



## Предаване на посланието: „Кампания за осигуряване на безопасност и здраве при работа в областта на автомобилните превози“

Тази фактологична справка представя някои констатации от един доклад, съдържащ примери за предприятия и инициативи, насочени към подобряване на безопасността и здравето при работа (БЗР) в при извършване на автомобилни превози<sup>(1)</sup>.

Ефективните начини на комуникация са от първостепенна важност, за да се гарантира, че водачите и техните работодатели осъзнават напълно опасностите, свързани с извършването на автомобилни превози, и разбират какво може да се направи за подобряване на безопасността. По редица причини обаче разпространението на информацията в тази област е особено затруднено. Повечето фирми са малки или средни предприятия (МСП) с по-малко от 10 работници, а много от водачите са самонаети лица. Често водачите работят далеч от базата си, като голям брой от тях имат дълъг опит и са свикнали на независими начини на работа.

Тази независимост, в съчетание със силно конкурентния характер на тази дейност, може също да стане причина за нежеланието на водачите да прилагат нови методи на работа. Водачите са склонни да се доверяват най-вече на своя опит и не са готови да приемат съвети за БЗР отвън дори когато осъзнават тази необходимост. Изглежда е недостатъчна комуникацията по въпросите на БЗР между водачите и техните работодатели и ръководители или, в случая с водачите собственици, с организациите, които ги наемат. За работещите в автомобилния транспорт е най-вероятно да се съобразят с практическата и визуалната информация, ако я сметнат за уместна.

Представените в доклада примери показват различни подходи.

- В четиридесет и четири случая е използван индивидуален подход с цел промяна на знанието или поведението. Този подход изисква сравнително малко ресурси и може да се окаже икономически ефективен начин да се стигне до голям брой хора.
- В дванадесет случая е приложен колективен подход, насочен към извършване на структурни и/или културни промени. Резултатът от подхода е значителни подобрения на БЗР.
- В четири случая е използван съгласуван подход, целящ да промени едновременно знанието и поведението, като в същото време се стреми към стартиране на структурни и културни промени. Този подход изисква повече ресурси, но се счита за най-ефикасен.

От примерите могат да се видят различни фактори за успех и да се направят някои предложения, които могат да се разделят на няколко взаимосвързани основни теми:

- използване на подход, основаващ се на фактите, управлението на риска и практиката;

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



Виктор Павлик

Макс Скорвидер

Михал Краковяк

© С любезното съгласие на конкурса за плакати за безопасност при работа, организиран от Централния институт за защита на труда при Националния научноизследователски институт, Полша.

- обръщане на специално внимание към обхващане на целевата аудитория;
- ангажираност и партньорство;
- съобразяване на мерките с техните адресати;
- използване на разнообразни мерки и средства.

Посочените по-горе характеристики на водачите, като опитност и независимост, въздействат по различни начини върху комуникацията, например:

- използване на често посещавани от тях места — места за почивка за камиони по магистралите и др.;
- прилагане на практични, но не и назидателни подходи;
- съветите и решенията, насочени към водачите трябва да се основават на техния практически опит; използване на водачите като посредници;
- пряко участиена водачите при вземане на решенията — решенията трябва да са разработени от водачи за водачи (с помощта на методи на приобщаване), за да се използва техният опит и за да могат да приемат тези решения.

Докладът предлага ангажиментът и партньорството да не се свързват само с водачите. Към целевите групи може да се наложи включването на работодатели, управители, автомобилни фирми, както и получатели и изпращачи на стоки. Партньорствата могат да включват организации по БЗР, заинтересовани лица от областта на автомобилните превози, включително социалните партньори, и организациите, отговарящи за безопасност на движението по пътищата. Някои дейности могат да бъдат насочени към семействата на водачите и към широката общественост.

