MOTIVACIJA ZAPOSLENIKA NA PRIMJERU PODUZEĆA "NAPRIJED" D.O.O.

Vuković, Petar

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split / Sveučilište u Splitu**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:228:097499

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

Repository / Repozitorij:

Repository of University Department of Professional Studies

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar
DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU

SVEUČILIŠNI ODJEL ZA STRUČNE STUDIJE

Preddiplomski stručni studij Trgovinsko poslovanje

PETAR VUKOVIĆ

Z A V R Š N I R A D

MOTIVACIJA ZAPOSLENIKA NA PRIMJERU PODUZEĆA „NAPRIJED“ D.O.O.

Split, studeni 2021.

SVEUČILIŠTE U SPLITU

SVEUČILIŠNI ODJEL ZA STRUČNE STUDIJE

Preddiplomski stručni studij Trgovinsko poslovanje

Predmet: Menadžment

Z A V R Š N I R A D

Kandidat: Petar Vuković

Naslov rada: Motivacija zaposlenika na primjeru poduzeća „Naprijed“ d.o.o.

Mentor: Mr.sc. Anita Krolo Crvelin

Split, studeni 2021.

SADRŽAJ

SAŽETAK 3
SUMMARY 4
1. UVOD 5
1.1. Definiranje problema istraživanja 6
1.2. Ciljevi rada 6
1.3. Metode rada 6
1.4. Struktura rada 6
2. MOTIVACIJA-POJAM MOTIVA I MOTIVACIJE 7
2.1. Motiviranje pojedinca 9
2.2. Motiviranje tima 9
3. MOTIVACIJA ZAPOSLENIKA I MENADŽERA 11
3.1. Motivacija zaposlenika 11
3.2. Motivacija menadžera 13
4. TEHNIKE SAMOMOTIVACIJE 15
4.1. Najvažnije tehnike samomotivacije 15
5. POSLOVANJE PODUZEĆA „NAPRIJED“ D.O.O. SINJ 17
5.1. Djelatnost poduzeća 18
5.2. Politika kvalitete 19
5.3. Politika okoliša 20
5.4. Misija poduzeća 20
5.5. Stvaranje ponude 21
5.6. Motivacija zaposlenika 22
5.7. Empirijsko istraživanje 22
5.8. Obrada ankete 22
ZAKLJUČAK 29
LITERATURA 30
POPIS SLIKA 32
POPIS TABLICA 33

MOTIVACIJA ZAPOSLENIKA NA PRIMJERU PODUZEĆA „NAPRIJED“ D.O.O.

SAŽETAK

U svakom poduzeću se sve više ulaže u zaposlenike, pa tako i u njihovu motivaciju. Motivacija je sve što nas pokreće prema nekom cilju tj. to je psihološki proces. Motivacija je bitan čimbenik u poslovanju. Mnogo se priča o motivaciji, kako je steći i zadržati. Motivacija samog sebe i drugih oko nas je težak posao pogotovo jer svi imamo drugačije potrebe i želje. Mnogo je lakše pokrenuti druge dok motivirati sam sebe nije baš lagan posao. Važno je pronaći motivaciju i zadržati je što više. Motivacija zaposlenika bi trebala biti zadatak i menadžera i zaposlenika. Međusobna motivacija zaposlenika stvorit će osjećaj pripadnosti timu i poboljšati odnose što je jako važno. Mnogo je pokretača motivacije kod zaposlenika. Nekima je to osjećaj dobro obavljenog posla, kod nekih plaća, a motiv mogu biti i dobri odnosi s kolegama na poslu. Većinu zapravo motivira sve od navedenog. Menadžer bi trebao pristupiti svakom zaposleniku pojedinačno i utvrditi što se može poboljšati kako bi ga motivirao i kako bi radna atmosfera bila bolja. Ako su zaposlenici motivirani za rad i zadovoljni radnim okruženjem tvrtka će poslovati uspješno.

Ključne riječi: motivacija, zaposlenici, menadžeri, pokretači motivacije

EMPLOYEE MOTIVATION ON THE EXAMPLE OF THE COMPANY „NAPRIJED" D.O.O.

SUMMARY

In every company, more and more is being invested in employees, and thus in their motivation. Motivation is everything that moves us towards a goal, it is a psychological process. Motivation is an essential factor in business. There is a lot of talk about motivation, how to acquire and maintain it. Motivating ourselves and others around us is hard work especially because we all have different needs and desires. It is much easier to move others while motivating yourself is not an easy task. It is important to find motivation and keep it as much as possible. Employee motivation should be the task of both managers and employees. Mutual motivation of employees will create a sense of belonging to the team and improve relationships which is very important. There are many drivers of motivation in employees. For some employees it is a feeling of a job well done, for others it can be salary, as well as good relations with colleagues at work. Most are actually motivated by all of the above. The manager should approach each employee individually and determine what can be improved to motivate him and to make the work atmosphere better. If employees are motivated to work and satisfied with the work environment, the company will operate successfully.

Keywords: motivation, employees, managers, drivers of motivation

1. UVOD

Čovjek kao neiscrpivi izvor znanja, vještina i sposobnosti, koje stalno rastu s razvojem informatičke tehnologije, temeljni je subjekt i pokretač organizacija. Samo ljudski kapital ima snagu sam sebe mijenjati, racionalizirati i inovirati procese, ulaziti u rizike, donositi kvalitetne odluke. Djelotvorna organizacija, mora poštovati iskonsku slobodu čovjeka, koju rođenjem donosi sa sobom na svijet. Kao član organizacije, svaki zaposlenik želi biti slobodan, jer su slobodni ljudi kreativni.

