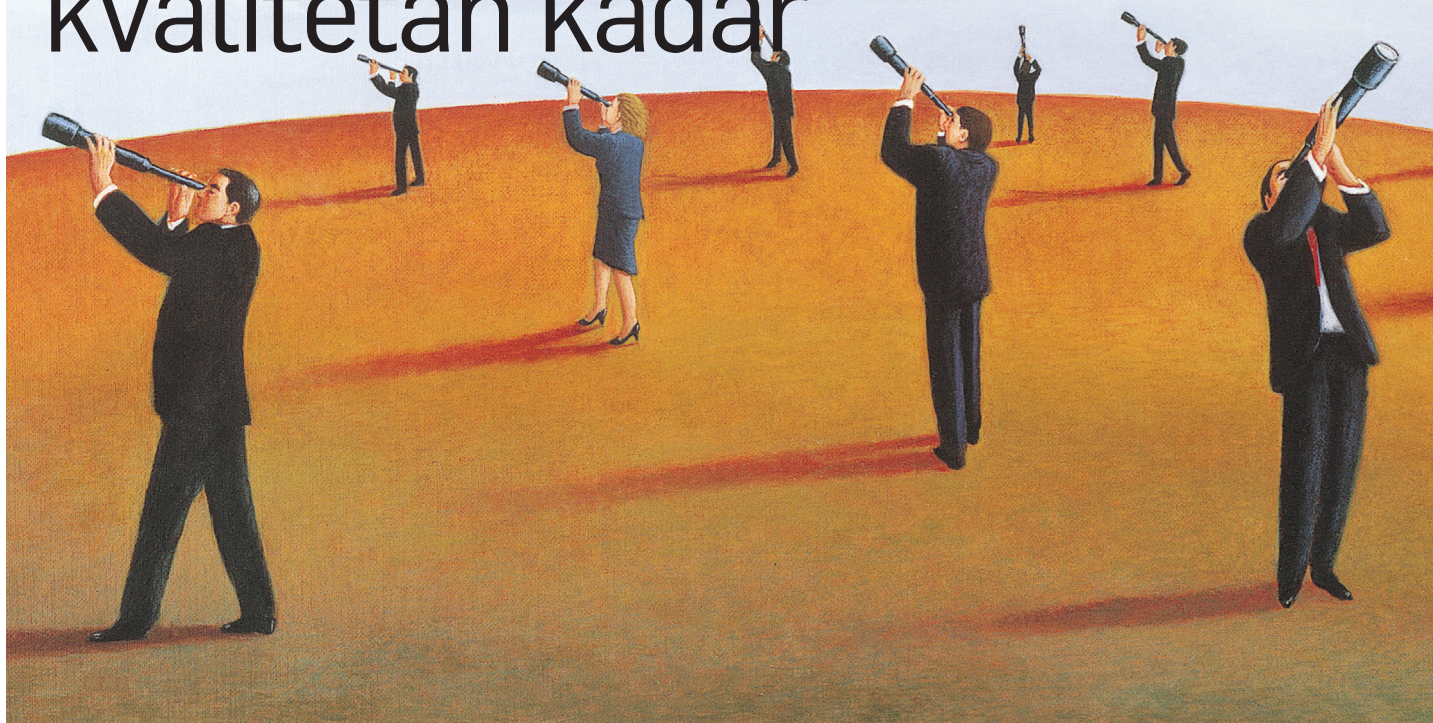


ZAPOSLENICI

Kako privući i zadržati kvalitetan kadar



Mnogo istraživanja pokazuje da su najvažniji činitelji za predanost poslu dobra radna okolina, mogućnost razvoja karijere i uključivanje zaposlenika u odlučivanje. Korporativna kultura u tom smislu postaje sve zanimljivije i važnije područje svake ozbiljne tvrtke, na njoj se temelje odnosi, zadovoljstvo zaposlenika, kadrovi koje organizacija privlači...

Pitala sam samu sebe što korisno mogu reći u ovim recima pametnoj poslovnoj čitateljskoj publici – ljudima koji imaju dug poslovni staž iza sebe, koji su osjetili okus uspjeha i neuspjeha, uspona i padova, koji mnogo znaju o strategiji poslovanja, ekonomiji, tržištu, vođenju projekata... ili onima koji hrabro kreću u svijet biznisa. Ovaj tekst ipak će biti usmjeren malo drukčije od stručnih poslovnih tema. Katkad od šume ne vidimo drveće. Što još čitateljima reći a da im bude zanimljivo i da u nekim dijelovima ovog teksta prepoznaju sebe ili kolege? U današnje zahtjevno vrijeme poslovnih izazova, planiranja promjena, provođenja reorganizacija, osmišljavanja novih projekata ispred svega toga na prvome mjestu trebao bi biti – čovjek. Da, upravo čovjek, koji ulaže sve svoje napore da bi se dokazao na poslu, zadržao radno mjesto i radeći mnogo više ostvario

