

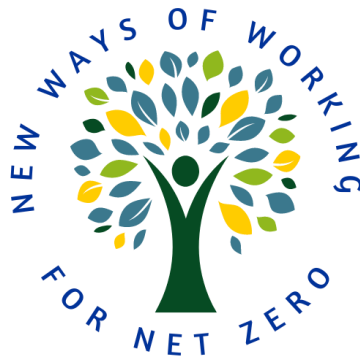


АЛАТКИ 2

МОБИЛНОСТ ПОВРЗАНА СО РАБОТАТА

КОИ МЕТОДОЛОГИИ И (ДИГИТАЛНИ) РЕШЕНИЈА МОЖАТ ДА ПРИДОНЕСАТ ЗА НАМАЛУВАЊЕ НА ПАТУВАЊЕТО И ПОЗИТИВНО ДА ВЛИЈААТ НА ЈАГЛЕРОДНИТЕ ЕМИСИИ

NWoW4NET-ZERO PROJECT



АЛАТКИ 2

Мобилност поврзана со работата

*Кои методологии и (дигитални) решенија
можат да придонесат за намалување на
патувањето*

*и позитивно да влијаат на јаглеродните
емисии?*



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Европската комисија ја поддржа подготовката на оваа публикација, без да влијае на структурата на содржината, преку која се изразени ставовите на авторите и Европската комисија не може да биде одговорна за било каква употреба на информациите содржани во неа.

Во врска со проектот

Проектот “NWoW4Net-Zero” има за цел да ги позиционира директорите, менаџерите за човечки ресурси како клучни играчи во придонесот кон целта на ЕУ за јаглеродна неутралност до 2050 година. NWoW4Net-Zero проектот има за цел да даде конкретни премостувања -начини на дејствување со цел да се поттикне транзицијата преку интервенција и искористување на новите начини на работа (NWoW), како и опфаќање на работните места и организациите кои произлегуваат од зголемената употреба на дигитални решенија. Целта на проектот е да развие серија алатки за акција, обука и платформа за споделување на знаење. Овој 24-месечен Еразмус+ проект обединува 5 партнери:

- СКМ – Центар за управување со знаење (координатор, Р.С. Македонија)
- Htag by Références (партнер, Белгија)
- Tal Tech - Tallinn University of Technology (партнер, Естонија)
- C&R - Conseil & Recherche (партнер, Франција)
- PLS - Pour la Solidarité (партнер, Белгија)

Целта на ЕУ е да биде првиот континент кој ќе постигне климатска неутралност. Лансиран во 2019 година, Зелениот договор за Европа ги обврзува државите да ги намалат нето емисиите на стаклени гасови (GHG). Целта е суштински да се трансформира економскиот систем така што до 2050 година, државите членки да бидат јаглеродно неутрални, со средна цел да се намалат емисиите на стаклените гасови во ЕУ за 55% до 2030 година во споредба со нивното ниво од 1990 година. Новите начини на организирање на работата (како во пресрет на пандемијата Ковид-19) и новите дигитални решенија би можеле да претставуваат можност за придонесување за оваа амбиција.

Преку проектот “NWoW4Net-Zero”, се истражени три пристапи кои ќе се осврнат и ќе придонесат кон развојот на човечките ресурси со цел постигнување на амбициите за јаглеродна неутралност:

- NwoWs (Нови начини на работа): Кои начини на организација и хибридноста на работата треба да се воспостават за да се учествува во целта за намалување на штетните влијанијата врз животната средина?
- Мобилност поврзана со работата: Кои решенија треба да се применат за да се намали јаглеродниот отпечаток во патувањето до работа и од работа до дома?

- Дигитално: Како да се намали јаглеродниот отпечаток преку одговорна употреба на дигиталните технологии во работата и како и во работа на далечина?

Очекувани резултати од проектот

- Обука претставена низ 3 (три) алатки: за Нови начини за работа, мобилност поврзана со работата и дигиталност.
- Методологија и обука со персонализирано искуство за учење според потребите на секој ученик и неговата организација.
- Методологија за влијание и корисничко упатство.
 - Платформа на знаење, интерактивна средина во која корисниците можат лесно да учат и добиваат информации и знаења за новите начини на работа и како тие можат да бидат воведени во организациите преку човечките ресурси.



Предговор

Новите начини на работа (NWoW) опфаќаат практики на просторно-временска флексибилност - работа на далечина, планирање на работниот простор, флексибилно работно време итн, практики на управување - автономија, доверба, учество итн и воведување на (семи) автономни тимови итн.

Во флексибилната работа ќе се најдат такви премостувања (начини) кои ќе придонесат за намалување на CO2 емисиите, преку работењето во работните средини.

Содржина

Во врска со проектот	4
Предговор	6
Содржина	7
Поглавје 1- Засегнати страни	8
Поглавје 2- Создавање на култура за одржливост	13
Поглавје 3 - Приспособување на процесите за човечки ресурси за да влијае врз намалувањето на емисиите на јаглерод	15
Поглавје 4- Алатки за поддршка за намалување на емисиите	17
Поглавје 5 - Инспиративни иницијативи	23
Поглавје 6 - Препораки за спроведување на придонес од страна на човечките ресурси за нулта емисии	26

Поглавје 1 Засегнати страни

Директорот/менаџерот за човечки ресурси е само делумно одговорен за прашањата поврзани со новите начини на работа иако е одговорен за управување со човечки ресурси и организација на работа.