Menadžeri trebaju motivirati i educirati zaposlenike kako bi se maksimalno angažirali u radu te bili u korak s novim tehnologijama. Menadžeri koji se ne bave motivacijom svojih zaposlenika ne poznaju menadžment ljudskih resursa te žive u neznanju.

Uspješna poduzeća jačaju i donose strategiju te postavljaju ciljeve koje imaju namjeru ostvariti. Svako uspješno poduzeće, ljude smatra najvrjednijom imovinom, pokazuju stvarni interes za probleme ljudi, osiguravaju sustave treniranja, razvoja i praćenja razvoja ljudi, osiguravaju mogućnost napredovanja, razvijaju stimulativne i pravične sustave nagrađivanja, zadržavaju sposobne ljude, odvraćaju zaposlenike od lažnog bolovanja i drugih oblika apsentizma, a menadžment je posvećen ljudima, razumije njihove potrebe, motivira ih, razvija i potiče participaciju zaposlenih. Poslovna uspješnost poduzeća, ovisi najviše o kvaliteti ljudskog potencijala, tako da se danas uspješna poduzeća razlikuju od neuspješnih, upravo po kvaliteti upravljanja raspoloživim kadrovima – najvrjednijom imovinom poduzeća.

U današnjem poslovanju motivacija je jako bitan čimbenik. Menadžer igra veliku ulogu u motiviranju zaposlenika, mora biti sposoban, samouvjeren, poznavati tehnike i metode motivacije, imati pregovaračko umijeće, znati kulturno komunicirati, biti izrazito etičan, duhovno jak i motiviran, kako bi mogao djelotvorno motivirati zaposlenike kojima rukovodi. On postavlja ciljeve, odabire materijalne i ljudske resurse, organizira radne procese, raspoređuje zaposlenike te obavlja mnoge druge funkcije u poduzeću. Motivacija treba biti ono glavno i osnovno u organizaciji poslovanja, oblici provedbe nisu dugoročni ako je motivacija privremena.

1.1. Definiranje problema istraživanja

Jako je važno motivirati i educirati kako bi poslodavci i zaposlenici bili sretniji te kako bi poduzeće došlo do određenog cilja. Teško je motivirati svakog zaposlenika jer su ljudi različiti, imaju različite potrebe i želje. Problem istraživanja ovog završnog rada je motivacija zaposlenika na primjeru poduzeća „Naprijed“ d.o.o.

1.2. Ciljevi rada

Glavni cilj ovog rada je upoznavanje s motivacijom zaposlenika i pojašnjavanje njenih faktora putem analize postojeće literature. Korištenjem anketnog upitnika ispitat će se motivacija zaposlenika u poduzeću „Naprijed“ d.o.o. te njeni učinci i da li ih ima.

1.3. Metode rada

Pri izradi ovoga rada korištena je metoda proučavanja stručne literature, internetskih izvora i metoda ankete koja je pomogla pri praktičnom dijelu ovoga rada.

1.4. Struktura rada

Završni rad „Motivacija zaposlenika na primjeru poduzeća „Naprijed“ d.o.o.“ čini strukturu od 6 dijelova sa uvodom i zaključkom.

U uvodu su definirani ciljevi, predmet i svrha istraživanja.

Drugi dio objašnjava teorija o pojmu motiva, motivacije i motiviranjem pojedinca i tima.

Treći dio govori o motivaciji zaposlenika i menadžera te o njihovoj važnosti u poslovanju.

U četvrtom dijelu su prikazane tehnike samomotivacije.

U petom dijelu je pojašnjeno poslovanje poduzeća „Naprijed“ i motivacija zaposlenika u poduzeću.

Obrađena je i provedena anketa kojom se analizira što najviše motivira zaposlenike unutar poduzeća.

2. MOTIVACIJA-POJAM MOTIVA I MOTIVACIJE

Motivi i motivacija zaposlenih spadaju u psihološku kategoriju, od samih početaka menadžmenta kao teorije i prakse, struke i znanosti, postaje nezamjenjiva za upravljanje ljudskim resursima. Riječ motivacija određuje skup pobuda koje ljudima određuju smjer te ga pokreću na aktivnosti i trajanje tih aktivnosti.[1] Dakle, motiv pokreće čovjeka na djelatnost, a motiviran može biti netko s poticajem. Netko tko je snažno motiviran usredotočen je na ostvarenje zadanog cilja, učinit će sve i neće se smiriti dok ne ostvari postavljeni cilj. [2]Psihologija koja se bavi motivacijom objašnjava smjer i intenzitet ponašanja, želi objasniti sve ciljeve kojima se teži i sve što te ciljeve čini privlačnima te ponašanje različitih osoba.[3]

Motivacija navodi pojedince da rade onako kako rade, da bi ispunili ciljeve, potrebe i očekivanja.[4] Motivacija pojedinca kako bi ostvario nešto, znači mobilizaciju svih njegovih snaga u cilju postizanja tog zacrtanog cilja, tako ga ništa ne može odvući od ostvarenja tog cilja, a ta će mobilizacija trajati sve dok ne ostvari taj cilj. Stanje u kojemu nas nešto privlači, veže za sebe, kada smo nemirni, možemo opisati kao „blagi oblik opsjednutosti“.[5]

Motivacija igra dosta važnu ulogu jer menadžeri žele zadovoljiti želje svojih suradnika da njihovo ponašanje bude poželjno i isplativo za poduzeće i njegovu okolinu. Motivi probude ljudsku aktivnost, odrede je i drže sve dok se neki cilj ne ispuni. Motivacija se često definira kao neki proces buđenja aktivnosti u cilju postizanja osobnih ciljeva tj. ciljeva sustava.[6]

Motivacija je usmjeravanje nekoga da napravi nešto zato što on to želi, a manipulacija navođenje da netko učini neku stvar zato što mi to želimo, može se uočiti da postoji velika razlika između te dvije stvari. Manipulacija kao stil upravljanja neće menadžere i zaposlenike odvesti u istom smjeru tj. prema zajedničkom cilju.