(gotovo nerealan) plan koji mu je postavljen, da bi dobio plaću i platio sva davanja državi i bankama. Kako biti potpora kvalitetnom i vrijednom zaposleniku, kako ga zadržati i dugoročno motivirati? Naime, s čovjekom sve počinje i završava, ljudi su stvorili prihod, dobit, lijepe poslovne zgrade, ugledan vozni park, tvrtkin imidž, zadovoljne kupce... Ali neki poslodavci i nadređene osobe u tvrtkama to zaborave. Možda ih je zato dobro na to katkad podsjetiti. Razumljivo je da su poslodavci i menadžeri toliko usmjereni na postavljene tvrtkine ciljeve da od razmišljanja kako će to postići jednostavno ne nađu vremena za komunikaciju sa zaposlenicima.

Neki, koji su po prirodi usmjereni prema ljudima, imaju radare koji su danas čak ključni u pridobivanju i zadržavanju vjernih zaposlenika. Postoje i poslodavci koji danas toliko suosjećaju sa svojim ljudima da im se zaposlenici mogu obratiti u bilo kojem trenutku za privatnu posudbu novca (i to bez kamata!). Takvi poslodavci ljudi su s ve-



piše **TANJA KRANJC**
konzultantica i coach;
tanja@integra-znanja.hr



LANČANA REAKCIJA

Kvalitetan kadar uvijek nađe posao

Ako odluči otići jedan kvalitetan zaposlenik u kojega ste tijekom godina mnogo uložili (od edukacija do stručnog znanja) i kojega radna sredina doživljava kao vrijednog radnika i kvalitetnu osobu, vrlo će brzo o tome početi razmišljati i njegov kolega, također vrlo vrijedan zaposlenik i čovjek. A kad o tome krenu priče, može se dogoditi domino-efekt. Danas su ipak malo drugačija vremena nego prije, pa se ljudi ne odlučuju tako lako otići iz tvrtke. Iako, kažu, kvalitetna zaposlenika posao će brzo naći.



likim osjećajem zahvalnosti prema zaposlenicima i takve će zaposlenici teško napustiti. Ne kažem da bi taj način trebao biti model dobrog poslodavca, to je samo primjer kojih sam čula nekoliko.

Predanost poslu Ako želite motivirati zaposlenika, dobro promotrite na kojoj je razini. Primjerice, ako ste nedavno zaposlili osobu, ne možete je motivirati ugledom u tvrtki ako prije toga nije sama došla na razinu potrebe za sigurnošću i razinu društvenosti, odnosno općeg prihvaćanja u tvrtki. To znači da se razine ne mogu preskakati, imaju logičan slijed. Više potrebe ne mogu se zadovoljiti ako nisu zadovoljene potrebe nižeg reda, o čemu svaki poslodavac, odnosno menadžer, treba voditi brigu, i to za svaku osobu. Vi to, sigurno, već dobro znate, ali valja se podsjetiti. Kako kažu: 'Vratimo se osnovama!' Budući da provodimo projektnu izobrazbu za tvrtke (srednje i velike), sve više vlasnika, direktora i, kako se to popularno kaže, 'HR-ova' (zaposlenika i voditelja odjela ljudskih potencijala, odnosno, engleski, 'HR – human resources,') pita: kako potaknuti veću angažiranost zaposlenika? To je danas teško postići.

Predanost poslu znači vjernost, produktivnost i zadovoljstvo poslom. Niz istraživanja pokazuje da su najvažniji činitelji za predanost poslu dobra radna okolina, mogućnost razvoja karijere i uključivanje zaposlenika u odlučivanje. Općepoznato je da financijski činitelj nije među glavnim motivatorima. Kad zaposleniku povećate plaću, on će biti trenutačno motiviran i zadovoljan, ali nakon tri mjeseca već će zaboraviti povišicu i možda će početi razmišljati o novoj. Uostalom, ako u timu imate čovjeka

kojeg motivira samo novac, a ne posao koji obavlja, želite li uistinu takvu osobu? Što može privući i zadržati kvalitetan kadar? Korporativna kultura sve je zanimljivije i važnije područje svake ozbiljne tvrtke. Nekim tvrtkama uistinu smo pomogli da s ključnim zaposlenicima ponovno promisle o vrijednostima koje žele njevodati. Nakon toga smo intenzivno radili na uvođenju i promicanju postavljenih vrijednosti koje bi s vremenom trebali živjeti i 'disati' svi zaposlenici u tvrtki. Naravno, to je proces koji traje, ali dugoročno je jedan od najvažnijih načina postavljanja važnih temelja na kojima će se temeljiti odnosi, zadovoljstvo, kadrovi koje organizacija privlači i sl.

