



Oznámenie

Kampaň za BOZP v odvetví cestnej dopravy

V tomto informačnom letáku sa uvádzajú niektoré zistenia správy obsahujúcej príklady kampaní a iniciatív na zvýšenie bezpečnosti a ochrany zdravia pri práci (BOZP) v odvetví cestnej dopravy⁽¹⁾.

Účinné komunikačné prostriedky sú kľúčové na zabezpečenie toho, aby si vodiči a ich zamestnávateľa v plnej miere uvedomili nebezpečenstvo spojené s cestnou dopravou a boli dobre oboznámení s tým, čo je možné urobiť na zlepšenie bezpečnosti. Z mnohých dôvodov je však šírenie informácií v oblasti cestnej dopravy veľkou výzvou. Väčšina spoločností sú malé podniky zamestnávajúce menej ako 10 zamestnancov a mnohí vodiči sú samostatne zárobkovo činné osoby. Vodiči často pracujú mimo pevného základu, mnohí majú dlhoročné skúsenosti a často sú zvyknutí na veľmi nezávislé vykonávanie práce.

Táto nezávislosť spolu s veľmi konkurenčným charakterom odvetvia cestnej dopravy môže tiež spôsobiť, že vodiči a ich zamestnávateľa nie sú ochotní uplatňovať nové spôsoby práce. Vodiči často dôverujú najmä svojim vlastným skúsenostiam a nie sú ochotní prijať radu v oblasti BOZP od vonkajších orgánov, dokonca ani vtedy, keď ich poznajú. Okrem toho sa zdá, že medzi vodičmi a ich zamestnávateľmi a manažérmi alebo, v prípade vodičov vlastníkov, spoločnosťami, s ktorými podpísali pracovnú zmluvu, je nedostatočná komunikácia v oblasti BOZP. Je pravdepodobnejšie, že zamestnanci v odvetví cestnej dopravy vezmú do úvahy praktické a vizuálne informácie, ak ich považujú za dôležité.

V príkladoch uvedených v správe boli použité rôzne prístupy.

- V štyridsiatich štyroch prípadoch bol použitý individuálny prístup s cieľom upraviť poznatky alebo postoje. Tento prístup vyžaduje relatívne málo zdrojov a môže byť hospodárnym spôsobom oslovenia širokej verejnosti.
- V dvanástich prípadoch bol použitý kolektívny prístup s cieľom vykonať štrukturálne a/alebo kultúrne zmeny. Často sa ukázalo, že tento prístup ponúka podstatné zlepšenia v oblasti BOZP.
- V štyroch prípadoch bol použitý spoločný postup, ktorého cieľom bolo upraviť poznatky aj postoj a ktorý sa zároveň usiloval o podnietenie štrukturálnej a kultúrnej zmeny. Tento prístup vyžaduje väčšie zdroje, považuje sa však za najúčinnnejší.

Z príkladov vyplývajú rôzne faktory úspechu a návrhy, ktoré je možné rozdeliť do mnohých vzájomne súvisiacich kľúčových bodov:

- uplatnenie prístupu založeného na dôkazoch, prístupu založeného na riadení rizík a praktického prístupu;
- zameranie osobitnej pozornosti na oslovenie cieľovej skupiny;
- účasť a partnerstvo;

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



Wiktor Pawlik

Max Skorwider

Michał Krakowiak

© Uverejnené so súhlasom súťaže zameranej na plagát pre bezpečnosť pri práci, ktorú usporiadal Central Institute for Labour Protection – National Research Institute, Poľsko.

- prispôsobenie činností cieľovej skupine;
- použitie rôznych opatrení a médií.

Uvedené vlastnosti vodičov ako odborné znalosti a nezávislosť majú pre komunikáciu rôzny význam, ako napríklad:

- využívanie miest, ktoré často navštevujú – zastávky nákladných vozidiel na diaľniciach atď.;
- zabezpečenie, že prístupy sú praktické, nie však povýšené;
- zabezpečenie toho, aby sa rady a riešenia opierali o praktické skúsenosti vodičov; využitie vodičov ako obhajcov;
- priame zapojenie vodičov do hľadania riešení – je potrebné, aby riešenia tvorili vodiči pre vodičov (na základe participatívnych mechanizmov), aby uplatnili svoje skúsenosti a zabezpečili ich priaznivé prijatie.

V správe sa navrhuje, aby sa účasť a partnerstvo nevzťahovali len na vodičov. Pravdepodobne bude potrebné, aby medzi cieľové skupiny patrili aj zamestnávateľa, manažéri, vodiči, zamestnanci nakladajúci a vykladajúci tovar, ako aj príjemcovia a odosielatelia tovaru. Do partnerstiev sa môžu zapojiť organizácie BOZP, zainteresované strany odvetvia cestnej dopravy vrátane sociálnych partnerov a organizácie cestnej bezpečnosti. Niektoré činnosti sa môžu zameriavať všeobecne na rodiny vodičov a širokú verejnosť.

