действию не менее эффективно, чем принуждение или рекомендация. Для доказательства того, что корпоративные программы укрепления здоровья на рабочем месте не просто модный тренд, а базовая потребность в модельной корпоративной программе (разработанной членами экспертной группы Минздрава РФ) авторами предложены результаты анализа потребностей стейкхолдеров - участников процесса. [3],[4], [5]. Целью анализа является определение ключевых причин, аргументов и мотивации работодателей, работников и органов власти для реализации инициатив по укреплению здоровья на рабочем месте. Критерии разработаны на основе метода «Дизайн-мышления» (создания предложения на основе ценностного подхода) Данная методика позволяет глубоко погрузиться в клиентский опыт при создании корпоративных программ, найти креативное решение проблем стейкхолдеров до ее внедрения в организация. Авторами были определены потребности, механизмы мотивации и аргументы для внедрения кооперативных программ укрепления здоровья работающих [6], [7].

1. Потребности участников корпоративной программы укрепления здоровья работающих

Работник	Работодатель	Государство
----------	--------------	-------------

<p>Гигиена труда (оценка рисков для здоровья на рабочем месте)</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ Условия труда (оценка экономических рисков - можно снизить стоимость несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний) ➢ Связь между профилактикой и здоровьем ➢ Выявление заболеваний на ранней стадии ➢ Возможность получения бонуса 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ П о в ы с и т ь производительность труда ➢ С о к р а т и т ь расходы, связанные с днями нетрудоспособности ➢ Улучшить культуру организации и сохранить существующих сотрудников ➢ Улучшить имидж организации, привлечь талантливых сотрудников и выполнить обязательства по корпоративной социальной ответственности 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Снижение уровня заболеваемости ➢ Сокращение дней нетрудоспособности ➢ Сокращение смертности; ➢ Внешние эффекты для лиц, не задействованных в программах ➢ Уменьшение расходов, связанных с медицинской помощью и инвалидностью ➢ Р о с т конкурентоспособности предприятий ➢ У в е л и ч е н и е
---	---	--

2. Аргументы для участников корпоративной программы укрепления здоровья работающих

Работник	Работодатель	Государство
----------	--------------	-------------

<ul style="list-style-type: none"> ➤ Эффективная диагностика ➤ План мероприятий – ЗОЖ (по группам риска) ➤ Повышение информированности о принципах здорового образа жизни; ➤ Нормы – давления, потребления пищи, физических нагрузок, рабочего времени и т. д. ➤ План мероприятий по борьбе с вредными привычками ➤ Навыки психогигиены ➤ Здоровье – ценность ➤ Создание условий для повышения мотивации и работоспособности ➤ Активное долголетие 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Убедительные доказательства того, что меры по прекращению курения, направленные на отдельных курильщиков, увеличивают вероятность, что курильщики бросят курить. ➤ Убедительные доказательства того, что многокомпонентные вмешательства, направленные на физическую активность и / или питание, эффективны в повышении уровня физической активности, здорового питания и профилактике ожирения. ➤ Эффективность мероприятий физической активности, направленных на предотвращение скелетно-мышечных нарушений, таких как боль в пояснице. ➤ Эффективность мероприятий - системный или комплексный подход предотвращения и контроля 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Политика и инициативы органов власти, направленные на поощрение или поддержку работодателей в целях внедрения программ укрепления здоровья на рабочем месте
---	--	---

3. Определение мотивационных механизмов для участников корпоративной программы укрепления здоровья работающих

