

DOBRE PRAKTYKI W MŚP

Intensyfikacja działań szkoleniowych dla pracowników w obszarze efektywności energetycznej



Designed by freepik

Niniejszy dokument został opracowany przy finansowym wsparciu Unii Europejskiej w ramach realizacji projektu pn. Wsparcie techniczne dla promowania audytu energetycznego oraz inwestycji w efektywność energetyczną w małych i średnich przedsiębiorstwach. Opinie wyrażone w dokumencie nie mogą być traktowane, jako odzwierciedlenie oficjalnych opinii Unii Europejskiej.

Projekt został sfinansowany przez Unię Europejską w ramach Programu Wspierania Reform Strukturalnych i realizowany przez Krajową Agencję Poszanowania Energii SA we współpracy z Komisją Europejską na rzecz Ministerstwa Klimatu i Środowiska.

Dlaczego warto angażować pracowników w oszczędzanie energii?

Zaangażowanie pracowników w temat optymalizację zużycia energii w organizacji może przynieść wiele korzyści. Może przyczynić się do zwiększenia dochodów firmy, większego zaangażowania pracowników i wzmocnienia marki oraz podniesienie konkurencyjności firmy. Korzyści obejmują:

- Oszczędność energii: dobrze zaprojektowany i wdrożony program zmiany zachowań może przynieść oszczędności energii na poziomie ok. 3-5%. Oszczędzanie energii pozwala zmniejszyć koszty jej zakupu i emisję dwutlenku węgla.
- Zadowolenie pracowników: uczestniczenie w programach dla pracowników może sprawić, że poczują się oni docenieni. Świadomość, że ich organizacja dba o zrównoważony rozwój może być przyczyną zadowolenia i większej zaangażowania pracy w firmie.
- Lepszą reputację firmy: działania na rzecz zrównoważonego rozwoju pokazują, że organizacja dba o środowisko. Może to wzmocnić markę i przyciągnąć potencjalnych pracowników.

Źródło: cytowane z: Start2Act „Zaangażowanie pracowników w oszczędzanie energii”

1. Badanie i planowanie

Przed rozpoczęciem kampanii angażującej pracowników warto przeprowadzić badania i przygotować plan działania. Im więcej badań przeprowadzimy, tym skuteczniejsza będzie kampania świadomościowa. Jeżeli mamy dostęp do danych o zużyciu energii możemy je wykorzystać do wyznaczenia obszarów potencjalnych oszczędności. Dobrym sposobem gromadzenia informacji jest także obchód po miejscu pracy w celu stwierdzenia, gdzie występują straty energii, bądź przeprowadzenie ankiety wśród pracowników. Ważne jest, aby przyjęte cele były możliwe do osiągnięcia. Warto zacząć od tych małych, realistycznych, po osiągnięciu których będzie można przekazać pracownikom pozytywne informacje o oszczędnościach, co zmotywuje ich do kolejnych działań. Należy również pamiętać o wpływie przełożonych na działania pracowników. Korzystne będzie określenie, kto najbardziej wpływa na ich zachowania i zadbanie o to, aby osoba ta dawała dobry przykład.

Źródło: opracowanie KAPE za podstawie: Start2Act „Zaangażowanie pracowników w oszczędzanie energii”

2. Wdrażanie

Po określeniu sposobów zaangażowania pracowników oraz po stworzeniu planu działań wskazujemy czas ich realizacji i wdrażamy kampanię edukacyjno-informacyjną. Czas ma bardzo duże znaczenie – należy wybrać odpowiednią porę roku, dnia i uwzględnić wszystkie czynności wykonywane w firmie. Jeżeli akcja dotyczy wyłączania komputerów przed wyjściem z pracy i wysłane są zachęcające do tego maile, warto robić to po południu, nie rano. Należy również ustalić, zachowanie których osób ma wpływ na zużycie energii i do nich kierować informacje. Na przykład nie ma sensu mówić pracownikom, aby wychodząc wyłączali światła, jeżeli zaraz po nich do biura przychodzi personel sprzątający. Warto również dostosować kampanie do celów firmy i motywacji pracowników. Najbardziej skuteczny przekaz oparty jest na wartościach, dlatego korzystne będzie określenie i wykorzystanie istniejących motywacji. Według raportu z 2013 roku „Świadomość energetyczna Polaków” najczęstszym powodem oszczędzania energii w miejscu pracy są: chęć obniżenia rachunków za prąd (50%), troska o środowisko (23%) oraz realizacja zaleceń UE związanych z ograniczaniem zużycia energii (12%). Na tym etapie należy także wykorzystać odpowiednie kanały informacyjne, aby przekazać właściwe wiadomości. Można wykorzystać środki takie jak:

- maile informacyjne
- naklejki przypominające o danej czynności, np. przy wyłącznikach oświetlenia
- plakaty informacyjne czy przypominające o dobrych nawykach

- szkolenia i kursy
- konkursy

Większość z tych działań jest bezkosztowa lub wymaga nieznacznych nakładów, jednak, jeśli korzystamy ze szkoleń i kursów prowadzonych przez ekspertów z zewnątrz trzeba liczyć się koniecznością poniesienia kosztów.

Działania, do których można zachęcać to m.in.:

- wyłączanie nieużywanych urządzeń,
- niezostawianie urządzeń w trybie czuwania (np. komputerów, monitorów, drukarek, skanerów, głośników),
- niedrukowanie niepotrzebnych dokumentów i e-maili,
- niewkładanie do lodówki ciepłych potraw, dokładne zamykanie drzwi,
- gotowanie w czajniku elektrycznym tylko tyle wody, ile jest potrzebne,
- zamykanie okien przy włączonej klimatyzacji, nieustawianie zbyt niskiej temperatury,
- wyłączanie niepotrzebnego oświetlenia, korzystanie z naturalnego światła, niezastawianie okien bez potrzeby
- czytanie instrukcji i przestrzeganie zaleceń producentów urządzeń,

Istotne jest, aby pracownicy posiadający już odpowiednie umiejętności w zakresie zarządzania energią utrzymywali i rozwijali te umiejętności poprzez szkolenia i kursy. Świadomość i zaangażowanie całej załogi w działania służące poprawie efektywności energetycznej jest ważnym elementem skutecznego systemu zarządzania energią.

Źródło: opracowanie KAPE za podstawie: Start2Act „Zaangażowanie pracowników w oszczędzanie energii”; RWE Polska „Świadomość energetyczna Polaków”, 2013; „Ogólne metody poprawiania efektywności energetycznej w ramach najlepszych dostępnych technik(BAT)”, 2011

3. Monitorowanie

Wdrażając każdą kampanię należy monitorować jej przebieg, aby określić jej mocne i słabe punkty. Należy analizować wyniki i określać zmiany, które w wyniku kampanii nastąpiły, np. poprzez odnośnienie danych do przyjętych celów. Jeżeli nie są zauważalne efekty, należałoby zastanowić się nad przyczyną tego stanu rzeczy i ewentualną modyfikacją podejścia. Warto poprosić pracowników o opinie oraz sprawdzić ich poziom świadomości po zakończeniu działania. Nie można również zapomnieć o przekazaniu pracownikom informacji o efektach. Można także w ramach kontynuacji działań dla motywowania pracowników wprowadzić skrzynkę dobrych pomysłów na zgłaszanie ulepszeń związanych z charakterem działalności firmy wpisujących się w zasadę zrównoważonego rozwoju.

Źródło: opracowanie KAPE za podstawie: Start2Act „Zaangażowanie pracowników w oszczędzanie energii”