

Konferenca BUILD UP Skills

Projekt Build up Skills Slovenija si je zastavil drzen cilj in svojim deležnikom naložil odgovorno in profesionalno delo. Vsekakor zastavljenih ciljev ne bo mogoče doseči brez vrhunskih strokovnjakov oz. profesionalcev na področju inteligentnih energetskih sistemov. Velik delež odgovornosti ima vsekakor Evropska unija (EU), ogromen delež pri tem pa bo lahko zagotovil tako evropski kot tudi domači strokovni sistem izobraževanja. Kot dobro veste tudi sami, pa je učinkovit rezultat projekta med drugim povezan z nacionalnim načrtom usposabljanja in izobraževanja ter sistemom svetovanja in promocije v širši strokovni in družbeni javnosti.

Ne moremo prezreti, da so zeleni poklici oz. zelena delovna mesta vse pomembnejše dejstvo, ki daje pomemben doprinos k manjši porabi energije, surovih materialov in vode z visoko učinkovitimi strategijami kot so nizko ogljična ekonomija, k zmanjšani porabi toplogrednih plinov ter k zmanjšanju različnih vrst onesnaževanja. Pri promociji tovrstnih projektov, kot je Build up Skills je treba poudarjati, da so takšne zaposlitve tudi svojevrstna razvojna priložnost za našo državo, predvsem z zaposlovanjem mladih v majhnih in srednje velikih podjetjih, ki so sedaj bolj dovzetna za energetske inovacije v gradnji, tudi in predvsem zaradi kriznega položaja velikih gradbenih podjetij pri nas.

V tem sklopu je več že znanih dejstev. Največ novih zaposlitev v EU na splošno nastane v majhnih in srednjih podjetjih, kar potrjuje tudi raziskava CRP v 2012, ki ga je na vzorcu slovenskih srednjih in velikih podjetjih opravila Ekonomska fakulteta, ki kaže, da se ta podjetja ne zanimajo za zelene zaposlitve, ker se ukvarjajo s problemi krize, deloma pa tudi, ker pojma ne poznajo. Omenjeni CRP (Analiza povpraševanja po delu v Sloveniji v okviru raziskovalne naloge modela strateškega prestrukturiranja podjetij) navaja sledeče:

"Zelene zaposlitve se v Sloveniji sistematično ne spremlja in niso opredeljene, se pa zanje izobražuje vse več študentov. Število ožje definiranih zelenih zaposlitev je v Sloveniji malo (1 odstotek vseh zaposlitev), število širše definiranih pa razmeroma primerljiv (2 odstotka) z ostalimi razvitimi državami. Največ novih zelenih zaposlitev so generirali sektorji kot so: alternativni viri energije, gradbeništva, usmerjenega predvsem v izgradnjo energetske učinkovitih stavb, transport tako z vidika proizvodnje avtomobilov na alternativne vire energije, kot tudi izboljšava učinkovitosti porabe goriva, proizvodnja in recikliranje ekološko prijaznih proizvodov ter kmetijstvo in gozdarstvo, predvsem v smeri trajnostnega razvoja." To je vredno poudariti v tem kontekstu.

Postopni premik pozelenitve v gospodarskih panogah kot del prestrukturiranja podjetij bo povzročil tudi večje zahteve po večji multidisciplinarnosti delovnih mest, delodajalci bodo namreč iskali delavce s transverzalnimi kompetencami. Takšne veščine bo mogoče uporabiti vseh v delovnem procesu: strateško planiranje, vodenje, sposobnosti upravljanja, komunikacije, svetovanja končnim uporabnikom, koordinacija, analiza tveganj, prilagajanje in prenos znanj.

Opravljenе mednarodne raziskave so tudi že pokazale, da bodo večja povpraševanja predvsem s področja inženirskega znanja iz naravoslovja, matematike, fizike, kemije, pri tem pa je potrebno poudariti, da je Slovenija v letu 2012 prvič po dolгих letih zaznala porast vpisa na visokošolske študije s tega področja, kar je spodbudno tudi za porast zelenih zaposlitev. V prvi fazi je mogoče pričakovati, da bodo največ koristi odnesli visokokvalificirani delavci,

vendar potrebe po nižje in srednje izobraženih ne bodo usahnile, le dopolniti bo treba njihova znanja, da bodo kos napredku tehnologije. V tem kontekstu je izrednega pomena vseživljenjsko učenje oz. nadgradnja že obstoječega znanja z zelenimi kompetencami.

