



Informování o tématu Vedení kampaně o BOZP v odvětví silniční dopravy

Tento informační list představuje některá zjištění ze zprávy, která obsahuje příklady kampaní a iniciativ s cílem zlepšit bezpečnost a ochranu zdraví při práci (BOZP) v odvětví silniční dopravy (1).

Efektivní komunikační prostředky mají zcela zásadní význam pro zajištění toho, aby byli řidiči a jejich zaměstnavatelé v plné míře informováni o nebezpečích spojených se silniční dopravou a aby dobře chápali, co lze udělat pro zvýšení bezpečnosti. Z řady důvodů však v odvětví silniční dopravy představuje šíření informací zvláštní výzvu. Většina společností je malými podniky, které zaměstnávají méně než deset pracovníků, a mnoho řidičů je osobami samostatně výdělečně činnými. Řidiči často pracují daleko od pevné základny a mnozí mají dlouhou praxi a jsou zvyklí pracovat velice nezávisle.

Tato nezávislost spolu s vysoce konkurenční povahou odvětví silniční dopravy může také způsobovat, že řidiči a jejich zaměstnavatelé budou odmítat provádění nových způsobů práce. Řidiči mají sklon spoléhat se nejvíce na vlastní zkušenosti a s nevolí přijímají rady týkající se BOZP od vnějších orgánů, přestože o nich vědí. Zdá se také, že nedochází ke komunikaci v oblasti BOZP mezi řidiči a jejich zaměstnavateli a manažery nebo v případě řidičů-vlastníků mezi řidiči a společnostmi, které s nimi uzavírají smlouvy. Lidé pracující v silniční dopravě spíše zaznamenávají praktické a vizuální informace za předpokladu, že je považují za důležité.

Příklady obsažené ve zprávě využívaly různé přístupy.

- Ve čtyřiceti čtyřech případech byl použit individuální přístup s cílem změnit znalosti nebo postoje. Tento přístup vyžaduje relativně málo zdrojů a může být nákladově efektivním způsobem, jak oslovit velký počet osob.
- Ve dvanácti případech byl použit kolektivní přístup s cílem provést změny struktury a/nebo kultury. Často se ukázalo, že tento přístup nabízí významná zlepšení v oblasti BOZP.
- Ve čtyřech případech byl použit společný přístup s cílem změnit znalosti a postoje a současně usilovat o zahájení změny struktury a kultury. Tento přístup vyžaduje rozsáhlejší zdroje, ale považuje se za nejúčinnější.

Na základě příkladů lze pozorovat řadu faktorů úspěchu a přicházet s návrhy, které je možné rozdělit do několika vzájemně souvisejících klíčových otázek:

- uplatnění přístupu založeného na faktech, přístupu založeného na řízení rizik a praktického přístupu,
- věnování zvláštní pozornosti oslovení cílové skupiny,
- zapojení a partnerství,



Wiktor Pawlik

Max Skorwider

Michał Krakowiak

© S laskavým svolením soutěže *Occupational safety poster competition* uspořádané polským Ústředním ústavem pro ochranu pracovních sil – národním výzkumným ústavem.

- přizpůsobení činnosti cílové skupině,
- využívání různých opatření a médií.

Výše zmíněné charakteristické rysy řidičů, jako je jejich odbornost a nezávislost, mají pro komunikaci různé důsledky, např.:

- využívání míst, kam často jezdí – stanovišť pro kamiony na dálnicích atd.,
- zajištění, že přístupy jsou praktické, ale nikoli povýšené,
- zajištění, že rady a řešení vycházejí z praktických zkušeností řidičů; využívání podpory ze strany řidičů,
- úzké zapojení řidičů do řešení – řešení musí vytvářet řidiči pro řidiče (za využití participačních metod), aby byly zahrnuty jejich zkušenosti a zajištěno přijetí z jejich strany.

Zpráva navrhuje, aby zapojení a partnerství bylo širší a netýkalo se jen řidičů. Cíle budou možná vyžadovat zapojení zaměstnavatelů, manažerů, řidičů, personálu nakládky a příjemců i odesílatelů zboží. Partnerství může zahrnovat organizace z oblasti BOZP, strany zainteresované v odvětví silniční dopravy, včetně sociálních partnerů a organizace z oblasti silniční bezpečnosti. Některé činnosti mohou být zaměřeny obecně na rodiny řidičů a širokou veřejnost.