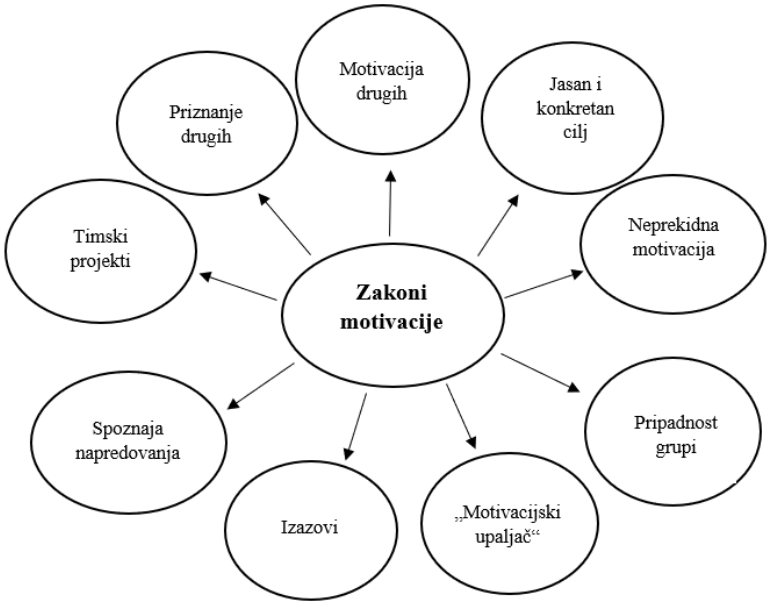
---

[1] Anić, V., (2006.): Veliki rječnik hrvatskog jezika, Novi Liber, Zagreb, str. 779.
[2] Beck, R.C., (2003.): Motivacija, teorija i načela, Naklada Slap, Jastrebarsko, str 76.
[3] Rheinberg, F., (2004): Motivation, Naklada slap, Jastrebarsko, str. 13.
[4] Busch, T., Burnham, J., (1994): The Principles of Educational Management, Longman Group, UK Ltd, str. 233.
[5] DeCharms, R., (1979): Enhancing motivation: Change in the classroom, New York: Irvington, str. 89.
[6] Vesić, D., (2010): Uloga menadžmenta u motivaciji zaposlenih, „Menadžment 2010“, Međunarodna naučna konferencija, Kruševac, str. 264-270.

Možemo govoriti o 9 zakona poslovne motivacije:

1) Motiviranje drugih – sami trebamo biti motivirani kako bi utjecali na motivaciju drugih
2) Motivacija treba jasan i konkretan cilj – osoba koja je motivirana ima nadu, cilj i svrhu tj. nečemu se raduje
3) Motivacija treba biti neprekidna – motivacija treba biti kontinuirana, održavana i ne smije se izgubiti
4) Potrebno je priznanje od drugih da se pokrene motivacija – čovjek žudi za pohvalom i priznanjem da je nešto uradio kako treba i to budi motivaciju u njemu
5) Sudjelovanje u timskom projektu – uključivanjem ljudi u timske projekte potiče se motivacija te osjećaju da su vrjedniji
6) Spoznaja napredovanja – ako ljudi napreduju to ih motivira da postignu još veća postignuća
7) Izazovi – izazovi motiviraju pogotovo ako se može pobijediti u nečemu
8) „Motivacijski upaljač“ – svakog se može motivirati i potaknuti na neku aktivnost
9) Pripadnost grupi – motivira osjećaj pripadanja timu ili nekoj grupi[7]

Zakoni motivacije prikazani su na slici 1.



Slika 1. Zakoni motivacije

Izvor: Denny, R. (2000): Motivate to Win, M.E.P. Consult, Zagreb

[7] Denny, R. (2000): Motivate to Win, M.E.P. Consult, Zagreb, str.21.

2.1. Motiviranje pojedinca

Jako je teško motivirati osobu, pogotovo ako je osoba demotivirana tj. bez ikakve motivacije. Sposoban menadžer uz trud to može uspjeti, a da bi uspio mora učiniti sljedeće korake:

- treba saznati što osoba želi
- naučiti ga kako dobiti to što želi

Menadžer pojedincu treba postaviti pitanje što želi, jedino tako ga može uputit da dobije to što želi. Da bi se postavilo to pitanje, menadžer mora imati zaposlenikovo povjerenje i treba postaviti diskretno pitanje bez prisustva drugih. Može se pojaviti veliki problem ako pojedinac ne zna što želi, ali sposoban menadžer će svojim vještinama motivirati pojedinaca i usmjeriti ga kako bi što lakše riješio problem.