Работник	Работодатель	Государство
----------	--------------	-------------

<ul style="list-style-type: none"> ➤ Повышение благосостояния вследствие сокращения дней нетрудоспособности ➤ Повышение удовлетворенности работой ➤ ➤ Отказ от вредных привычек; ➤ Снижение стресса; ➤ Повышение благосостояния; ➤ Улучшение здоровья; ➤ Повышения качества жизни ➤ Улучшение условий труда 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Улучшение производительности, сокращение дней нетрудоспособности ➤ Улучшенная адаптация к международным стандартам ➤ Снижение затрат на несчастные случаи и профессиональный риск ➤ Повышение лояльности клиентов ➤ Снижение прогулов ➤ Улучшение корпоративного имиджа и шансов на реализацию стратегии компании ➤ Снижение затрат на внедрение новых профилактических программ ➤ Снижение текучести кадров ➤ Поддержка программ страховыми компаниями, или другие внешние стимулы ➤ Улучшенная организационная культура ➤ Сохранение числа существующих сотрудников и набор новых ➤ Экономическая эффективность: возврат инвестиций ➤ Повышение эффективности продвижения программы, с одновременным сохранением затрат ➤ Снижение травматизма и несчастных случаев на производстве; ➤ Уменьшение 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Улучшение производительности, сокращение дней нетрудоспособности ➤ Количество работников, включенных в корпоративные программы на территории пилотных регионов ➤ Количество работников, включенных в корпоративные программы на территории РФ ➤ Снижение уровня заболеваемости ➤ Сокращение смертности
---	---	--

Авторами были определены следующие направления реализации программ:

- 1.Выявление факторов риска хронических неинфекционных заболеваний.
- 2.Определение группы риска по результатам плановой диспансеризации и проф. осмотров. Выявление приоритетных направлений.
- 3.Индивидуальное и групповое консультирование сотрудников по вопросам здоровья.
- 4.Трансформация рабочего места и создание инфраструктуры ЗОЖ.
- 5.Коммуникационная политика.
- 6.Обучение ответственных сотрудников профилактике неинфекционных заболеваний.
- 7.Создание программы корпоративной социальной ответственности.
- 8.Мониторинг мероприятий программы.
- 9.Организация поощрений за работу по укреплению здоровья на рабочем месте и практической деятельности по изменению образа жизни.

В качестве примера, можно рассмотреть созданную и реализуемую корпоративную программу на одном из предприятий оборонной промышленности. Создание корпоративной программы было начато с применения теории подталкивания в выборе направлений программы. Для работников организации и руководителей цехов были разработаны «Вопросы к обсуждению с руководителями отделов (цехов) и персоналом организаций –участников пилотного проекта», которые включали в себя три направления: общий менеджмент (целеполагание, ответственность участников), оценка производственной среды и трудового процесса (аудит условий труда и безопасности), состояния здоровья работников, выбор основных аспектов корпоративной программы. Были разработаны с участием сотрудников предприятия характеристики особенностей работы цехов (отделов) предприятия и основные аспекты программы, обозначенные коллективом предприятия по цехам, что было принято коллективом предприятия. После аудита - обратной связи участников соглашения было принято решение о включение в программу следующих предложений:

1. Здоровое питание: в столовой увеличить ассортимент овощных и фруктовых салатов; организовать продажу фруктов, минеральной и питьевой негазированной воды; поставить кулеры с питьевой водой; в буфетах не продавать сладкие газированные напитки, фастфуды и др.

2. Повышение физической активности: подготовка инструкторов по производственной гимнастике согласно образовательной программе; обучение инструкторов по физической культуре по использованию комплекса производственной гимнастики с учётом возрастных групп; мастер-класс по проведению физкультминутки; обучение медицинского работника или инструктора по физической культуре «скандинавской ходьбе» (закупка палок для «скандинавской ходьбы»).

3. Отказ от вредных привычек: выявление и учет работников с никотиновой зависимостью согласно опросу регионального центра здоровья; разработка индивидуальных занятий помощи в отказе от курения (индивидуальная работа с психологом); информирование об адресах лечебно-профилактических учреждений, имеющих кабинеты отказа от курения;

4. Организация групповых форм обучения работников предприятия профилактике ХНИЗ по темам: артериальная гипертония, сердечно-сосудистые заболевания, сахарный диабет, хронический бронхит, заболевания ЖКТ, профилактика онкологических заболеваний; обучение первым признакам инфаркта миокарда и инсульта и оказания первой помощи.

5. Размещение статей в газете предприятия по медицинским темам.

6. В «красных уголках» и учебных комнатах разместить печатные информационные материалы ГАУЗ «Республиканский центр медицинской профилактики» (далее - ГАУЗ «РЦМП») по различной медицинской тематике.

7. На видеомониторах демонстрировать видеоролики ГАУЗ «РЦМП» по различной медицинской тематике во время перерывов.