Со цел да придонесе за намалување на емисиите на јаглерод на компанијата, директорот/менаџерот за човечки ресурси треба тесно да соработува со различни засегнати страни, кои се идентификувани како што се:

1.1 Извршен директор / Топ менаџмент

Локација на бизнисот

Деловната локација е дефинирана како место или структура окупирана од компанијата за да ги води своите операции. Кога ќе го погледнеме образложението зад изборот на локација за компаниите, еден критериум не е занемарлив и генерално се појавува во првите пет: Просторот за работа во кој компанијата ќе се позиционира. Ова е размислување кое треба да се поддржи, но е различно од перспективата за човечки ресурси- ЧР. Кога вашата организација има планови за преместување, истражете ја одлуката „останете или одете“, и размислете за спојување на повеќе канцеларии или отворете дисперзирана канцеларија, при тоа е важно е да се анализираат поврзаните влијанија и можности за патување. Изберете локација во близина на железничка/метро станица и пристап до друг јавен превоз

Позитивен пристап

Една од клучните точки на која треба да се работи е топ менаџментот и компанијата да свати што може да се добие со приближување на работното место од дома наутро до дома навечер, и навистина да ја земе мобилноста како составен дел од работната активност. Штом ќе се случи ова, полесно ќе се разбере кои се потребите на компанијата да троши време на ова, зошто треба да вложи енергија и ресурси во тоа и да преземе одредени мерки. Би било корисно да се оддалечиме од административните ограничувања поврзани со обврската за изготвување план за мобилност, а наместо тоа да се заземе позитивен пристап.

Можности и... ограничувања

Поддршката на процесот за помалку јаглеродно-интензивна мобилност никогаш не е основна дејност на компанијата - и нема да биде таква. Флексибилноста во однос на ограничувањата што може да се наметнат, не е толку голема. Затоа, првиот чекор е да се утврди нивото на ограничувања што компанијата е подготвена да ги наметне.

Разговор со вработените

Доколку се преземат иницијативи во корист на воспоставување јаглеродно погодна мобилност, од суштинско значење ваквата активност да се користи и да се промовира од топ менаџментот како пример за вработените. Во рамките на плановите, преку декстоп истражување, евидентирано е дека водечката фигура во компанијата која го промовира овој план, е клучот до успех

1.2 Финансии

Сумата на пари што компаниите се подготвени да ги потрошат за прашања поврзани со мобилноста на стратешко ниво, обично е исклучително мала во споредба со она што тие можат да го потрошат за даночна оптимизација или за провајдери за услуги поврзани со човечки ресурси. Активностите за подигање на свеста, беа оценети помеѓу осум до десет пати помалку. Невозможно е со толку ниски амбиции навистина да се сменат работите. За жал, можеме да видиме дека работата во врска со мобилноста сè уште се доживува како ограничување од страна на компаниите, а не како реална можност за промена на нивното влијание врз животната средина. Сепак, повратот на инвестицијата на проектите за мобилност може да биде директен и многу значаен. Човечките ресурси ќе може да напредуваат прогрес во оваа област преку развивање на вистински деловен случај со конкретни бројки.

1.3 Комуникација

Комуникациска стратегија

За навистина да се промени однесувањето поврзано со мобилноста, важно е компаниите да воспостават комуникациска стратегија и целите да се применуваат на редовна основа. Во таа насока, мора постојано и да се пренесува пораката до вработените. Воведување на игри, на пример, е одлична можност за остварување на целта, со награди за победа. Создавањето лого и/или брендирање за планот за мобилност на работното место може да помогне да се привлече и задржи вниманието во компанијата

- Во SWIFT во Белгија, беше организиран „добротворен предизвик“ за да се поттикне возењето велосипед за време на неделите на мобилност: за секој поминат километар се донираше 1 евро на здруженија поврзани со велосипедизмот. Овој систем беше многу успешен кај вработените, бидејќи комбинираше надворешна и внатрешна мотивација.
- Во Service Public de Wallonie во Белгија, беше организирана „велосипедска тура околу светот“: од учесниците беше побарано да ги внесат своите велосипедски патувања поврзани со работата на онлајн формулар како дел од колективниот предизвик да извозат 40.075 километри заедно во текот на 26 недели. Колективно се” достигнуваа дестинациите, со анегдоти, пофалби и диплома на крајот. Динамиката беше користена за достигнување преку нивоа и беџови, додека се играше за бегство, непредвидливост и креативност на учесниците
- Извор: UWE Mobility Unit

Source: UWE Mobility Unit

Фокусирајте се на вистинската работа

На мобилноста не треба да се пристапува директно од еколошки агол. Еколошката димензија ќе биде позитивниот резултат, целта кон која треба да се стремиме. Но, тоа не е алатка за комуникација: луѓето се менуваат не поради еколошки причини, туку од причини на практичност, ефикасност, поради заедница... Накратко, од причини поврзани со човековото однесување. Вработените нема да го променат своето однесување затоа што влијаат врз подобрување на јаглеродните емисии на компанијата, туку затоа што ќе имаат нови опции за да го подобрат управувањето со семејството, да ги направат нивните патувања попријатни... и, на крајот, да имаат позитивно влијание на планетата.

1.4 Менаџер за мобилност

Назначете менаџер за мобилност

Менаџерот за мобилност е внатрешно лице кое го води проектот за мобилност и, идеално би било да поднесува извештај до генералниот менаџмент, бидејќи раководењето му е трансверзално преку: комуникација, човечки ресурси, капацитети, итн. Лицето може да дојде од кој било оддел - и, зошто да не, од човечки ресурси - но мора имаат директен контакт со највисокото раководство и со претставници на персоналот. Ова лице потоа мора да биде обучено во врска со проблемите со мобилноста.

