



Goran
Tudor

Kako potaknuti zaposlenike na doprinos organizaciji?

Radno iskustvo i staž su važni. Važno je i obrazovanje, titula, naziv radnog mjesta, količina rada. Ali, pojedinačni doprinos težnjama tvrtke – to je ono najvažnije, daleko najvažnije. Ciljevi su, dakle, briga svih, a doprinos je prava mjera uspješnosti! I baš to uprava treba svima omogućiti.

Prije je možda bilo, i govorilo se: „Nije tvoje da misliš, tvoje je da radiš“. Nekako do 80-ih prošlog stoljeća, u biznisu je bilo lakše. Onda, osamdesetih, krenula je globalizacija, osobna računala naselila su sve radne stolove, pamobilni i internet... Danas od za-

poslenih očekujemo mnogo više, da rade i misle, zapravo da misleći rade, da isjavaju inicijativnošću, kreativnošću i posvećenošću. Od svih se očekuje da predlažu, usavršavaju, na licu mjesta iznalaze najbolja rješenja i donose optimalne odluke - da daju doprinos

tvrtkinim težnjama. Osobni doprinos zaposlenika (i, naravno, rukovoditelja) zajedničkoj stvari mjeđu je za uspješnost, status, ugled, primanja, napredovanje. Pogled svi treba uzdici uvis, dalje, vani, prema okruženju i ciljevima kojima organizacija teži.

Opći odnos je pozitivan, suradnički. Štoviše, kad je riječ o kreativnom kadru, odnos vodstva prema njemu je u neku ruku - partnerski. Tako govore i dva managerska aksioma: „*Vođenje nije poza, vođenje je posao!*“, „*Moraam slijediti svoje ljudе. Zar im ja nisam vođa!*“ Ali, kako postići i održavati taj posve novi strateški međuodnos vodstva i radnika? Polazna pretpostavka je upotrijebiti demokratski sustav rukovodenja, gdje ideje, mišljenja, inicijative, zahtjevi, struje slobodno u svim smjerovima. Potom zaposlenike zainteresirati za širi okvir njihova rada, približiti im strateške težnje tvrtke, zaposlitи ih zadaćama koje mogu izvršiti, motivirati ih na uporan i pametan rad. U traženju odgovora, „obratili“ smo se i praksi - dobroj, hrvatskoj. Zanimalo nas je kako se upravlja, koji se alati koriste u dijelu našeg gospodarstva, i to poglavito u industriji, materijalnoj proizvodnji. Željeli smo se uvjeriti i koliko se godišnji ciljevi jasno postavljaju i ostvaruju, koliko je ta činjenica važna za afirmaciju načela „doprinosa“.

Jadran Galenski – motivacija ostvarenim uspjesima!

Jadran Galenski Laboratorij (JGL) domaća je farmaceutska kompanija iz Rijeke, osnovana 1991. U svom vlasništvu JGL ima i ZU Pablo, zajedno s kojom je, rukovođen čvrstom matricom jasnih ciljeva, ostvario enorman rast prihoda, naročito od 2005. – u prosjeku 80 mil. kn na godinu. Ukupni prihod u 2013. penje se na oko 850 mil. kn, doprinosom 750 radnika. Za narednih pet godina isplaniran je najizazovniji cilj uopće – porast prihoda na duplo, iskorakom na mnoga daleka tržišta! Svatko će u tome odraditi dio posla. Zadovoljstvo je nagrada. Za 2013. jedan od ciljeva bio je: „ostvariti angažiranost radnika najmanje 4,2“. Ostvareno je 4,27.

Vetropack Straža – socijalna tvrtka, visoka predanost!

Tvrtka Vetropack Straža d.d. iz Huma na Sutli godine 1996. ušla je u sastav istoimene europske kompanije. No, staklena se ambalaža uz granicu Hrvatske i Slovenije proizvodila još 1860-te. Radnici i uprava ponosni su činjenicom – u svih tih 155 godina