Negativno stajalište uništava tim Ako direktori zanemare odnose s podređenima, ne komuniciraju dovoljno s njima, ne dijele potrebne poslovne informacije, nego zaposlenik slučajno sazna važnu informaciju od kolegice na hodniku, to može jako demotivirati. Svaki zaposlenik i osoba imaju dobre i loše strane, zato o ljudima i situacijama govorite pozitivno, afirmativno.

Govoreći samo o lošim osobinama zaposlenika i neuspješnim situacijama, šaljete lošu sliku, širite negativnu energiju, nagrizate radnu klimu pa ćete početi privlačiti i takve zaposlenike u tim. Uvijek se mogu dogoditi različite situacije, no ako je nadređenoj osobi to stil vođenja ljudi, kvalitetan kadar brzo će pronaći tvrtku i vodstvo koje će više zadovoljavati potrebe zaposlenika za komuniciranjem i zdravom postavljenim odnosima. Ako odluči otići jedan kvalitetan zaposlenik u kojega ste

RAZINE POTREBA

Maslow i dalje ima pravo

Dragi moji poslodavci i menadžeri, naravno, postoje i mnogo djelotvornije metode motiviranja ljudi od prethodno navedene. Treba se malo prisjetiti poznate teorije hijerarhije potreba Abrahama Maslowa. Podsjetimo se: 1. razina: biološke potrebe/da zaposlenik zarađuje i zadovolji svoje životne potrebe; 2. razina: potreba za sigurnošću/da ima redovite prihode i osjeća sigurnost posla; 3. razina: društvenost/da bude društveno prihvaćen u tvrtki; 4. razina: ugled/da u tvrtki ima ugled profesionalne i stručne osobe; i 5. razina: samoaktualizacija/usmjerenost na unutarnji razvoj.

tijekom godina mnogo uložili (od edukacija do stručnog znanja) i kojega radna sredina doživljava kao vrijednog radnika i kvalitetnu osobu, vrlo će brzo o tome početi razmišljati i njegov kolega, također vrlo vrijedan zaposlenik i čovjek. A kad o tome krenu priče, može se dogoditi domino-efekt. Danas su ipak malo drugačija vremena nego prije, pa se ljudi ne odlučuju tako lako otići iz tvrtke. Iako, kažu, kvalitetna zaposlenika posao će brzo naći. Kao što pametno kaže jedan naš klijent, vlasnik tvrtke od tristotinjak zaposlenih: 'Uvijek će manjkati novca i kvalitetnih zaposlenika.' Zaposlenici često uspoređuju ono što dobivaju od svoje tvrtke (plaća, povišica, priznanje) s onime što ulazu u svakodnevni rad (zalanje, iskustvo, edukacije, sposobnost). Ako je omjer otprilike podjednak, zadovoljstvo zaposlenika motivira. Ako je moguće, možete povremeno periodično pomicati ljude s jednoga specijaliziranog posla na drugi, čime se sprečava njihova stagnacija i monotonija u poslu. Katkad je dovoljno timu povjeriti nov projekt. Tako proširujete raspon iskustva zaposlenika, potičete njihovu motiviranost i učenje novog znanja u organizaciji.

Loši su jednostavno loši Kad je riječ o zaposlenicima, uz predane i vrijedne ljude ima, nažalost, i onih s kojima ni sâm poslodavac više ne zna što bi. Takvim je zaposlenicima već više puta pokušao dati otkaz zbog nerada, ali neuspješno. Nećete vjerovati, i danas ima hrabrih zaposlenika koji imaju obitelj, djecu, kredite i svjesno daju do znanja da nisu previše raspoloženi za posao, imaju prilično dobre uvjete i bonuse koje doživljavaju kao normalnu stvar (iako nitko u njihovoj blizini i daljoj okolini nema takve uvjete). Uza sve to dopuštaju si i kukanje zbog svega što jest i što nije loše u tvrtki. Takvi 'slučajevi' češći su među zaposlenicima koji nisu imali priliku prije osjetiti što znači loš poslodavac, mala plaća, loši uvjeti rada, loši međuljudski odnosi u tvrtki. Zaposlenici koji su imali priliku upoznati se i s takvim situacijama, ako sada rade u kvalitetnoj tvrtki, itekako cijene i pokazuju zahvalnost i predanost poslu.

Nakon svih tih priča, što bi bilo pametno zaključiti? Mogu reći da vjerujem u to da ono što šaljemo dobivamo natrag: njegujemo dobrotu u sebi, pozitivnu namjeru, brinimo se za zaposlenike jednakim žarom kao i za klijente.