Не е доволен само менаџерот за мобилност..

Мобилноста останува израз на индивидуалната слобода надвор од компанијата и од какви било ограничувања поврзани со работата. Од личната перспектива во врска со слободата на одлучување, нормативната улога која што ја има автомобилот, останува се уште многу важна, на пример. Затоа, треба да се направи убедување и едукација. Секторот за човечки ресурси, може да дејствува на патувањата поврзани со работа (на пример во транспортниот сектор или ако компанијата вработува мобилни вработени), но ќе биде потешко за патувањето од дома со работа, што делумно ја допира приватната сфера. Тогаш тие се многу повеќе зависни од добрата волја на луѓето или од она што луѓето се подготвени да го направат, свесно или несвесно.

1.5 Менаџер со податоци

Станувајќи актери на промени значи дека компаниите мора да инвестираат во ресурси - финансиски, човечки и во време - за да спроведат темелно испитување на нивните моментални практики поврзани со мобилноста и како индивидуалните варијабли (возраст, пол, работна позиција, рутата на патување, итн.) влијаат на нивниот претпочитан начин на транспорт. Собирањето информации преку анкети, интервјуа со вработени, добавувачи и клиенти и други алатки е од клучно значење за создавање соодветен одговор. Компаниите веќе имаат огромно количество податоци и, доколку сакаат, често ги имаат при рака потребните елементи за да напредуваат на едноставен и евтин начин.

1.6 Синдикати

Ако воспоставувате проект за новите начини на работа или хибридна работа по директива одозгора надолу, без да ги вклучите синдикатите, преку нивни амбасадори, и без претходно да ги тестирате работите на терен, нема да функционира. Мобилноста е една од најчувствителните теми во компаниите. И штом ќе се направи штета, исклучително е тешко враќање назад во позитивна динамика. Во таа насока, мора да се биде подготвен да се врати назад штом се направи грешка и да се прифати да се преразгледаат плановите.

1.7 Јавни институции

При изготвување успешен план за мобилност без јаглерод, од суштинско значење е да се добие потврда со локалните и официјалните институции. Локалното планирање е од клучно значење. И обично, политиките се главниот мотор за

промена: 60% од корпоративните промени во планирањето на мобилноста се мотивирани од желбата да се согласат (или да се усогласат) со националните, регионалните или локалните политики.

Развојот на работа на далечина ќе го регулира работодавачот, но исто така треба да се интегрира во перспективите на јавните политики. Ако се дозволи далечинско работење да се развива без да се специфицира со целите што се бараат од гледна точка на јавните политики, мали се шансите во нивното постигнување.

1.8 Јавни транспортни превозници

Ако менаџерите за човечки ресурси и мобилност во компанијата, дури и од различни сектори, работат заедно во област од 500 до 800 метри околу транспортен центар - железничка станица, метро станица итн, тие ќе можат да започнат динамично, и пред сè, ќе можат да отидат да ги запознаат јавните власти, јавните транспортни превозници и службите за мобилност, и да се претстават пред нив:

„Ние сме, да речеме, 30 компании, ние идентификувавме таква и таква потреба; што можеме да направиме во врска со тоа“. Ако отиде само една компанија, нема да има влијание. Со 30 компании ситуацијата се менува. Потребна ви е оваа вредност за да имате влијание“

Поглавје 2 -Создавање култура на одржливост

2.1 Влијание врз однесувањето

Организациите не можат да влијаат на тоа каде вработените избираат да живеат, бидејќи тоа би било очигледно нарушување на нивната приватност. Тешко е да се спротивстави на патувањето до работа, дури и кога се земаат предвид параметрите како поевтино домување или подобар квалитет на живот. Работете со шампиони за да ги сензибилизирате колегите.

Пример: **Wever** е платформа создадена во Франција која предлага повторно да се измисли инклузивна и ефикасна мобилност со ставање на корисникот и неговите или нејзините изразени потреби во рамките на подготовката на понудата. На сите им нуди можност да ги изразат своите потреби, да тестираат нови решенија и да гласаат за спроведување на најинтересните на долг рок .

Како работи?

1. Дијагностика за мобилност се користи за собирање на навиките за патување и потребите на вработените. Потребни се само неколку минути за да се соберат индивидуалните потреби и за секој од нив се постави наод.
2. Контролната табла овозможува континуирано следење на извршените наоди и преку коментари ќе се видат препораките за дејствување. Оваа визуелна алатка овозможува понудата да биде ко-конструирана со корисниците.
3. Алгоритмот ги открива можностите за мобилност преку откривање на постоечките решенија и моделирање на нови прифатливи решенија.
4. Со индивидуализирана поддршка за промени и логика на награди за близината, трансформациите се видливи за неколку недели.

Повеќе информации: www.wever.fr

2.2 Направете нешто на конкретен начин

Не правете кампањи за мобилност поврзана со работата со постери во лифтот, бидејќи со тоа не менувате никакво однесување. Одете во кафетеријата три пати неделно за да разговарате со луѓето, да се интересирате за нивната мобилност и нивните грижи, да предложите начини за напредување. Накратко, персонализирајте го вашиот пристап за секоја личност. За ова е потребно време и енергија.

Друг пример: Креирајте група за велосипедски тури и одржувајте велосипедски настани. Побарајте од приклучените колеги во групата да направат презентација и да зборуваат за темата.

