



Obveščanje: kampanje v zvezi z varnostjo in zdravjem pri delu v dejavnosti cestnega prometa

V tem informativnem biltenu so predstavljene nekatere ugotovitve iz poročila, ki opisuje primere kampanj in pobud za izboljšanje varnosti in zdravja pri delu v dejavnosti cestnega prometa⁽¹⁾.

Učinkovita komunikacijska sredstva omogočajo, da se vozniki in njihovi delodajalci v celoti zavedajo nevarnosti, povezanih s cestnim prometom. Poleg tega jim pomagajo razumeti, kaj je mogoče storiti za izboljšanje varnosti. Zaradi različnih razlogov je razširjanje informacij v dejavnosti cestnega prometa posebej zahtevno. Prevladujejo mala podjetja, v katerih je manj kot deset zaposlenih, pri čemer je veliko voznikov samozaposlenih. Vozniki so le redko prisotni na stalnem sedežu podjetja, veliko jih ima dolgoletne izkušnje in so vajeni zelo neodvisnega dela.

Zaradi te neodvisnosti in hude konkurence v dejavnosti cestnega prometa so lahko vozniki in njihovi delodajalci manj naklonjeni novim načinom dela. Vozniki običajno najbolj zaupajo svojim izkušnjam in ne sprejemajo radi nasvetov v zvezi z varnostjo in zdravjem pri delu, ki jih ponujajo zunanji strokovnjaki, pa čeprav jih poznajo. Poleg tega se zdi, da je med vozniki in njihovimi delodajalci ter vodstvenimi delavci – ali v drugem primeru med samozaposlenimi vozniki in podjetji, ki jih najemajo – premalo komunikacije o varnosti in zdravju pri delu. Pri zaposlenih v cestnem prometu je večja verjetnost, da bodo upoštevali praktične in vizualne informacije, če se jim te zdijo pomembne.

V primerih, predstavljenih v poročilu, so bili uporabljeni različni pristopi.

- V štirinštiridesetih primerih je bil uporabljen individualni pristop s ciljem, da se spremenita znanje ali odnos do problematike. Ta pristop zahteva relativno malo virov in je lahko stroškovno učinkovit za doseganje široke populacije.
- V dvanajstih primerih je bil uporabljen kolektivni pristop s ciljem, da se uvedejo strukturne in/ali kulturne spremembe. Ta pristop je pogosto dokazal, da omogoča pomembne izboljšave na področju varnosti in zdravja pri delu.
- V štirih primerih je bil uporabljen kombinirani pristop, katerega cilj je bil spremeniti znanje in odnos voznikov, obenem pa sprožiti strukturne in kulturne spremembe. Ta pristop zahteva več sredstev, vendar velja za najučinkovitejšega.

Iz primerov je mogoče povzeti različne dejavnike uspeha in na njihovi podlagi podati predloge, ki jih je mogoče razdeliti v več povezanih ključnih ukrepov:

- uporaba praktičnega pristopa, ki temelji na dokazih in obvladovanju tveganja;



Wiktor Pawlik

Max Skorwider

Michał Krakowiak

© Z dovoljenjem natečaja za plakat o varnosti pri delu, ki ga je organiziral Centralni inštitut za varstvo pri delu – Nacionalni raziskovalni inštitut, Poljska.

- posvečanje posebne pozornosti doseganju ciljne skupine;
- zaveza in partnerstvo;
- prilagajanje ukrepov ciljni skupini;
- uporaba različnih ukrepov in sredstev javnega obveščanja.

Zaradi zgoraj navedenih lastnosti voznikov, kot sta strokovno znanje in neodvisnost, je za komuniciranje pomembno naslednje:

- uporaba krajev, ki jih obiskujejo vozniki – počivališč za tovornjake na avtocestah itd.;
- zagotavljanje, da so pristopi praktični, a ne pokroviteljski;
- zagotavljanje, da nasveti in rešitve temeljijo na praktičnih izkušnjah voznikov; vlogo zastopnikov prevzamejo vozniki;
- osebno vključevanje voznikov v rešitve – oblikujejo naj jih vozniki za voznike (z uporabo participativnih metod), tako da vključijo svoje izkušnje in dosežejo njihovo sprejemanje.

V poročilu je predlagano, naj vključevanje in partnerstvo ne bosta omejena le na voznike. Cilji bodo morda morali vključevati tudi delodajalce, vodstvene delavce, upravljavce vozil, nakladalno osebje ter prejemnike in odpravnike blaga. Partnerstva lahko vključujejo organizacije s področja varnosti in zdravja pri delu, zainteresirane strani iz dejavnosti cestnega prometa, vključno s socialnimi partnerji, in organizacije za varnost v cestnem prometu. Nekatere aktivnosti so lahko splošno usmerjene in so namenjene družinam voznikov in javnosti.

Zanimivi pristopi in inovativne značilnosti primerov vključujejo:

- celostni pristop k ukrepom; osredotočenost na preprečevanje in obvladovanje tveganj na delovnem mestu in cesti;
- sodelovanje najrazličnejših partnerjev, ki niso iz dejavnosti cestnega prometa, pri spodbujanju zdravja in varnosti voznikov;
- prireditve, ki niso namenjene izključno voznikom, temveč so namenjene tudi njihovim družinam – vključitev družin voznikov in širše skupnosti lahko spodbudi večji splošni interes in udeležbo v programu;

⁽¹⁾ Delivering the message — Programmes, initiatives and opportunities to reach drivers and SMEs in the road transport sector.