Второй этап применения теории подталкивания заключался в формировании у сотрудников правильных привычек питания. Были разработаны следующие предложения:

- изменение инфраструктуры мест общественного питания;
- установка санитайзеров и бумажных полотенец в столовых;
- информационно-коммуникационные мероприятия в местах общественного питания и изменение меню;
- усовершенствование работы персонала и изменение технологии выкладки еды на витрине путём применения технологии надж: маркировка;
- изменение привычек в питании сотрудников цехов в зависимости от профессиональной нагрузки;

- создание и ведение колонки об основах правильного питания в газете предприятия;

- проведение лекций и семинаров об основах правильного питания и формирования полезных привычек;

- контроль питьевого режима в цехах.

В ходе аудита реализации предложенных сотрудниками направлений корпоративной программы и мероприятий, выявлено повышение спроса на блюда из меню правильного питания на 30%, улучшение показателей массы тела сотрудников. Применение основ теории подталкивания к правильному питанию сотрудников работниками столовой позволило увеличить продажи фруктов, в случае остатка денежных средств из нормы дневного рациона, как альтернативы выпечки; что способствовало развитию здоровых привычек не только у сотрудников организации, но и членов их семей. Таким образом, можно подтвердить эффективность применения теории подталкивания наряду с запретительными мерами в управлении общественным здоровьем. Этому послужил учёт авторами специфики работы предприятий и особенностей традиций в республике Татарстан. В статье доказана необходимость участия потребителей в формировании системы управления общественным здоровьем, роль мотивации и ее определения в укреплении здоровья общества.

Используемые источники

1. Р. Талер, К. Санстейн «Nudge. Архитектура выбора. Как улучшить наши решения о здоровье, благосостоянии и счастье» / Изд. Манн, Иванов, Фербер, 2018 г. - 240 с.
2. Теория подталкивания [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://turumburum.ua/blog/teoriya-podtalkivaniya-kak-ispolzovat-na-sayte/> (Дата обращения: 15.04.2023)
3. Паспорт Федерального проекта «Укрепление общественного здоровья» [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://minzdrav.gov.ru/poleznye-resursy/natsproektzdravoohranenie/zozh> Дата обращения (10.03.2023)
4. Корпоративные модельные программы [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://minzdrav.gov.ru/poleznye-resursy/natsproektzdravoohranenie/zozh> Дата обращения (10.03.2023)

5. Библиотека корпоративных программ укрепления здоровья сотрудников [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://minzdrav.gov.ru/poleznye-resursy/natsproektzdravoohranenie/zozh> Дата обращения (10.03.2023)
6. Н. Журавлева, И. Кутенева Дизайн-мышление. Думаем по-новому. М. - Изд. Букинистика, 2014 г. - 320 с.
7. Оливер Кемпкенс Дизайн-мышление. Все инструменты в одной книге. М.-Изд. Эксмо, 2019 г. - 219 с.

References

1. R. Thaler, K. Sunstein "Nudge. Choice architecture. How to Improve Our Decisions about Health, Wealth, and Happiness. М., Mann, Ivanov, Ferber, 2018 - 240 p.
2. Pushing theory [Electronic resource] URL: <https://turumburum.ua/blog/teoriya-podtalkivaniya-kak-ispolzovat-na-sayte/> Date of access (15.04.2023)
3. Passport of the Federal project "Strengthening public health" [Electronic resource] URL: <https://minzdrav.gov.ru/poleznye-resursy/natsproektzdravoohranenie/zozh> Date of access (10.03.2023)
4. Corporate model programs [Electronic resource] URL: <https://minzdrav.gov.ru/poleznye-resursy/natsproektzdravoohranenie/zozh> Date of access (10.03.2023)
5. Library of corporate programs to improve the health of employees [Electronic resource] URL: <https://minzdrav.gov.ru/poleznye-resursy/natsproektzdravoohranenie/zozh> Date of access (10.03.2023)
6. N. Zhuravleva, I. Kuteneva Design thinking. Thinking in a new way. М., Ed. Bookinistry, 2014 - 320 p.
7. Oliver Kempkens Design Thinking. All tools in one book. М., Ed. Eksmo, 2019 - 219 p.