2.3 Обрнете внимание на паркирањето

Паркирањето на автомобили е централно прашање за компанијата: компаниите развија мерки кои се движат од стимулации (финансиска награда за тоа што не се носи автомобил на лице место), до казни (воведување на трошоци за паркирање на лице место или максимален број денови/недела или месец за користење паркинг).

2.4 Иницирајте партиципативен пристап

Поставете кластер за мобилност кој вклучува доброволни членови на персоналот за да собираат идеи, предлози и да развијат внатрешни амбасадори. Некои организации ја делегираа улогата на управување со план за мобилност/патување на линиските менаџери, за да создадат сплотеност во групата .

2.5 Промовирајте размислување надвор од рамката

Охрабрете ги луѓето да размислуваат за причината за патување пред да го изберат начинот на патување

Поглавје 3-Приспособување на процесите за човечки ресурси за да се влијае врз намалувањето на јаглеродните емисии

3.1 Работна организација

Формализирање на договори за работа на далечина

До пред три или четири години, работата на далечина беше главно неформална. Денес, работата на далечина станува се повеќе и повеќе формализирана поради нејзиното широко усвојување во големите организации, по здравствената криза. Ова формализирање може да има форма на политика на компанијата и/или дискусии помеѓу работодавачот/менаџерите и синдикатите/вработените за насоките во кои работодавачот сака да ја постави работата на далечина. Соочени со заситеноста на јавниот транспорт и патните мрежи, постои предизвик да се развие работа на далечина како начин за регулирање на овие текови поврзани со мобилноста.

3.2 (НАГРАДИ) Пакет за одржлива мобилност

На ист начин како што јавниот превоз е покриен за вработените, таква шема со компензација може да се направи за оние кои доаѓаат на работа користејќи „етички“ начини како што се возење велосипед или здружување со автомобил, на пример. Што се однесува до службените автомобили: препорака е да се забранат дизел автомобилите, замена на бензинските возила со возила со нула емисија на штетни гасови.

Во Франција, работодавачите можат да платат пакет за одржлива мобилност на своите вработени кои користат одржливо транспортно средство за нивните службени патувања. Опфатени се следните транспортни средства: велосипед (вклучувајќи електричен велосипед), здружување со автомобил како патник и возач, заеднички услуги за мобилност (споделување на електрична енергија или хибридни возила, изнајмување и самопослужување на скутери или велосипеди), јавен превоз (со исклучок на сезонски билети). Максималниот износ на пакетот за одржлива мобилност е 700 евра годишно по вработен. Платениот износ е ослободен од придонеси за социјално осигурување и данок на доход.

Во Белгија, додатокот за велосипед е надоместок за километража што го доделува работодавачот на вработените кои користат велосипед за да го поминат целото

или дел од растојанието помеѓу нивниот дом и работното место. Додатокот е наменет за покривање на трошоците на велосипедистот, но пред се е наменет да поттикне повеќе вработени да ги користат своите велосипеди. Надоместокот за километар е ослободен од данок до 0,25 евра по поминат км за финансиската 2023 година, согласно приходот од 2022 година за плата. Доколку работодавачот додели поголема километража, овој вишок се оданочува како професионален приход.

Проверете што постои како опција во вашата земја во оваа насока!

3.3. (РАБОТНО ВРЕМЕ) Охрабрете Soft Mobility Travel (мека мобилност)

Работодавачот може да го кредитира времето на мобилност како работно време, но само во случај на патување со мека мобилност - т.е. кој било начин на транспорт што не користи мотор со согорување, ниту испушта стакленички гасови. Ова има дополнителна предност што му дава можност на лицето да патува надвор од шпицовите.

3.4 (РЕГРУТИРАЊЕ) Регрутирање локално

Регрутирање со земање во предвид на растојанието помеѓу домот и канцеларијата во изборот на кандидат, може да се користи како параметар. Но, ќе биде потешко да се активира кога пазарот на труд е тесен или кога профилите ретко се наоѓаат. Со силното искуство што го стекнавме преку работењето на далечина - наметнато од Ковид-19, локалното регрутирање продолжува да има смисла само по себе, но изгледа потешко за практикување.

3.5 (ДОБРОСОСТОЈБА) Мобилноста е важна

Мобилноста е еден од столбовите за благосостојбата на работа. Пристапите тогаш можат да бидат многу трансверзални. На пример, со промовирањето на возењето на велосипедот, може да се придонесе за подобрување на физичката кондиција, стимулирање на концентрацијата на работа, па дури и поттикнување на животот во заедницата

Поглавје 4 – Алатки за поддршка за намалување на емисиите

4.1 Спроведете анализа на мобилноста

Спроведете проценка на емисиите на јаглерод на вашата компанија: назначете експерт за да ги идентификува и фокусира темите со најголемо влијание (мобилност, патување со авион, објекти) итн. Потоа спроведете скенирање за мобилност врз основа на точни и тековни податоци.