- uporabo zanimivih in edinstvenih vaj ter predstavitev na prireditvah, namenjenih povečanju udeležbe in zanimanja voznikov;
- aktivnosti za učinkovitejše razširjanje informacij preko verig dobaviteljev;
- spodbujanje izmenjave izkušenj, na primer preko mrež in programov za podeljevanje nagrad za najboljšo prakso;
- uporabo krajev, ki jih obiskujejo vozniki – počivališč za tovornjake itd.;
- sprejetje pristopov, ki so praktični, a ne pokroviteljski;
- zagotavljanje nasvetov in rešitev, ki temeljijo na praktičnih izkušnjah voznikov in so z njihovega vidika relevantni;
- uporabo voznikov kot zastopnikov za sporočanje informacij o primerih dobre prakse drugim voznikom;
- vključevanje strank;
- osebni stik z vozniki na počivališčih za tovornjake – to je razmeroma drago in lahko doseže le omejeno ciljno skupino, vendar je eden od najboljših načinov za pridobivanje pozornosti voznikov;
- ponujanje praktičnih in prijemljivih storitev, kot so zdravstveni pregledi ali preizkusi sposobnosti voznikov, ali brezplačnih virov, namenjenih ocenjevanju tveganja;
- počivališča za tovornjake, ki zagotavljajo zdrave obroke in pretok informacij;
- program „odgovornega upravljanja“, k izvajanju katerega se zavežejo delodajalci;
- pripravo informacij v različnih jezikih, če ciljna skupina voznikov vključuje tujce.

Sklepne ugotovitve

Nobena tehnika razširjanja informacij ne odgovarja na vse izzive, ki se pojavljajo v dejavnosti cestnega prometa, vendar ima vsaka svoje prednosti. Najprimernejše komunikacijsko sredstvo je odvisno od vrste in zapletenosti informacij, ki se razširjajo, ciljne skupine in obsega kampanje. Za doseganje voznikov in njihovih delodajalcev ali tistih, ki voznike najamejo, je verjetno najučinkovitejša kombinacija tehnik. Sprejetje posebnih komunikacijskih metod na različnih stopnjah kampanje lahko pripomore k povečanju ciljne skupine, ki jo dosežemo.

Zlasti pri malih in srednje velikih podjetjih so verjetno najučinkovitejši ukrepi, ki vključujejo neposreden stik z delodajalci in vozniki, zlasti če ponujajo storitev ali pripomoček. Čeprav je osebni stik z vozniki razmeroma drag in doseže le omejeno ciljno skupino, se šteje za najboljši način, s katerim je mogoče pritegniti pozornost voznikov.

Kaže, da je razvoj mrež za prenos znanja v gospodarstvu in med socialnimi partnerji koristen za spodbujanje razširjanja informacij, virov in primerov dobre prakse. To mora vključevati sodelovanje med vladnimi agencijami, posredniki in zasebnim sektorjem.

Jasno je, da so potrebni praktični pristopi, ki upoštevajo dejansko stanje v tej dejavnosti, izkušnje delodajalcev in voznikov. V zvezi s tem bi bilo koristno uporabiti večje število rešitev, namenjenih spreminjanju odnosa, ki ga imajo delodajalci do varnosti in zdravja pri delu.

Za izboljšanje kampanj v dejavnosti cestnega prometa je treba zagotoviti:

- delovanje učinkovitih partnerstev med tistimi, ki se ukvarjajo s spodbujanjem varnosti v cestnem prometu, tistimi, ki so pristojni za spodbujanje varnosti in zdravja pri delu, in zainteresiranimi skupinami iz dejavnosti cestnega prometa;
- nenehno izmenjavo izkušenj in
- nadaljnje proučevanje težav in dejavnikov uspeha na področju spodbujanja varnosti in zdravja pri delu med delodajalci in vozniki.



© Z dovoljenjem Doc Stop

V nizozemski kampanji „Pripravljen na cesto“ so se uporabljale različne strategije. Pozornost voznikov so najprej pritegnili s pomočjo javnih predstavitev in sredstev javnega obveščanja, nato pa so z zdravstvenimi pregledi in preizkusi splošne pripravljenosti okrepili njihovo ozaveščenost. Posamezni vozniki so bili povabljeni na ure telovadbe, deležni so bili tudi podpore in informacij za pomoč pri prevzemanju zdravega načina življenja.

Kje dobiti poročilo

Celotno poročilo v angleškem jeziku je na voljo brezplačno na spletni strani:

<http://osha.europa.eu/en/publications/reports/>

Ta informativni bilten je na voljo v vseh jezikih EU na spletni strani:

<http://osha.europa.eu/en/publications/factsheets/>

Evropska agencija za varnost in zdravje pri delu

Gran Vía, 33, 48009 Bilbao, ŠPANIJA
Tel. +34 944794360, faks +34 944794383
E-naslov: information@osha.europa.eu

© Evropska agencija za varnost in zdravje pri delu. Razmnoževanje je dovoljeno z navedbo vira. Printed in Belgium, 2011