Mezi zajímavé přístupy a inovační prvky uvedené v příkladech patří:

- holistický přístup k zásahům; zaměření na prevenci i řízení rizik na pracovišti a na silnicích,
- zapojení různých partnerů působících mimo odvětví silniční dopravy s cílem usnadnit podporu propagace ochrany zdraví a bezpečnosti řidičů,
- akce zacílené nikoli výhradně na řidiče, ale obecněji na jejich rodiny – zapojení rodin řidičů a širší společnosti může napomoci vyššímu celkovému zájmu a účasti v programu,
- využití zajímavých a jedinečných úkolů a ukázek na akcích zaměřených na zvýšení účasti a zájmu řidičů,

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

- zaměření dodavatelských řetězců na efektivnější šíření informací,
- propagace výměny a sdílení zkušeností, například prostřednictvím sítí a programů oceňování osvědčených postupů,
- využívání míst, kam řidiči často jezdí – stanovišť pro odpočinek řidičů kamionů atd.,
- přijímání přístupů, které jsou praktické, ale nikoli povýšené,
- poskytování rad a řešení, které vycházejí z praktických zkušeností řidičů a jsou pro jejich zkušenosti relevantní,
- využívání podpory řidičů při sdělování informací o osvědčených postupech dalším řidičům,
- zapojení klientů a zákazníků,
- osobní kontakt s řidiči na stanovištích nákladních vozidel – jedná se o relativně nákladný přístup, kterým lze oslovit pouze omezený počet příjemců, je to ale jeden z nejlepších způsobů, jak zajistit angažovanost řidičů,
- nabídka něčeho praktického a hmatatelného – služeb, jako jsou zdravotní testy nebo řidičské testy nebo bezplatné prostředky pro podporu hodnocení rizik,
- stanoviště kamionů, která nabízejí možnosti zdravého stravování a šíří informace,
- program „odpovědného řízení“, který se zaměstnavatelé zaváží dodržovat,
- poskytování informací v různých jazycích, jestliže jsou v cílové skupině zahraniční pracovníci.

Závěry

Žádná jednotlivá technika šíření informací není všelékem na výzvy, které představuje odvětví silniční dopravy. Každá konkrétní technika však má své zvláštní výhody. Nejvhodnější prostředky komunikace závisí na typu a složitosti šířených informací, cílových příjemcích a rozsahu kampaně. Při oslovování řidičů a těch, kteří je zaměstnávají nebo s nimi uzavírají smlouvy, je pravděpodobně nejúčinnější kombinace různých technik. Přijímání zvláštních metod komunikace v různých stádiích kampaně může napomoci dosáhnout maximálního účinku.

Zejména pro malé a střední podniky jsou pravděpodobně nejúčinnější zásahy zahrnující přímý kontakt se zaměstnavatelem a řidiči, zejména při poskytování služeb nebo zdrojů. Osobní kontakt s řidiči se považuje za nejlepší způsob, jak zajistit angažovanost řidiče, přestože je relativně nákladný a osloví se při něm jen omezená skupina.

Ukazuje se, že pro podporu šíření informací, zdrojů a osvědčených postupů v tomto oboru je užitečné vytvářet sítě pro přenos znalostí uvnitř oboru a mezi sociálními partnery. Mělo by to zahrnovat

spolupráci mezi státními institucemi, prostředníky a soukromým sektorem.

Je zcela zřejmé, že jsou potřebné praktické přístupy zohledňující realitu v tomto odvětví a zkušenosti zaměstnavatelů a řidičů. V tomto ohledu by byl přínosem větší počet řešení souvisejících se změnou postojů zaměstnavatelů k bezpečnosti a ochraně zdraví.

Pro lepší vedení kampaně v tomto odvětví je třeba:

- efektivní partnerství mezi subjekty zapojenými do propagace silniční bezpečnosti, subjekty zapojenými do propagace BOZP a zainteresovanými stranami z tohoto odvětví,
- nepřetržitá výměna a sdílení stávajících zkušeností a
- další šetření s cílem prozkoumat problémy a faktory úspěchu při propagaci BOZP jak mezi zaměstnavateli, tak mezi řidiči.



© S laskavým svolením Doc Stop

Nizozemská kampaň „Fit on the road“ (Na silnici v dobré kondici) využila různých strategií: zaprvé bylo využito zábavních akcí na silnici a médií, aby byla připoutána pozornost řidičů, poté byla zvýšena jejich informovanost pomocí zdravotních testů a testů tělesné zdatnosti. Jednotliví řidiči pak byli zváni na lekce týkající se tělesné zdatnosti a byla jim poskytována podpora a informace, aby se napomohlo tomu, že přijmou zdravý životní styl.

Jak získat zprávu

Úplné znění zprávy je dostupné v angličtině na adrese <http://osha.europa.eu/en/publications/reports/>, odkud ji lze zdarma stáhnout.

Tento informační list je dostupný ve všech jazycích EU na adrese <http://osha.europa.eu/en/publications/factsheets/>

Evropská agentura pro bezpečnost a ochranu zdraví při práci

Gran Vía, 33, 48009 Bilbao, ŠPANĚLSKO
Tel. +34 944794360, fax +34 944794383
E-mail: information@osha.europa.eu

© Evropská agentura pro bezpečnost a ochranu zdraví při práci. Reprodukce povolena pod podmínkou uvedení zdroje. Printed in Belgium, 2011