Интересните подходи и иновационните характеристики, открояващи се в примерите, включват:

- цялостен подход към мерките; фокус както върху предотвратяването, така и върху управлението на риска на работното място и на пътя;

- привличане на различни партньори извън автомобилния транспорт в подкрепа на здравето и безопасността на водачите;
- прояви, насочени не само към водачите, но по-общо към техните семейства — включването на семейството на водача и на обществото като цяло може да повиши интереса и да разшири участието в програмата;
- използване на интересни и новаторски упражнения и демонстрации на прояви с цел увеличаване на участието и интереса на водачите;
- насочване към вериги за доставка, чрез които информацията да се разпространява по-ефективно;
- насърчаване на обмена и споделянето на опит, например чрез мрежи и схеми за награди за най-добра практика;
- използване на често посещавани от водачите места — места за почивка за камиони и др.;
- прилагане на практични, но не и назидателни подходи;
- предоставяне на съвети и решения, основаващи се на практическия опит на водачите и подходящи за техния опит;
- използване на водачите като посредници, които предават информацията за добра практика на други водачи;
- включване на клиентите и потребителите;
- личен контакт с водачите на местата за почивка на камиони — това е сравнително скъпо и може да обхване само ограничен брой лица, но е един от най-добрите начини да се ангажират водачите;
- предлагане на нещо практично и реално — услуга като здравни прегледи, проверка на физическото състояние или предоставяне на безплатна помощ за извършване на оценка на риска;
- местата за почивка на камионите да предлагат здравословна храна и възможности за разпространение на информация;
- програма от типа „отговорно управление“, в която да се включат работодателите;
- изготвяне на информация на различни езици, ако целевата аудитория включва чуждестранни работници.

## Закljučения

Нито една техника за разпространение на информация не е сама по себе си универсално средство за справяне с трудностите в областта на автомобилните превози. Всяка техника обаче си има своите предимства. Най-подходящият начин на комуникация се определя от вида и сложността на разпространяваната информация, целевата група и обхвата на кампанията. Комбинацията от различни техники по всяка вероятност ще бъде най-ефективна за достигане до водачите и до техните работодатели. Приемането на конкретни методи на комуникация на различните етапи на дадена кампания може да помогне за обхващането на максимален брой лица.

Що се отнася до МСП, мерките, предвиждащи пряк контакт между работодателите и водачите, особено когато те включват услуга или ресурс, са по всяка вероятност най-ефективни. Личният контакт с водачите, макар и сравнително скъп и обхващащ само ограничена аудитория, се счита за най-добрия начин да бъдат ангажирани водачите.

Полезно изглежда създаването на мрежи за предаване на знания в рамките на дейността и между социалните партньори с цел да се

подпомогне разпространението на информация, ресурси и добри практики. Това трябва да включва сътрудничество между публичните институции, посредниците и частните предприятия.

Ясно е, че са необходими практически подходи, съобразени с реалностите в областта на автомобилните превози и с опита на работодателите и водачите. Предимство в това отношение ще е наличието на по-голям брой решения, насочени към промяна на отношението на работодателите към безопасността и здравето.

За по-ефикасното провеждане на кампании в областта на автомобилните превози са необходими:

- ефективни партньорства между публичните агенции, натоварени с осигуряване на безопасността на движението по пътищата и с осигуряване на безопасни и здравословни условия на труд и всички заинтересованите лица в областта на автомобилните превози;
- постоянен обмен и споделяне на събрания опит и
- допълнителни проучвания за изследване на проблемите и факторите за успех при насърчаване на БЗР сред работодателите и водачите.



© С любезното съгласие на Doc Stop

Нидерландската кампания „Fit on the road“ („Във форма на пътя“) прилага различни стратегии: на първо място, за привличане на вниманието на водачите са използвани крайпътни табели и билбордове; след това са им извършени медицински прегледи и тестове за физическа издръжливост. Накрая някои водачи са поканени на курсове за повишаване на физическата издръжливост, като едновременно с това им е била предоставена необходимата информация, за да им се помогне да възприемат здравословен начин на живот.

## Как да получите доклада

Пълният доклад може да бъде намерен на английски език на:

<http://osha.europa.eu/en/publications/reports/>  
откъдето може да бъде изтеглен безплатно.

Фактологичната справка може да се намери на всички езици на ЕС на:

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

## Европейска агенция за безопасност и здраве при работа

Gran Vía, 33, 48009 Bilbao, ИСПАНИЯ  
Тел. +34 944794360, Факс +34 944794383  
Ел.поща: [information@osha.europa.eu](mailto:information@osha.europa.eu)