Примери: **Mobility Label**, алатки за поаметно патување
<https://mobilitylabel.com>

Mob Box собира и составува масовни необработени податоци. Од внатрешни податоци за корпоративна флота до надворешни податоци со отворен код, тие ги претвораат бројките во директни карти и интуитивни графикони. Тоа ќе ви помогне да добиете јасен поглед на вашите вработени и мобилноста. Проценете ја севкупната модална мешавина и анализирајте ги емисиите на CO₂ и поврзаните трошоци <http://www.mob-box.eu>

4.2 Истражете ги достапните јавни решенија

Во Франција: Forfait Mobilité Durable (Пакет за одржлива мобилност) - секоја компанија може да ги субвенционира или финансира патувањата на своите вработени од дома до работа до 800 евра годишно, со ослободување од данок и придонеси за социјално осигурување, се додека тие користат зелени транспортни средства - јавен превоз, електрични скутери, заеднички електрични автомобили, дружење со автомобил...

https://www.ecologie.gouv.fr/sites/default/files/0509_Mobilite%20durable%20entrepriseA4_pourBAT.pdf

Во Белгија: Budget Mobilité (Буџет за мобилност) им овозможува на компаниите да понудат вработените кои имаат службено возило буџет за поеколошки опции за мобилност — <https://lebudgetmobilite.be/fr>

4.3 Индивидуална анализа / Анкети за мобилност

Погледнете како луѓето патуваат до нивното работно место и им понудете им алтернативи, со помош на индивидуализирани маркетинг акции. Постои цел

процес на дијагностицирање и поддршка за луѓето да им се покаже дека автомобилот не е нужно најефикасниот начин за движење. Подлабока анализа (следејќи ги луѓето неколку дена) може да им покаже дека има и други начини на вршење на работите, помалку моторизирани, поекономични итн.

4.4 Платформи за мултимодални рути

Платформите за мултимодални рути можат да покажат различните опции и да им овозможат на луѓето да сфатат дека патувањето со автомобил ќе биде помалку ефикасно отколку со другите начини на транспорт. Некои од овие алатки ги прикажуваат емисиите на CO₂ поврзани со различни начини на патување.

Пример: Skipr, “се-во-едно” е решение за управување со корпоративна мобилност преку www.skipr.co

Skipr се бори против употребата на автомобил за еден корисник во градот. На вработените им нуди апликација која им овозможува да видат како да стигнат од А до Б со комбинирање на различните превозни средства што постојат околу нив: јавен транспорт, заеднички возила, електрични скутери, зелено возило за да стигнете до станицата итн. Постои ко-пилот кој ќе ги обезбеди следбениците во опцијата да не го земат автомобилот. Овозможува купување билети за јавен превоз на сметката на компанијата, во комбинација со платежна картичка, поврзана со истиот буџет во #мобилност, за алтернативни видови на мобилност.

За компанијата, платформата овозможува управување која ќе направи две работи: да ги поставите насоките на компанијата (кој е предодреден за што) и да обезбеди алатка за известување што дава целосна видливост за генерираните заштеди и намалување на емисиите на јаглерод во споредба со употреба на традиционален автомобил. Вработените имаат контролна табла за сопствената ситуација, но компанијата има само збирни извештаи. Кога барате по опциите за патување, вработените добиваат три информации: времето на пристигнување, трошоците во евра и емисиите на CO₂.

4.5 Поттикнете здружување за заедничко патување со колегите

Пред услови за успех: флексибилноста на работното време е една од првите причини што е предизвик за здружување меѓу колегите. Немањето исти работни часови е ограничувачки фактор, особено кога се додаваат личните ограничувања - собирање на децата, извршување на обврски итн. Може да помогне да имате проект менаџер, кој со табела и молив ги евидентира патувањата и ги совпаѓа. Ако им оставите на луѓето да го средат тоа меѓу себе, ќе биде покомплицирано. Ако го

оставите на некоја апликација, и тоа е комплицирано. Дигиталните алатки работат многу добро на долги растојанија, но не се толку ефикасни за кратки растојанија, повторлива и секојдневна употреба. Сепак, постојат платформи за олеснување на здружувањето со автомобили со опции за совпаѓање, информации за фискалните придобивки, можности за следење за ориентирање во насока на комуникацијата. Важно е да се напомене дека здружувањето со автомобил не функционира добро кога работното место е во близина и има понуда за јавен превоз

4.6 Шатл превоз

Неколку организации кои постигнаа најголем раст во користењето на јавниот превоз обезбедија бесплатен, соодветен шатл-автобус на компанијата, поврзувајќи се со клучните локални градови и/или локалните железнички и автобуски станици. Преку партнерство вклучени беа организации кои го зголемуваат бројот на автобуски услуги што пристигнуваат на локацијата, се обезбедија во просек околу 14 дополнителни автобуси во шпицот, кои беа евидентирани преку едно истражување. Да се има соодветни и приспособени услуги изгледа поважно од апсолутните бројки: поевтини билети, договорени билети и подобрување на инфраструктурата/квалитетот на услугата надвор од локацијата и со финансирање на нови автобуски постојки на лице место или во близина, на пример, е бенефит за вработените.

4.7 Возење велосипед

Се чини дека факторите кои се најтесно поврзани со високите нивоа на возење велосипед се однесуваат на висококвалитетниот пристап надвор од локацијата или подобрувањето на пристапот надвор од локацијата; зголемување на достапниот паркинг простор за велосипедистите и нудење услуга за поправка на велосипедот. Исто така, забележливо беше дека повеќето од организациите/компаниите во студијата обезбедија тушеви, пресоблекување, сушење и/или шкафчиња; договорени попусти за опрема за велосипедисти.

4.8 Електрични автомобили? Да, но...

Електричниот автомобил не е решение за сообраќајниот метеж. Автомобилот е сепак автомобил, без разлика дали е електричен, водороден, бензинец или дизел, сепак зафаќа простор на патот. Не испушта „нула CO2“, испушта помалку: се зависи од тоа како е произведена електричната енергија. Исто така претставува

предизвик и тешкотија во врска со мобилноста: не постои такво нешто како “една големина да одговара на сите”. Секој ќе има своја специфичност. Кај електричните автомобили, има и проблеми поврзани со трошоците и полнењето што треба да се земат предвид. Сè уште има пречки. Работите брзо се менуваат, но соодветно решение од волшебна стапче, нема.