Kako bi menadžer motivirao pojedinca, menadžer treba:

- dobro slušati
- biti povjerljiv
- dati pohvalu pojedincu kada u nečemu uspije
- vjerovati u suradnike
- motivirati ohrabrujućim porukama
- dati izazove
- komunicirati sa zaposlenicima bez sarkazma
- dijeliti zadovoljstvo, uspjeh i znanje s drugima[8]

2.2. Motiviranje tima

Često skupina suradnika ne čini tim. Da bi neka skupina činila tim potrebno je držati se vlastitih načela i stvarati timsku okolinu. Da bi se stvorila timska okolina te formirao motivirajući tim, ljudi bi se trebali držati sljedećih načela:

- trebaju biti stručni za povjerene zadatke
- razvijati znanje
- postići uspjeh zbog vlastite motivacije
- umjereno raditi

[8] Denny, R. (2000): Motivate to Win, M.E.P. Consult, Zagreb, str. 77-80.

- imati stav prema poslu

Stvaranje tima stvara odgovarajuću pozitivnu klimu koja motivira cijeli tim, a za stvaranje takve prirodne klime koja potiče tim na rad potrebni su:

- Zadovoljavajući radni uvjeti – odgovarajuća radna okolina, ispravni alati i oprema potrebna za rad
- Misija poduzeća – svaki tim treba znati misiju poduzeća te je biti svjestan
- Prioriteti – svaki član tima treba znati da se pojedinačni prioriteti odražavaju na ostvarivanje zajedničkog cilja
- Zajednički cilj – svi se članovi tima trebaju uključiti u projekt kako bi što kvalitetnije i brže došli do cilja te kako bi se svi osjećali korisno
- Održavanje energije – čovjek je motiviraniji kada ima svrhu i cilj
- Upamtiti pojedinca – svatko se treba osjećati korisno, osjetiti poštovanje menadžera te da se trud i rad cijeni
- Dijeljenje uspjeha – članovi je potrebno pružiti proslavu nakon ostvarenog cilja
- Pozitivan tim – menadžer je odgovoran likvidirati sve negativne stvari iz tima i širiti pozitivne
- Motivirajuće vodstvo – menadžer mora imati motivirajući stil vođenja
- Ići na zajednička okupljanja - članovi tima se trebaju družiti i van posla npr. putovati, ići u kino, večerati ili skupa trenirati[9]

Model za izgradnju efikasnih timova prikazan je na Slici 2.



Slika 2. Model za izgradnju efikasnih timova

Izvor: https://slideplayer.com/slide/10575733/

[9] Denny, R. (2000): Motivate to Win, M.E.P. Consult, Zagreb, str. 86-88.

3. MOTIVACIJA ZAPOSLENIKA I MENADŽERA

3.1. Motivacija zaposlenika

Iz godine u godinu ljudi dolaze do novih saznanja te razvijaju vještine, pogotovo u 21. stoljeću kada i tehnologija sve više napreduje. Čovjek je sposoban za obavljanje raznih poslova posebno uz tehnologiju. Često se postavlja pitanje zašto neki ljudi nisu motivirani, dok drugi koji obavljaju iste poslove imaju snažnu motivaciju. Ključni problem je kod radne motiviranosti te pronalaženja pojedinog faktora radne motiviranosti.

Suvremeno društvo nema problema sa znanjima i vještinama, problem se javlja u području motiviranosti te prenošenja tih vještina i znanja da se ostvari cilj poduzeća. Treba ispitati zašto se ljudi tako ponašaju na poslu tj. nemaju motivaciju, da se određenim metodama potakne pojedinca da što više pridonese organizaciji.

Problem motivacije ima 3 razloga:

- Unaprijediti proizvodnost, efikasnost i kreativnost rada
- Kvalitetniji radni život u organizaciji
- Jačati konkurentsku sposobnost i uspjeh poduzeća[10]

Motivacija radnika vidi se u njegovom ponašanju te kako se odnosi prema zadacima postavljenim od strane menadžera. Motivacije je pojam za unutarnje faktore koji potiču znanja i fizičku energiju, određuju smjer, ponašanje te intenzitet radnika.[11]
Radna motivacija ovisi o mnogo čimbenika posebno o unutarnjoj i vanjskoj okolini, a njezino trajanje ovisi do unutarnjih faktora motivacije. Motivacija se ne može mjeriti jer je psihološki čimbenik, ali se da procijeniti putem ponašanja radnika tj. radnog uspjeha.

Na pojedinu motivaciju djeluje mnogo čimbenika, možemo ih svrstati u 4 kategorije:

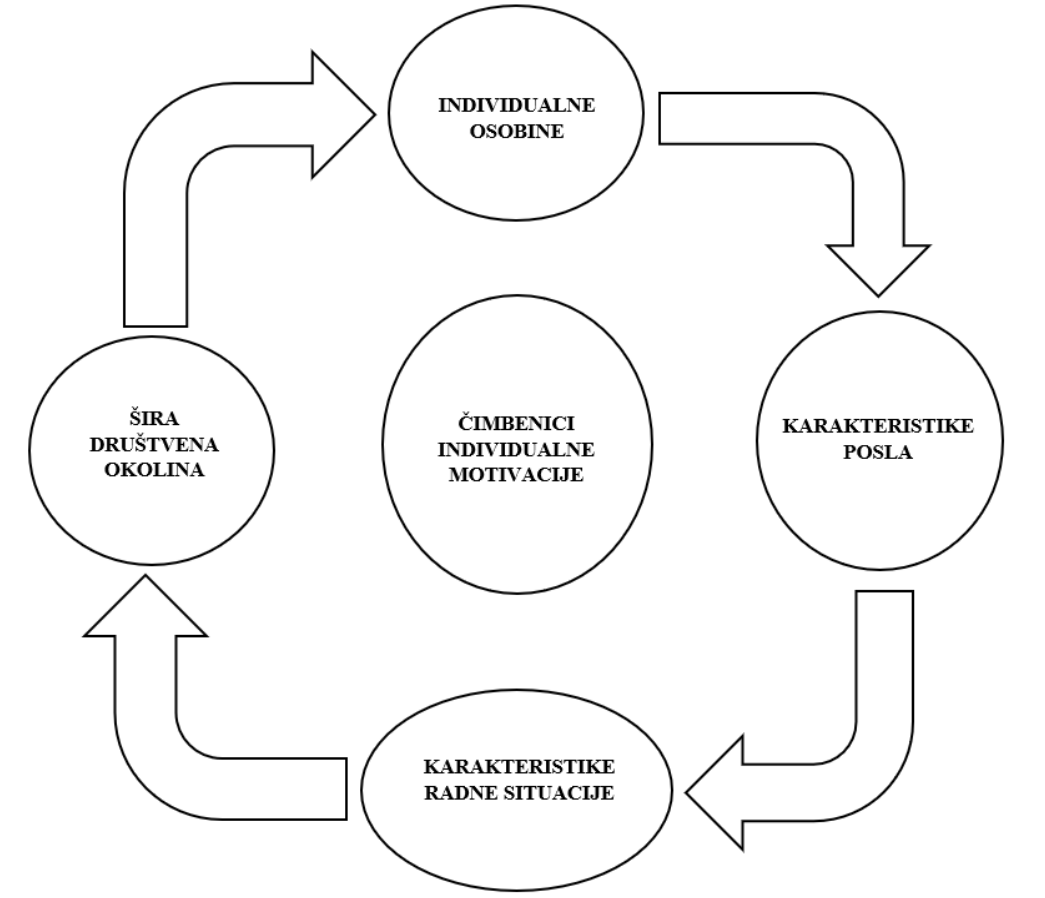
- Osobine pojedinca

[10] Locke, A. (1976): The Nature and Causes of Job Satsfaction, u: Dunnette, M.D.(ed), Handbook of industrial and organizational psychology, Chicago, Rand McNally, str. 1349.
[11] Bahtijarević-Šiber, F. (1999): Management ljudskih potencijala, Golden marketing, Zagreb, str. 557.

- Karakteristike posla
- Karakteristike radne situacije
- Šira društvena okolina[12]

Mnogo čimbenika utječe na radnu motiviranost pojedinca. Svaki menadžer treba znati većinu tih čimbenika, kako bi pozitivno vršio motivaciju na svakog zaposlenika u poduzeću. Npr. sigurnost posla i mala plaća značajno djeluju na motivaciju zaposlenika, može se vidjeti da iznos plaće ne motivira zaposlenika u različitim ekonomskim uvjetima.[13]

Čimbenike individualne motivacije možemo vidjeti na Slici 3.



Slika 3. Čimbenici individualne motivacije

Izvor: Bahtijarević-Šiber, F. (1999): Management ljudskih potencijala, Golden marketing, Zagreb

[12] Jons, G. (1992): Organisational Behaviour, Harper Collins Publisher Inc, str.68

[13] Bahtijarević-Šiber, F. (1999): Management ljudskih potencijala, Golden marketing, Zagreb, str. 559.

3.2. Motivacija menadžera

Za rad u bilo kakvom poslu najbitnije je da je osoba motivirana prilikom obavljanja posla. Izvršenje jednostavnijeg posla zahtijeva motivaciju, a za složenije poslove potrebna je motivacija izvršitelja koja je posebno bitna. Menadžer obavlja poslove koji spadaju u kategoriju složenih i jako zahtjevnih.

Menadžer se treba osjećati kao da se zabavlja tj. imati osjećaj zadovoljstva zbog vođenja kako bi bio uspješan. Zabavljati se na poslu može samo ako ima jako motivaciju. Dakle, bez jake motivacije menadžera ne može se kvalitetno obavljati menadžerski posao.[14]

Motivacija menadžmenta ima dvije važne dimenzije:

- Motivacijska struktura uspješnosti – postavlja se pitanje postoji li potreba i motiv koji su bitni za postizanje uspjeha tj. ima li razlike u motivaciji kod uspješnih i neuspješnih menadžera
- Utvrđivanje motivacije za menadžersku karijeru – utvrđuje se zašto neki ljudi žele biti menadžeri te se identificiraju i oni koji imaju menadžerske potencijale[15]

Posao menadžera više traži ljude koji će motivirati druge nego one koji samo obavljaju menadžerski posao. Menadžer kompanije treba imati potrebu da ima veliku moć , a ta potreba treba motivirati zaposlenike i biti snažnija od one da ga zaposlenici vole.[16] Znači potreba za velikom moći podrazumijeva da menadžer bude uspješan. Pod tim se ne misli da menadžer vrši diktaturu nad zaposlenicima nego da motivira zaposlenike svojim uspjehom i čini dobro za organizaciju. Možemo reći da menadžer koji kontrolira svoju moć i usmjerava je za dobrobit organizacije je uspješan menadžer.[17]

Možemo razlikovati 3 tipa menadžera:

- Afilijativni menadžer
- Menadžer motiviran moći
- Institucionalni menadžer

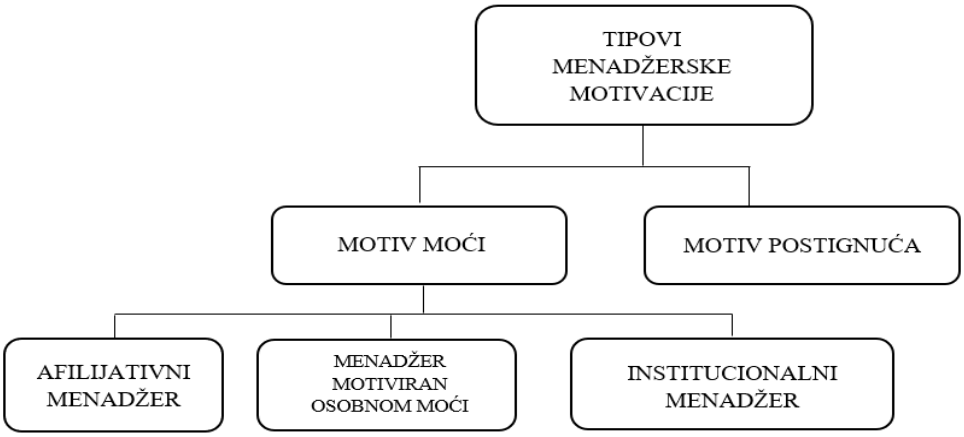
[14] Scott, W., Soderberg, S. (1985): The Art of Managing, Broolfield, Gover, str. 61.
[15] Bahtijarević-Šiber, F. (1999): Management ljudskih potencijala, Golden marketing, Zagreb, str. 463.
[16] McClelland, D.C., Burnham, D.H. (1976): Power is the great motivator, Harward Buisness Review, str. 106.
[17] McClelland, D.C., Burnham, D.H. (1976): Power is the great motivator, Harward Buisness Review, str. 109.

Afilijativni menadžer ima potrebu da bude dobar s drugima, želi se svima svidjeti tj. želi negdje pripadati. Takav tip menadžera je najmanje motivacijski uspješan, njegovi zaposlenici su neodgovorni i smatraju da se ne trebaju puno truditi. Zaposlenici nikad nisu sigurni u ono što ih čeka, sve odluke su mu usmjerene prema ljudima, a ne prema uobičajenim procedurama.

Menadžer koji je motiviran potrebom za moći stvara veću odgovornost kod zaposlenika, ali isto tako želi da mu zaposlenici budu podložni i lojalni. Takvom menadžeru nije bitan uspjeh organizacije, nego da zadovolji motiv osobne moći. Kada takav menadžer ode iz poduzeća dolazi do komplikacija jer je sve bilo usmjereno prema njemu. Menadžer motiviran potrebom za moći je malo uspješniji od afilijativnog menadžera.

Institucionalni menadžer želi imati veliku moć, nije mu bitno da li će se svidjeti drugima i želi usmjeriti svu moć na ostvarivanje ciljeva poduzeća. Takav tip menadžera koristi moć da motivira druge, stvara osjećaj odgovornosti, razvija timski duh, nagrađuje zaposlenike, postavlja jasne ciljeve i radi sve za dobrobit poduzeća. Institucionalni tip menadžera je najkvalitetniji i najuspješniji.[18]

Tipove menadžerske motivacije možemo vidjeti na Slici 4.



Slika 4. Tipovi menadžerske motivacije

Izvor: McClelland, D.C., Burnham, D.H. (1976): Power is the great motivator, Harward Buisness Review

[18] Bahtijarević-Šiber, F. (1999): Management ljudskih potencijala, Golden marketing, Zagreb, str. 464.

4. TEHNIKE SAMOMOTIVACIJE

Samomotivacija znači da potičemo sami sebe prema nekom cilju čak i onda kada mislimo da je to nemoguće postići. Postavlja se pitanje zašto smo nemotivirani? Motivacija se svodi na razmišljanje i koliko snage čovjek ima da dođe do određenog cilja. Ako čovjek želi imati samomotivaciju mora se postaviti kao da je već motiviran. Nemotivirane osobe trebaju razmišljati pozitivno i opuštati se na razne načine kako bi postigli što veću razinu energije, tako će se lakše i češće motivirati.

Elemente samomotivacije čini želja za uspjehom gdje jedni vjeruju da se s talentom rodimo dok drugi vjeruju da se sve postiže mukotrpnim radom, veća je vjerojatnost da će drugi uspjeti u svom cilju. Usmjerenost prema cilju je najbitniji faktor samomotivacije jer određuje gdje želimo biti i kako tamo stići. Inicijativa je tehnika iskorištavanja prilika kada se ukažu, ako propustimo dobru priliku ona se možda više neće pojaviti. Optimizam je jako bitan čimbenik, kada se dogodi neuspjeh najvažnije je prihvatiti ga, pomiriti se s njim te krenuti dalje i oporaviti se [19]