Potpuno je svedjedno je li netko interna stranka (zaposlenik) ili eksterna (klijent od kojega živimo). Ostanemo li i bez jednoga i bez drugoga, nećemo uspjeti. Stoga, njegujemo odnose, razgovaramo s ljudima, neka osjete da ste tu za njih, da ste im potpora, da vam mogu vjerovati. Sigurno vam se dogodilo da ste se brinuli za zaposlenike, davali im sve što traže, a oni su vam vratili mnogo gore nego što biste očekivali. Ima takvih primjera, ali svakako ih je manje od pozitivnih. Koliko god danas bilo teško, važno je ne odustati od svojih vrijednosti, integriteta. Budite svoji jer sami ste sebi najveća vrijednost, najveći kapital, i to je jedini pravi dugoročan put u životu.

Svi koji su pokušali krenuti nekim prečacem možda su sad ispred vas i mislite da će biti uspješniji i sretniji od vas. Vjerujte mi, varate se. Živjeti u skladu sa svojom vizijom i vrijednostima i svakodnevno ih prenoseći u tvrtki, privući ćete kvalitetan kadar, nove projekte, kvalitetne klijente, sve će se posložiti. Budite jednostavno svoji, isplatit će se. ■

LG 55 INCH OLED TV PANEL

Televizor-tapeta

U utrci za što tanjim televizorom LG je odnio novu pobjedu. Ovih dana predstavljena tehnologija omogućuje da se televizor vješa na zid ne poput slike u okviru (to je već ionako zastarjelo), nego poput savitljive tapete ili postera

Pedesetpetoinčni OLED televizor još se ne proizvodi serijski, riječ je o demonstracijskom primjerku, no ono što je prikazano uistinu je impresivno. Riječ je o najtanjem televizoru do sada, tankom samo 0,97 milimetara. Za usporedbu, dosadašnji najtanji model te tvrtke ima 4,3 milimetra. Budući da mu je težina samo 1,9 kilograma, na zid se pričvršćuje s pomoću ugrađenih magnetata koji su sasvim dovoljni da drže tu težinu bez opasnosti od pada. Sve to moguće je zahvaljujući uporabi OLED tehnologije koja osim savitljivosti ima superiornu kvalitetu slike u odnosu na danas sveprisutnu LCD tehnologiju. Puristi kojima je stalo do kvalitete slike nakon zalaska plazmatske tehnologije u LCD-u nisu našli dokraja adekvatnu zamjenu, no moguće širenje OLED

ekrana u potrošački 'mainstream' moglo bi riješiti sve njihove probleme. Nažalost, OLED ekrani još su bolno skupi, a od velikih tvrtki upravo LG najviše polaže u njihov razvoj, za sada upravo za takve tehnološke demonstracije. Nadamo im se uskoro ipak i u trgovinama...

www.lg.com



YOTAPHONE 2

Bijela elegancija



Već smo pisali o YotaPhoneu 2, mobitelu koji se uz osnovni AMOLED LCD ekran izdvaja ugrađenim e-ink dodatnim ekranom na stražnjoj strani uređaja. Sada je taj zanimljivi uređaj dobio i bijelu inačicu s nadograđenim tipkama od brušenog metala, kao i nadogradnju na Android Lollipop. Nova boja nije samo kozmetička jer se mobitel sada može upotrebljavati kao pravi e-čitač jer su crna slova na bijeloj pozadini znatno čitljivija od obrnute kombinacije. Uz to, na e-ink ekranu sada se uz posebne widgete mogu pratiti i Facebook, Twitter te Instagram. Cijena je 599 eura.

yotaphone.com

LENOVO'S 'MAGIC VIEW' SMARTWATCH

Pametni sat iz SF-a

Lenovo je prošlog tjedna predstavio tehnološki koncept koji bi, ako zaživi među korisnicima, mogao unijeti pravu revoluciju na tržište pametnih satova. Predstavljen je uređaj koji naizgled nalikuje na svaki drugi pametni sat kakve ovih dana ima gotovo svaki proizvođač potrošačke elektronike. Međutim, taj sat ispod glavnog ekrana ima i dodatni, nazvan 'Magic View'. Iako vrlo malenih dimenzija, koristi se posebnom optičkom refleksijom kako bi kreirao prikaz slike koja je vidljiva samo njegovu korisniku i koja odaje dojam da je čak dvadeset puta veća od osnovnog ekrana.

Ta tehnologija zaista izgleda kao da je izašla iz nekog SF filma i mogla bi pametne satove od običnoga tehnološkog šminkera dovesti do statusa korisnih i itekako upotrebljivih uređaja. Tako bi se na satovima mogli gledati i videozapisi ili voditi videorazgovori u stvarnom vremenu, pregledavati internetske stranice i štošta drugo za što smo se do sada morali koristiti većim ekranima mobilnih telefona. Uređaj je pogonjen Androidom, no o komercijalizaciji i dolasku na tržište nije bilo riječi.

www.lenovo.com



piše Branimir Kovač /// branimir.kovac@liderpress.hr