Во таа насока, треба да се инсталираат инфраструктури за полнење на електрични автомобили: тие се неопходни за да се зголеми употребата на електрични автомобили.

4.9 Лизинг на велосипеди (за електрични велосипеди)

Пример : Пример: изнајмување велосипед (Белгија)

Како работодавач во Белгија, можете да изберете да понудите лизинг за велосипеди на различни начини: бесплатно или со (делумен) придонес за велосипедот. Во сите ситуации, вработените уживаат даночна предност од околу 40%. На изнајмен велосипед не плаќате никаков надоместок, бидејќи велосипедот го користите редовно за патување. Може да исплатите и додаток за велосипедот. Ова ги мотивира вашите вработени да возат велосипед. Прописите за лизинг на велосипеди не прават разлика помеѓу изнајмен и приватен велосипед. Кои се резултатите? Вработени се повеќе фит: има 1-2 дена помалку отсуства и дополнително моќен придонес во планот за зелена мобилност

4.10 Обука за еко-возење

Пример: Да се биде еколошки одговорен кога сте на пат бара повеќе од само поседување еколошко возило. Треба да имате зелен стил на возење. И ова е нешто што возачите го учат во програмата за обука Е-позитивни, едногодишен курс за обука од ALD Automotive.

Како функционира тоа:

Се започнува со тоа што можат да направат возачите; ги ставаат нивниот сегашен стил на возење со користење на возилото на картичка.

После тоа, тие следат курс за е-учење и добиваат обука – индивидуално и групно. Инструкторот им дава постојани персонализирани совети и аспекти на кои треба да обрнат внимание.

Резултатот? На крајот од обуката сите возат со е-позитивен став.

10 совети за еколошко возење

1. Префрлете се на поголема брзина во соодветно време. Со дизел мотор, некаде од 2.000 вртежи и со бензинец, 2.500 вртежи.
2. Време на движење? Притиснете го педалот за гас целосно, бидејќи бавното забрзување сигурно нема да ви заштеди гориво.
3. Одржувајте доволно растојание од возилото пред вас. Тогаш нема да треба постојано да сопирате и да забрзувате.
4. Дали треба да забавите или да престанете? Не одете директно на сопирачката, туку отпуштете го педалот за гас навреме. Ќе успорите со моторно сопирање и без возење на спојката.
5. Вклучете ја контролата на патувањето заради постојаност – а со тоа и еколошката чистота.
6. Дали ќе бидете на целосно застанување повеќе од 20 секунди? Потоа исклучете го моторот.
7. Планирајте ја вашата рута однапред за да не кликнете на непотребната километража.
8. Не ви е потребна вашата покривна кутија за велосипед или багажник? Тргнете го и намалете го отпорот на воздухот.
9. Редовно проверувајте го притисокот во гумите.
10. Сервисирајте го вашето возило навреме: само така ќе можете да возите економично и безбедно.

Извор: ALD Automotive

4.11 MaestroMobile

Maestro Mobile е сериозна игра развиена од Espaces-Mobilités во Белгија, во областа на мобилноста која има за цел да го промени однесувањето преку експериментирање.

Повеќе информации: <https://www.maestromobile.eu>

“Mobility Van” е тим составен од експерти за мобилност кои патуваат на јавни простори и компании и на вработените им ги покажуваат сите решенија за

мобилност на практичен начин (преку тест со машини за микромобилност, велосипеди, апликации...)

- Претставува градска, урбана, сериозна, игра која е организирана во форма на тимбилдинг и им овозможува на учесниците да тестираат различни решенија за мобилност на практичен начин додека (повторно) го откриваат градот, завршуваат предизвици, одговараат квизови итн. Со користење на шифрите од популарните игри како што се “Pokemon Go” или принципите на урбаните трки, “City Game” создаде свој универзум поврзан со откривањето на услуги за мобилност.

На ист начин како и програмите за фитнес, “Mobility Passport” нуди предизвик за мобилност што ги води учесниците низ различните фази на учење за мобилноста, од запознавање на услугата до користење, во период од околу еден месец. Преку мобилната апликација, учесникот добива валидација на своите вештини и му се доделуваат сертификати кои имаат форма со печат за неговата мобилност.

- “GO Mobility” е хибридна платформа која нуди комплетна програма за коучинг и откривање на алтернативи за мобилност.

- “Critical MaaS” е персонализиран тренинг за да експериментирате со нови мобилности со цел да го промените вашиот начин на движење. Во придружба на експерти, ги тестираат сите нови услуги и станувате господар на вашата мобилност.

Поглавје 5 – Инспиративни иницијативи

5.1 Отстранете ги местата за паркирање

За да се обесхрабри употребата на автомобили за да се оди на работа, некои компании ги отстранија резервираните паркинг места во компаниите. Ако на сите вработени им е речиси загарантиран просторот за паркирање, тие ќе го користат автомобилот многу повеќе за да патуваат до работа, отколку ако не го сторите тоа.

5.2. Олеснете ја заедничката мобилност

Една бразилска енергетска компанија смислила апликација за да ја олесни споделената мобилност до нејзината локација во Сао Паоло: корисниците би ја внеле нивната рута за патување, а апликацијата би ги вкрстила податоците со сите други влезови и ги воведувала вработените кои следат слични рути. Заедничката мобилност се зголеми за 18% од транспортот и заштедила на компанијата 300.000 УСД годишно.