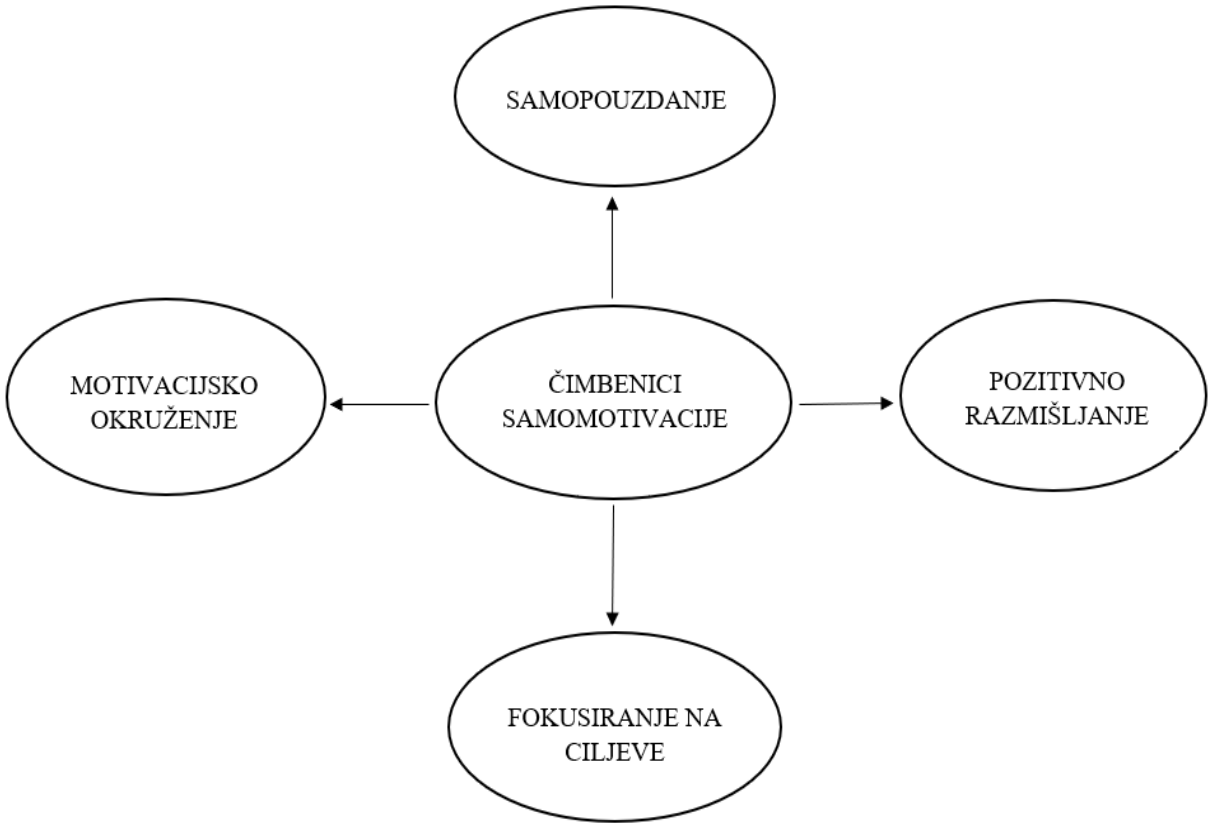
4.1. Najvažnije tehnike samomotivacije

- Ugledati se na uzora – ljudi se trebaju ugledati na nekog uspješnog te početi raditi na sebi ili na nekom velikom projektu.
- Uskladiti osobne i zajedničke ciljeve organizacije – smomotivacija će doći sama od sebe ako se usklade ciljevi organizacije sa osobnim ciljevima. Tri faktora motiviraju zaposlene na uspjeh, a to su: samoostvarenje, moć i pripadanje timu.
- Izgraditi samopouzdanje – samopouzdanje se gradi prema onome što smo u životu postigli, biti svjestan vlastite snage i znati postaviti prave ciljeve, uporno raditi na njima te uživati u uspjehu.
- Fokusirati se na prave ciljeve – birati ciljeve koji su ostvarivi i koji čovjeka čine sretnim. Pravi ciljevi su jasno definirani i umjereno izazovni, ako je cilj pretežak ili prelegan dolazi do demotivacije.
- Okružiti se inspirativnim ljudima – pozitiva i motivacija drugih ljudi može pomoći čovjeku da motivira sam sebe i da se usmjeri prema određenom cilju[20]

[19] https://belosa.info/samomotivacija-kako-postati-ucinkovitiji-u-onome-sto-radimo/
[20] https://refikhrvic.net/samomotivacija-i-tehnike-samomotivacije/

Previše je razloga zašto su neki ljudi motivirani i idu dalje, a drugi ostaju zatočeni na jednom mjestu s istim razmišljanjem ili vjerovanjem. Svaki čovjek je drugačije motiviran tj. motivacija je individualna, netko je pun energije, a netko se ne želi dići iz kreveta. Motivaciju treba konstantno održavati, lako se može izgubiti, a razlog može biti predvidiv i nepredvidiv. Rezultati se mogu mjeriti, a motivacija ne jer na nju utječe mnogo čimbenika koji poboljšavaju rezultat.[21]
Motivirani ljudi nisu uvijek maksimalno motivirani. Treba zamisliti kako je prosječnim ljudima, onima koji vode običan život te se izgube u njemu. Svi trebaju tehnike samomotivacije.

Čimbenike samomotivacije možemo vidjeti na Slici 5.



Slika 5. Čimbenici samomotivacije
Izvor: www.mindtools.com.self.motivation

[21] https://www.posao.hr/clanci/karijera/na-radnom-mjestu/7-uobicajenih-zamki-motivacije-zaposlenika/10097/

5. POSLOVANJE PODUZEĆA „NAPRIJED“ D.O.O. SINJ

Poduzeće „Naprijed“ d.o.o. je najuspješnija drvno-prerađivačka tvornica koja proizvodima uspješno parira globalnim trgovačkim lancima.

Nalazi se u blizini Sinja, u srcu Cetinske krajine, pod planinom Kamešnicom. Poduzeće zapošljava 100 radnika te ima jednu poslovnicu u Sinju i jednu u Splitu, a pogon proizvodnje je također u blizini Sinja.

Poslovni put poduzeća započeo je prije 40 godina, gdje se od vrhunskih trupaca iz Slavonije radio namještaj za kojim je s vremenom vladao sve veći interes. Danas se u tvornici radi gotovo sve, križevi za put križa, nadstrešnice, interijeri kafića, cijeli namještaj za stanove, kuće i motele, sve što se može napraviti od drveta. Moto poduzeća je „nacrtaj ili donesi sliku, i to ćeš i dobiti, ali dobit ćeš vrhunski rad, od vrhunskog drva.“ Kompletan proces proizvodnje satkan je u hrvatskom duhu, od samih trupaca sve do finalnog proizvoda.

