

# Q-POTREBA I IZAZOV

## INFORMIRANJE I OBRAZOVANJE ZA OKOLIŠ

### SVRHA

Svrha je ovog rada prikazati praktična iskustva kompanije Ericsson Nikola Tesla na području informiranja i obrazovanja o okolišu, načine praćenja rezultata, kao i postignute rezultate. Radom je obuhvaćeno informiranje i obrazovanje prvenstveno zaposlenika, ali za navedeno područje.

### OPĆENITO

Važnost informiranja i obrazovanja za okoliš istaknuta je u nekoliko temeljnih međunarodnih dokumenata koji se odnose na održivi razvoj i na sustave upravljanja okolišem. Godine 1991. Međunarodna gospodarska komora je predstavila Poslovnu povelju za održivi razvoj. Povelja sadrži šesnaest načela upravljanja okolišem. Na informiranje i obrazovanje se odnose:

– četvrto načelo: “Obrazovati, uvježbavati i motivirati zaposlenike da svoje aktivnosti obavljaju odgovorno prema okolišu.”, te

– šesnaesto načelo: “Mjeriti učinke na okoliš, provoditi redovite provjere i ocjenjivati jesu li ispunjeni zahtjevi organizacije, zahtjevi iz propisa i načela Poslovne povelje. U određenim vremenskim razmacima dostavljati odgovarajuće informacije poslovodstvu, dioničarima, zaposlenicima, predstavnicima vlasti i javnosti.”

Sredinom 1992. godine na konferenciji Ujedinjenih naroda o okolišu i razvoju, poznatijom pod nazivom Skup za Zemlju, predstavnici vlada prisutnih država prihvatili su RIO deklaraciju i njenih 27 načela koja se odnose na okoliš i razvoj. Tom je prigodom prihvaćen i dokument Program za promjenu, poznatiji kao AGENDA 21. Deseto načelo govori o dostupnosti informacija i povećanju svijesti i znanja o okolišu ili općenito govoreći države potpisnice moraju omogućiti obrazovanje za okoliš ljudima svih dobi.

Međunarodna organizacija za standardizaciju je 1996. godine objavila normu ISO 14 001 Sustavi upravljanja okolišem. Državni zavod za normizaciju i mjeriteljstvo je 1998. godine objavio normu HRN EN ISO 14001 Sustavi upravljanja okolišem.

Točkom 4.4.2. navedene norme, predviđeno je da svaka organizacija mora utvrditi potrebe za izobrazbom, mora uspostaviti i održavati postupke koji njene zaposlenike ili osobe na odgovarajućim funkcijama i razinama čine svjesnim: značajnih utjecaja na okoliš, postojećih ili mogućih, zbog njihove djelatnosti te dobiti za okoliš koje nastaju poboljšanjem njihova djelovanja itd.

Točka 4.4.3 norme odnosi se na komunikaciju, što znači i informiranje, a propisuje da svaka organizacija mora uspostaviti i održavati postupke za komunikaciju između različitih razina i funkcija unutar organizacije, itd.

Godine 1998. na IV ministarskoj konferenciji “Okoliš za Europu” republika Hrvatska postaje jedna od potpisnica Konvencije o pristupu informacijama, sudjelovanju javnosti u donošenju odluka i pristupu pravosuđu u pitanjima okoliša.

Mnogima je jasna **potreba** da se ispune zahtjevi navedenih dokumenata, ali je pravi **izazov** pronaći odgovore na pitanje kako to učiniti.

Svaka organizacija nastoji osmisliti svoje načine informiranja i obrazovanja, ovisno o raspoloživim resursima. U ovom su radu prikazana neka rješenja kompanije Ericsson Nikola Tesla.

### ZAINTERESIRANE STRANE

Koga informiramo? Koga obrazujemo? Kome šaljemo poruke? Već je u uvodnom dijelu naglašeno da su to prvenstveno zaposlenici bez obzira na razinu upravljanja.

Korporacijskom, a i kompanijskom politikom upravljanja okolišem, kompanija se obvezala na primjenu navedenih dokumenata, što znači da će:

“– povećavati znanje i svijest o okolišu među zaposlenicima tako da briga o okolišu postane prirodan i proaktivan dio svakodnevnog odlučivanja”.

Vrlo je brzo postalo jasno da pojam zainteresirane strane treba shvatiti znatno šire. Neka od sredstava informiranja redovito se šalju i kupcima i korisnicima usluga, poslovnim suradnicima, kao i predstavnicima sredstava javnog informiranja. Osim toga tu svakako treba uključiti i članove obitelji, posebno predstavnike mladih naraštaja. Vrlo raznoliko društvo.