5.3 Охрабрете го возењето на велосипед

Поиновативните добри практики меѓу студиите на случај, вклучуваат обезбедување на подобра безбедност за велосипедите (индивидуално заклучувачки паркинг простори; полициско обезбедување или нудење шеми за осигурување за велосипеди); заеми за велосипедска опрема (батерии, светла, пумпи, брави, шлемови, детски седишта итн.) мапи на циклуси на специфични локации; финансиски стимулации и бесплатни производи (на пример, понуда на заштитни јакни).

Неколку примери за позитивни активности: партнерство за изнајмување на товарни велосипеди за испорака или нивна употреба од страна на технички работници, кампања за позајмување електрични велосипеди за да им се овозможи на вработените да ја тестираат, „Алатката со велосипед до работа“ за мерење на јаглеродна неутралност и учество во различни предизвици

5.4 Децентрализирани заеднички канцеларии

Пилот-проект за децентрализиран заеднички канцелариски простор со цел да им се овозможи на оние кои не можат да работат на далечина, во некои денови да не мора да доаѓаат до централата, ако живеат далеку или ако им е премногу

комплицирано да доаѓаат до најблиската канцеларија. Спроведено е со оператор за ко-соработка, преку централизиран систем за функционирање.

5.5 Направете го возот поконкурентен транспорт

Политика за деловно патување:

- распределба на средства за компензација на повисока цена на авионот, со цел возот да стане конкурентен и користен
- Не е дозволено да се користи авион за патувања помали од 2 часа што може да се направат со воз

5.6 Пристап “плаќаш колку што трошиш”

Пристап „Плаќаш колку што трошиш“ за службените автомобили: луѓето го контролираат она што го трошат плус надоместок на км што не се потрошени или претерано потрошени да влијае на цената на лизингот и буџетот што ќе се распредели

ДОБРА ПРАКТИКА

Solvay (Солвеј) лансирале внатрешната цена на јаглеродот за патување на компанијата.

Солвеј покренала нова иницијатива за следење на јаглеродните емисии од патување на компанијата, преку собирање средства на поддршка на проекти за одржливост на групацијата и градење свест за одговорно и одржливо патување. Иницијативата имаше за цел да го истакне индивидуалниот јаглероден отпечаток на секој вработен. Од 2019 година, Солвеј ја намалила вкупната употреба на јаглерод поврзана со воздушните и железничките патувања за скоро 70%, во голема мера поради пандемијата Ковид-19, но исто така и на имплементацијата на “Новиот начин на работа на Солвеј”, каде што со дигиталните алатки се направиле виртуелните посети, лесно достапни за сите.

Групацијата Солвеј сега е фокусирана на одржување на овие нови однесувања и минимизирање на јаглеродните емисии на компанијата за патување со закажување помалку лични состаноци, намалување на бројот на меѓународни летови, намалување на еднодневните воздушни патувања со препорака за префрлање од деловна во

економска класа или од користење на авион да се користи железнички сообраќај, кога постојат тие алтернативи. Овие мерки се нагласени како начин да се подигне свеста за сечиј индивидуален јаглероден отпечаток во компанијата.

Следењето на патувањето на Солвеј на крајот ќе се финансира во фонд кој ќе се користи за спонзорирање на проекти за одржливост со фокус на јаглеродното намалување каде што е изводливо. Глобалните деловни единици ќе придонесат со паричен износ врз основа на патните емисии на ентитетот пресметан по 100 евра по тон CO₂. Тој износ ќе му се наплати на секој ентитет и ќе се префрли на Фондот за придонеси за намалување на јаглеродните емисии за патување на групацијата. Овој фонд за придонес е стремеж кон исполнување на целите за одржливост на Обединетите нации и охрабрување на секој вработен да има свој удел за да ја заштити планетата земја.

Поглавје 6- Препорака за спроведување на придонес од страна на човечките ресурси за нулта емисии

6.1 Воспоставување на мерење... односно подобро е да напредуваш со несовршени мерења...

Бидејќи чекањето за совршенство е најдобриот начин да не правиш ништо...

6.2 Изберете локација на компанијата достапна со одржливи транспортни средства

Компаниите немаат капацитет да регрутираат само локално, ниту да наметнуваат локации за живеење на своите вработени, освен со обезбедување сместување како дел од договорот за вработување. Тие не можат да влијаат на растојанието од дома до работа, но можат да изберат локација која е достапна за нивните работници со користење на поодржливи средства за превоз од автомобилот.

6.3 Планирајте, работете, активирајте се

Првиот столб е дијагностицирање и дефинирање на стратегијата. Потоа доаѓа имплементацијата со услуги за мобилност, управување со податоци, финансиски мониторинг, инфраструктури итн. Повеќето компании застануваат тука и потоа гледаат дека тоа не функционира.

Зошто? Едноставно затоа што недостасува димензијата за промена на однесувањето и мотивирање.

Сето горенаведено е неопходно, но не е доволно. Мора да се „активирате“ за влијание врз вработените. Кога некоја компанија ќе ви каже дека поставила десет електрични велосипеди во приемниот дел, но никој не ги користи, недостасува овој чекор: активирање. Не сте ги мотивирале луѓето. Нивното мотивирање може да се направи на различни начини, како организирање на игра со награда за оние кои најмногу ги користат велосипедот.

6.4 Стекнете разбирање за долгорочно патување или долгите растојанија

Случаите со двојни резиденции поврзани со работа - или со второ живеалиште, или во хотел, или дури и користење на AirBnB... двојни резиденции поврзани на луѓето со две работни места во два различни града; многу чести патувања поврзани со работа, итн. Заслужуваат да се земат во предвид, од гледна точка на човечки ресурси, а уште повеќе кога има преселба на ново работно место во однос на влијанието врз патувањето до работа и воспоставување на неопходна поддршка.