Pri tem dodajam, da na Ministrstvu za delo, družino in socialne zadeve nismo posebej formulirali ukrepov spodbujanja zelenih zaposlitev, smo pa preko dveh razpisov Evropskega socialnega sklada v letih 2009 in 2012 za področje socialnega podjetništva zaznali, da so trajnostni in zeleni pristopi v prijavljenih projektih dobro zastopani. Tako imenovana »zeleni« področja razvoja socialnega podjetništva navaja tudi Zakon o socialnem podjetništvu (Ur.l.št.20/2011) in na ministrstvu predvidevamo, da se bodo ukrepi na tem področju, posebno v pristojnosti Ministrstva za kmetijstvo in okolje, oblikovali tudi v okviru programa ukrepov na podlagi Strategije razvoja socialnega podjetništva 2013-2016.

Konec 2010 smo nekaj podatkov pripravljali tudi za potrebe OECD. Ob tem je treba reči, da Slovenija nima splošne definicije zelenih zaposlitev, EU pa se opira na katalog okoljevarstvenih storitev in proizvodov (Eurostat Environmental Goods and Services Classification). GZS (http://www.gzs.si/katalogi/zacetna_stran_kataloga.asp?kat=036) ima podobno zasnovano bazo od 2004 dalje. Baza ni ravno odraz realnega stanja, saj ni popolna preslikava Eurostatove metodologije. Ob pregledu baze smo izluščili sledeče podatke: v bazi je 463 (0,29%) podjetij z 78.089 (9%) zaposlenimi, ki ustrezajo omenjeni klasifikaciji. Na področju učinkovite rabe in obnovljivih virov energije deluje 49 podjetij z 1,1 % (9784) zaposlenimi. Če te podatke primerjamo s tistimi, ki jih je v okviru CRP pripravila Ekonomska fakulteta, bi se razliko dalo pojasniti s tem, da baza GZS zajema tudi segment malih podjetij, kar potrjuje tezo, da so zelene zaposlitve priložnost za MSP.

PROMOCIJA PROJEKTA (Predlogi za odnose z javnostmi):

Naj navedem še nekaj predlogov, ki so ključni z vidika promocije projekta Build up Skills. Ti so že znani nosilec omenjenega projekta.

- **pomembno redno komuniciranje o dejavnostih in zastavljenih projektih** (izpostaviti nove ideje in rešitve, okrogle mize,...). To je del promocijskih dogodkov in odnosov z javnostmi, ki spodbudijo interes in željo interesnih skupin po sodelovanju v projektu, v ta okvir med drugim sodijo sporočila za javnost s poljudno predstavitvijo širši javnosti (mediji).
- **Poudarek na opredelitvi ciljne skupine, njenega nadgrajevanja in poljudna predstavitev dosežkov širši javnosti**, kamor sodijo že omenjeni mediji, širša zainteresirana javnost, podporniki projekta, morebitni poslovni partnerji, povezava s sorodnimi projekti v tujini - EU (tuja zainteresirana javnost, morebitni partnerji v projektu, trendi v tujini,...).
- Predstavitev in promocija projekta z upoštevanjem **vidika novih ekonomskih in razvojnih razmer v času ekonomske in splošne družbene krize** (»Krizna ponuja možnosti za nove rešitve!, Prepoznati je treba nove ideje!«)
- Ključen del dobre promocije je **odpiranje novih delovnih mest z višjo dodano vrednostjo**. Med drugim gre za doprinos k večji fleksibilnosti na trgu dela (to je dobro poudariti kot pomemben del projekta).

- Prepoznavanje novih idej in rešitev
- Opredelitev cilja (danes, čez 5 let, 10 let,...)
- Opredelitev faz projekta (**pozitivna promocija napredka**)
- Ovrednotenje značilnosti in prednosti projekta
- Pomemben komunikacijski potencial – ustanovitev nacionalne kvalifikacijske platforme (ključni deležniki s področja izobraževanja in gradnje)
- Prilagajanje komuniciranja s širšo javnostjo časovnim ciljem projekta
- **Sporočilo za javnost** – informacije o dosedanjih rezultatih projekta (kaj bilo storjenega, pozitivne rešitve)

Menim, da si vaš projekt, ki vpliva na širši razvoj in prostor, v katerem živimo, zasluži specifično kontinuirano obravnavo in prilagajanje javnim družbenim in okoljskim zahtevam. V dogovoru je treba poiskati, prepoznati in po potrebi nadgraditi ciljne javnosti in okolje, na katere vpliva širše zastavljen projekt.

Ustrezna komunikacija z interno in eksterno javnostjo lahko v precejšnji meri utrjuje prepoznavnost projekta in lajša pot do zastavljenega cilja, za katerega je formalno podlago dala tudi in ravno Evropska unija. Menim, da bo s takšnim načinom precej lažje in še bolj učinkovito mogoče uresničiti cilj, da bo do leta 2020 tudi gradbeni sektor in industrijo usposobili za gradnjo nizko energijskih stavb.

Martin Kerin