## **INFORMIRANJE O OKOLIŠU**

### **Općenito**

U skladu s korporacijskom politikom, informiranje treba biti redovito i tako pripremljeno da povećava razumijevanje zaposlenika o svakom području, pa tako i okolišu. Različiti načini informiranja se nadopunjuju i osiguravaju da informacija bude svakome dostupna. Informacija mora biti uvijek ista, bez obzira na način prenošenja.

### **Odgovornosti**

U procesu informiranja postoji nekoliko razina odgovornosti:

- menadžeri su odgovorni za informiranje zaposlenika o svemu što ima utjecaj na njihov rad ili njihovu organizacijsku jedinicu, uključivši i utjecaj na okoliš,
- koordinatori okoliša su odgovorni za informiranje zaposlenika svoje organizacijske jedinice o svim aktivnostima koje se odnose na okoliš,
- svaki zaposlenik je dužan potražiti informacije iz svih dostupnih izvora u njegovoj/njezinoj organizacijskoj jedinici.

### **Načini informiranja**

#### Osobni susreti/Razgovor, Sastanak posloводства, Sastanak koordinatora okoliša, Sastanci općenito

Ovakav način informiranja ubraja se među najvažnije zbog trenutne izmjene mišljenja i iskustava, davanja prijedloga, ali i slobodnijeg načina komuniciranja. Zanimljiva je pojava da mnoge interne informacije zaposlenici šire i izvan kompanije i tako postaju njeni glasnogovornici i prijenosnici znanja. Prvenstveno, zaposlenici postavljaju različita pitanja kako riješiti neki problem ili što poduzeti u određenom slučaju itd. Odgovori koji bi mogli biti zanimljivi i drugima objavljuju se u internom mjesečnom kompanijskom glasilu. Tako informacije postaju opće dostupne, podiže se razina znanja i kompetencija.

U Kompaniji je učestala pojava da zaposlenici potraže pomoć za svoju djecu, ali i njihove prijatelje. Ponekad su u pitanju samo domaći radovi, ponekad referati ili seminarske radnje, pa sve do diplomskih radova ili magisterija. Dobitna kombinacija za sve. Tako se kompanija uključuje u skupinu društveno odgovornih poduzetnika.

#### Intranet

Kompanija Ericsson Nikola Tesla, koja je dio Novog telekom svijeta, normalno je da sve više kao jednu od važnijih mogućnost informiranja koristi i Intranet, tj. interni korporacijski Internet.

Prednost Intraneta je njegova dostupnost u ono vrijeme koje korisniku odgovara.

Na Intranetu je predviđeno da se objavljuju različite “Aktualnosti”, odnosno da se zaposlenike informira i upozori na različita aktualna događanja poput obilježavanja pojedinih značajnih datuma koji se odnose na okoliš ili zanimljivih aktivnosti.

Intranet se koristi i za objavljivanje kompanijskih tiskovina poput “Komunikacija” i “Sučelja”, ali na drugom mediju (elektronskom). Korisnicima je omogućen brzi pristup do tema objavljenih u pojedinom broju.

Osim toga, na Intranetu se mogu naći i kompanijski dokumenti poput misije, politika, strategije, ciljeva, postupaka, radnih uputa, postignutih rezultata itd.

### “Komunikacije”

Kompanija Ericsson Nikola Tesla d.d. nastavila je izdavati interne novine bivšeg poduzeća Nikola Tesla-telekomunikacije, ali pod novim nazivom “Komunikacije”. List je namijenjen kako za informiranje zaposlenika tako i ostalih vanjskih suradnika. Od 1992. godine u listu postoji stalna mjesečna rubrika “Zemlja\*Čovjek\*Okoliš”. U rubrici se obrađuju najrazličitije teme i objavljuju različiti podaci.

List je besplatan, a tiska se u nakladi od 4000 primjeraka.

“Komunikacije” se objavljuju i na Intranetu.

### “Sučelje”

Sučelje je glasilo namijenjeno korisnicima osobnih računala. Povremeno se objavljuju kratke informacije o aktivnostima zanimljivim za upravljanjem okolišem.

“Sučelje” se objavljuje i na Intranetu.

### “Press clipping”

Pregled različitih objavljenih tekstova koji se odnose na područje IT (informatičkih tehnologija). Povremeno budu uključeni tekstovi na temu okoliša, odnosno održivog razvoja. Učestalost izlaženja ovisi o količini prikupljenih članaka, a šalje se na preko devedeset adresa. Namijenjen je rukovoditeljima i ostalim stručnjacima, ali dostupan je i ostalim zaposlenicima. Prešlo se potpuno na Intranetski pristup, što znači bez papira.

### Letci

Letak je popularno je i opće primjenjivo sredstvo informiranja. Primjerice, nakon objavljivanja Zakona o otpadu priređen je poseban letak, da bi zaposlenici bili informirani o bitnim dijelovima navedenog zakona. Zatim, želeći potaknuti izdvojeno prikupljanje otpadne staklene ambalaže ili otpadnog papira priređeni su prigodni letci za ta područja.