6.5 Не се фокусирајте само на буџетскиот аспект

Логиката за избор на мобилност вклучува и брзина (ако се потребни 1,5 часа со јавен превоз, наспроти 40 минути со автомобил, парите нема да имаат големо влијание), но и многу други критериуми како удобност т.е. целото искуство на патување: возот има компаративна предност ако во него можете да правите други активности - спиење, читање, работа итн. Но, таа предност се поништува ако возот е преполн и немате место, на пример, или искуството што го имате за различните начини на транспорт, навики, безбедност итн. Размислете за политика за мобилност која ги интегрира сите димензиите (трошокот, брзината, удобноста и сл.) така што алтернативите ќе бидат привлечни.

Префрлете се од буџет за мобилност од 500 евра, на буџет од по x килограми CO₂ и соодветно распределете го буџетот за мобилност на вработените, можеби е можно со тргување помеѓу колегите како можност за размена на заштеди за слободни денови

6.6 Поттикнете мултимодалност

Промовирајте промена, така што луѓето ќе ја минимизираат улогата на автомобилот во нивните патувања. Луѓето кои живеат во ретко населени, периферни-урбани области можеби ќе можат да ја намалат употребата на автомобилот ако користат и други начини на транспорт покрај автомобилот. Потребите ќе наложат префрлување кон зголемен, поширок а не на намален автомобил: или доколку имате службено возило, евентуално помало, но да биде со подобри еколошки перформанси. Да им се даде на луѓето можност да патуваат поинаку. Ова не секогаш бара зголемување на понудата, туку само договор за

олеснување на пристапот до јавниот превоз или други форми на мобилност. Денес се нудат многу мултимодални решенија.

6.7 Автомобили од компанијата: обрнете внимание на...

Ако компанијата чувствува обврска да обезбеди службени автомобили (за привлекување таленти, задржување вработени, статус, застапеност), обрнете внимание на типот на возилото, дури и ако знаеме дека влијанието на електричното возило врз животната средина не е неутрално.

6.8 Справете се со паркинг местата

Ако компанијата нуди паркинг простор, тоа на некој начин им плаќа на вработените да го користат својот автомобил. Она што ни треба е едноставно да ги избалансираме предностите на различни видови транспорт: ако патувате со велосипед, не заземајте го местото за паркирање. Во таа насока ако заземете помалку простор, компанијата би можела да ви додели одредена сума - на пример 200 евра - затоа што заштедувате пари на компанијата доаѓајќи со велосипед.

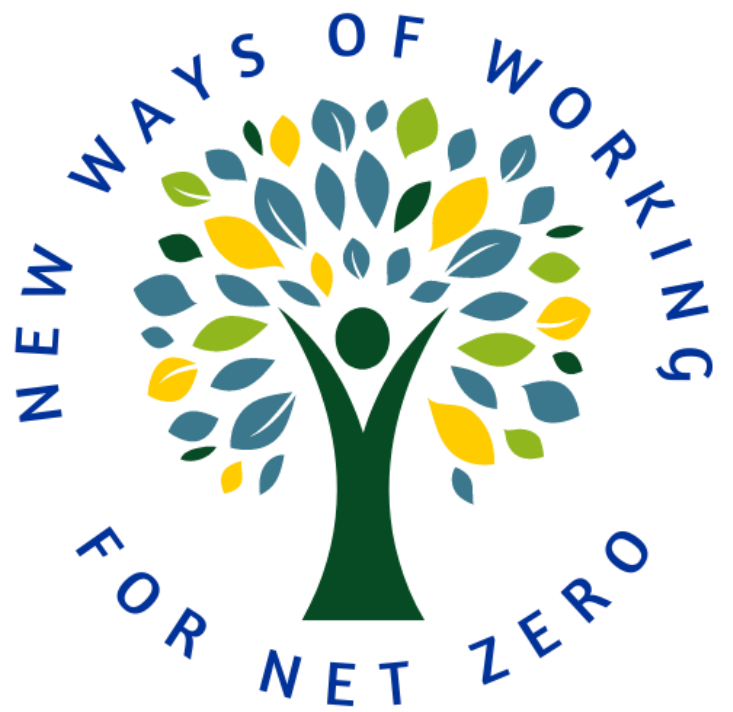
Посочете кон резервираните паркинг места за менаџерите, кои генерално се секогаш подобро лоцирани. Оваа хиерархиска предност не ја одразува амбицијата на компанијата за мобилност што е ќе биде помалку интензивна кон јаглеродните емисии. Ако има паркинг, просторите најблиску до влезот на канцеларијата треба да бидат резервираны за споделеното возење со автомобил.

6.9 Најдете „внатрешни амбасадори“

Работете со пилот проекти, со мали групи амбасадори подготвени да ја играат оваа улога. Не ја револуционизирајте мобилноста во вашата компанија; започнете со луѓе кои се подготвени, и со мали иницијативи кои ќе никнат и ќе растат. Мобилизирај го врвниот менаџмент: кога извршниот директор и врвните менаџери се качуваат на својот велосипед и го прават тоа редовно, тоа има голем ефект на организацијата.

6.10 Клучен збор: соработка

Пристапот од Kiba-Janiak и Witkowski забележува дека клучен показател за успешен план за мобилност е соработката со мрежа на засегнати страни, кои може да бидат јавни или приватни, и ја најавува како особено својствена за намалување на емисиите на стакленички гасови.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

NWoW4Net-Zero project is co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.