Medzi zaujímavé prístupy a inovačné aspekty uvedené v príkladoch patrí:

- holistický prístup k zásahom; zameranie na prevenciu a riadenie rizík na pracovisku a na cestách;
- začlenenie rôznych partnerov, ktorí nepatria do odvetvia cestnej dopravy, s cieľom prispieť k podpore propagácie zdravia a bezpečnosti vodičov;
- podujatia zamerané nielen na vodičov, ale všeobecnejšie na ich rodiny – účasťou rodín vodičov a širšej spoločnosti sa môže podporiť väčší celkový záujem a účasť na programe;
- uplatnenie zaujímavých a jedinečných výkonov a prehliadok na podujatiach s cieľom zvýšiť účasť a záujem vodičov;

- zameranie na dodávateľské reťazce s cieľom účinnejšie šíriť informácie;
- podpora výmeny a zdieľania skúseností, napríklad prostredníctvom sietí a programov ocenení za osvedčené postupy;
- využitie miest, na ktoré vodiči často chodia – zastávky na oddych vodičov nákladných vozidiel atď.;
- prijatie prístupov, ktoré sú praktické, nie však povýšené;
- poskytnutie poradenstva a riešení založených na praktických skúsenostiach vodičov a zodpovedajúcich ich skúsenostiam;
- uplatnenie vodičov ako obhajcov s cieľom sprostredkovať informácie o osvedčených postupoch iným vodičom;
- zainteresovanie klientov a zákazníkov;
- osobný kontakt s vodičmi na zastávkach nákladných vozidiel – toto riešenie je pomerne nákladné a môže osloviť iba obmedzenú skupinu, je však jedným z najlepších spôsobov dosiahnutia účasti vodičov;
- poskytnutie niečoho praktického a konkrétneho – služby, ako napríklad zdravotné testy alebo vodičské skúšky, alebo voľný zdroj na podporu hodnotenia rizika;
- zastávky nákladných vozidiel ponúkajúce možnosti zdravého stravovania a poskytujúce informácie;
- program „zodpovedného riadenia“, ktorý sa zamestnávateľa zaviazujú dodržiavať;
- poskytovanie informácií v rôznych jazykoch, ak sú v cieľovej skupine zahraniční zamestnanci.

Záver

Neexistuje jednotný postup šírenia informácií, ktorý by bol všeobecným riešením výziev existujúcich v odvetví cestnej dopravy. Každý osobitný postup má však svoj konkrétny význam. Najvhodnejší spôsob komunikácie závisí od druhu a zložitosti informácií, ktoré sa majú šíriť, cieľovej skupiny a rozsahu kampane. Kombinácia postupov je pravdepodobne najúčinnejší spôsob oslovenia vodičov a tých, ktorí ich zamestnávajú alebo s ktorými podpísali pracovnú zmluvu. Prijatie konkrétnych postupov komunikácie v rôznych fázach kampane môže prispieť k dosiahnutiu maximálneho účinku.

Najmä pre MSP sú pravdepodobne najúčinnejšie zásahy zahŕňajúce priamy kontakt so zamestnávateľom a vodičmi, predovšetkým pri poskytovaní služieb alebo zdrojov. Osobný kontakt s vodičmi, aj keď pomerne nákladný a oslovujúci iba obmedzenú skupinu, je potrebné považovať za najlepší spôsob dosiahnutia účasti vodičov.

Zdá sa užitočné vytvoriť siete na prenos poznatkov v rámci odvetvia a medzi sociálnymi partnermi s cieľom podporiť šírenie informácií, zdrojov a osvedčených postupov v odvetví. To by malo

zahŕňať spoluprácu medzi vládnymi orgánmi, sprostredkovateľmi a súkromným odvetvím.

Jasná je však skutočnosť, že sú nevyhnutné praktické prístupy zohľadňujúce reálnu situáciu odvetvia a skúsenosti zamestnávateľov a vodičov. V tejto súvislosti by boli prínosom viaceré riešenia týkajúce sa meniacich sa postojov zamestnávateľov k bezpečnosti a ochrane zdravia.

Na zlepšenie kampane v tomto odvetví sú nevyhnutné:

- účinné partnerstvá medzi subjektmi zúčastnenými na podpore bezpečnosti na cestách, subjektmi zúčastnenými na podpore BOZP a zainteresovanými stranami v tomto odvetví;
- trvalá výmena a zdieľanie súčasných skúseností;
- ďalší výskum s cieľom preskúmať problémy a faktory úspechu pri presadzovaní BOZP medzi zamestnávateľmi a vodičmi.



© Uverejnené so súhlasom spoločnosti Doc Stop

V holandskej kampani s názvom „Fit on the road“ (Na cestách v dobrej kondícii) boli použité rôzne stratégie: po prvé na získanie pozornosti vodičov boli použité ukážky vodičských zručností na cestách a médiá, ďalej sa zvyšovala ich informovanosť prostredníctvom zdravotných testov a skúšok spôsobilosti. Napokon boli jednotliví vodiči pozvaní na kondičné stretnutia a získali podporu a informácie prispievajúce k ich zdravému životnému štýlu.

Kde je možné získať správu

Úplné znenie správy je bezplatne k dispozícii v anglickom jazyku na webovej stránke agentúry:

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

Tento informačný leták je dostupný vo všetkých jazykoch EÚ na adrese:

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

Európska agentúra pre bezpečnosť a ochranu zdravia pri práci

Gran Vía, 33, 48009 Bilbao, ŠPANIELSKO

Tel. +34 944794360, Fax +34 944794383

E-mail: information@osha.europa.eu

© Európska agentúra pre bezpečnosť a ochranu zdravia pri práci. Šírenie povolené pod podmienkou uvedenia zdroja. Printed in Belgium, 2011