### Izložba

Izložbe se organiziraju u internoj kompanijskoj galeriji. Izložbe su ili prigodne, npr. za Svjetski dan voda ili tematske npr. Otpad.

Zbog brojnih izložaka, tekstova i slika, izložbe su popularan način informiranja zaposlenika.

### Plakat

Većina uredskih prostora opremljena je plakatima koji prikazuju prirodne ljepote i znamenitosti, te kulturnu i povijesnu baštinu. Cilj je poticanje na razmišljanje o važnosti i potrebi očuvanja biološke i kulturne raznolikosti. Naravno da plakati imaju i svoju promotivnu svrhu.

### Ostalo

Za informiranje se koriste i oglasne ploče, prezentacijske publikacije i sl.

## **OBRAZOVANJE ZA OKOLIŠ**

Obrazovanju zaposlenika pridaje se poseban značaj jer se na taj način podižu kompetencije. Za zaposlenike je predviđeno obrazovanje u i izvan kompanije. Prednost obrazovnih tečajeva organiziranih u kompaniji je da su dostupni većem broju zaposlenika i da se lagano prilagođavaju zahtjevima zaposlenika.

### Uvodni seminar za pripravnike

Od ljeta 1997. godine u uvodni seminar za pripravnike uključeno je i područje okoliša. Cilj je upoznati pripravnike s osnovnim pojmovima kao što su okoliš i održivi razvoj, s temeljnim međunarodnim dokumentima, kao i s odnosom kompanije prema okolišu i što se od njih, kao budućih zaposlenika, očekuje.

## Seminar Upoznavanje sa sustavom upravljanja okolišem

Tijekom četverosatnog tečaja polaznici dobiju osnovna znanja o utjecaju prirode i ljudskih aktivnosti na okoliš, zatim slijedi kratko upoznavanje s međunarodnim i državnim zakonima, te osnovnim zahtjevima sustava upravljanja okolišem prema normi HRN EN ISO 14001.

### Ostali seminari

Ovisno o potrebi i zahtjevima priređuju se tematski seminari. Primjerice, zbog važnosti teme priređen je poseban dvosatni tečaj o postupanju s otpadom.

Cilj tečaja je upoznavanje s procesom nastajanja otpada, propisima koji se odnose na postupanje s otpadom, obveza koje su posljedica primjene propisa, te što je sve u kompaniji poduzeto u tom području. Završni naglasak je na tome što svatko može učiniti kako u poslovnim aktivnostima tako i u privatnom životu.

## **KAKO PRATITI REZULTATE**

Prvi pokazatelj je broj polaznika, koji nam osim suhoparnog broja ne kazuje ništa više. Zanimljivo je pitanje kako pratiti povećanje znanja i svijesti. Kao prvu razinu pokazatelja uzet je broj pitanja, primjedbi, prijedloga, zahtjeva itd. Njihov stalni porast je činjenica koju se ne smije zanemariti. Kao jedan od mogućih pokazatelja može biti, recimo i količina prikupljenog otpada, npr. otpadnog papira, iskorištenih baterija i sl. No nema mjesta opuštanju. Rezultati samoprocjene poslovne izvrsnosti, posebno dio koji se odnosi na zadovoljstvo zaposlenika kao i utjecaj na društvo, pokazuju da je ostalo prostora za stalno unaprjeđivanje.

## **ZAKLJUČAK**

U kompaniji su predviđeni brojni i različiti načini i sredstva informiranja i obrazovanja zaposlenika za okoliš. Sve je to moguće zbog razumijevanja i snažne podrške posloводства.

Uvijek se postavlja pitanje što još možemo učiniti da bi informiranje i obrazovanje zaposlenika za okoliš učinili boljim, zanimljivijim, raznolikijim. Ohrabruje da je još uvijek ostalo prostora za nove ideje, a postignuti rezultati su motiv za unaprjeđivanje aktivnosti.

Ovom prilikom možemo iskoristiti poznatu rečenicu pokojnog američkog predsjednika J.F. Kennedy-a da čovjek ne treba pitati što je država napravila za njega već što je on napravio za državu i zapitati se što je svatko od nas učinio ili može učiniti za svoje okruženje. Kao odgovor na to pitanje priredila sam na temelju brojnih tekstova i praktičnog iskustva, sljedeći sažetak koji vrijedi za sva područja:

- ▶ **neprestano učiti i biti informiran**
- ▶ **prenositi znanje i informirati druge**
- ▶ **tijekom svakodnevnih poslovnih aktivnosti, kao i u okviru projekata, odgovoriti na izazov i voditi najbolju moguću brigu o okolišu**
- ▶ **biti proaktivan, sudjelovati u odlučivanju, biti primjer i voda.**