Logo poduzeća možemo vidjeti na Slici 6.

Slika 6. Logo poduzeća „Naprijed“ d.o.o.

Izvor: https://www.naprijed.hr/default.htm

Nekada je tvornica proizvodnju temeljila na iverici, što je bilo vrijeme poslovnog učenja, no s vremenom se shvatilo kako svaki garažni majstor ima jednake proizvodne mogućnosti, pa je došlo do strateške i dizajnerske promjene. Fokus proizvodnje je od tada prebačen na masivne i furnirane namještaje rađene od pravog slavonskog hrasta, oraha, trešnje te ostalih materijala potrebnih za proizvodnju koji su dokazano bili visoke kvalitete. Želja je bila kombinacija hrvatske kvalitete i talijanskog dizajna, a njena okosnica je bila suradnja s vrhunskim dizajnerima i arhitektima koja je na snazi i dan danas.

Izložbeni salon se nalazi unutar poslovne zgrade i ured u kojem projektiraju i izrađuju 3D prezentacije gdje kupcima savjetuju i pomažu pri odabiru opremanja stana ili nekih drugih interijera. Niti Ikea, niti Prima ni svi drugi na tržištu nisu konkurencija, jer su skroz drugačiji od kvalitete do profesionalnog izvršavanja poslova. Imaju stotinjak zaposlenih, najveće su poduzeće proizvodnje na području Cetinske krajine, a svojim planovima razvoja očekuju porast broja uposlenih i porast proizvodnje do 2021. godine.[22]

5.1. Djelatnost poduzeća

Tvornica namještaja „Naprijed“ d.o.o. ima višegodišnje iskustvo u opremanju i projektiranju domova namještajem te drugih interijera po narudžbi.

Pojedinačnim pristupom svakom klijentu izrađuju namještaj naglašavajući njegovu kvalitetu, funkcionalnost i vrhunski dizajn. Jasnim ciljem i strategijom razvoja, ulaganjem u tehnologiju proizvodnje, kontinuirano provođenje sustava kvalitete i programom educiranja njihovih zaposlenika došli su u poziciju vodećih proizvođača namještaja u našoj regiji.

Poduzeće „Naprijed“ d.o.o. svakom klijentu pruža punu uslugu, od rješenja kako bi prostor trebao idealno izgledati, mjerenja prostora, izrađuju nacrte, proizvode namještaj po mjeri do dostavljanja na kućnu adresu i montaže.

Računalnim 3D prostornim planiranjem omogućuju svakom kupcu da vidi budući izgled namještaja i prostora te mu olakšaju izbor. Preciznim mjerenjem u kupčevu prostoru ne promiče im niti jedan detalj, te pokušavaju izbjeći naknadna neugodna iznenađenja. Kada izrade nacrt kupcu prikazuju finalni izgled interijera, a profesionalnom montažom stavljaju namještaj u funkciju te daju upute o korištenju i održavanju.

Pružaju usluge kao što su:

- 3D računalno projektiranje
- Mjerenje prostora
- Izrađivanje nacrta
- Proizvodnja namještaja po mjeri
- Dostava na adresu
- Montaža namještaja[23]

[22] https://www.naprijed.hr/hr/o-nama/naprijed-doo.html
[23] https://www.naprijed.hr/default.htm

Kuhinju po mjeri možemo vidjeti na Slici 7.



Slika 7. Kuhinja po mjeri

Izvor: https://dalmatinskiportal.hr/vijesti/sinjski--naprijed--realizirao-projekt--suvremena-tvornica-namjestaja-ict-od-skice-do-finalnog-proizvoda--i-stvorio-nova-radna-mjesta/24833

5.2. Politika kvalitete

Poduzeće „Naprijed“ d.o.o. je svojim dosadašnjim poslovanjem dalo do znanja da ima jasnu strategiju i viziju kojom posluju te da su se pokazali uspješni. Poduzeće kontinuirano i stabilno raste jer ima dobro postavljene ciljeve, organizacija procesa proizvodnje i suvremeni menadžment im omogućuje da se što brže prilagode izmjenama u poslovnom okruženju.

U sastavnom dijelu njihovog poslovanja je politika kvalitete, od njihovih zaposlenika očekuje se da aktivno sudjeluju i provode sustave kvalitete te ostvaruju ciljeve proizvodnje koje kupci očekuju i zahtijevaju.

Poduzeće „Naprijed“ ima certifikat o sustavu koji kazuje kako upravljati kvalitetom - ISO 9001:2008, time dodatno ukazuju na kvalitetu proizvoda te usklađuju proizvodne procese sa zahtjevnim europskim normama.[24]

[24] https://www.naprijed.hr/hr/o-nama/politika-kvalitete.html

5.3. Politika okoliša

Poduzeće „Naprijed“ d.o.o. ima odgovornost prema društvenoj zajednici, budućim generacijama i prema krajoliku u kojem žive, također obvezuju se na to da odgovorno postupaju prema okolišu. Sastavni dio njihovog poslovanja je zaštita prirode i ubačena je u sve faze proizvodnje. Njihovi djelatnici su također ekološki osviješteni, izbiru prirodne i neškodljive materijale u proizvodnji, primjenjuju tehnološki postupak koji štiti okoliš i pravilno zbrinjava otpad.

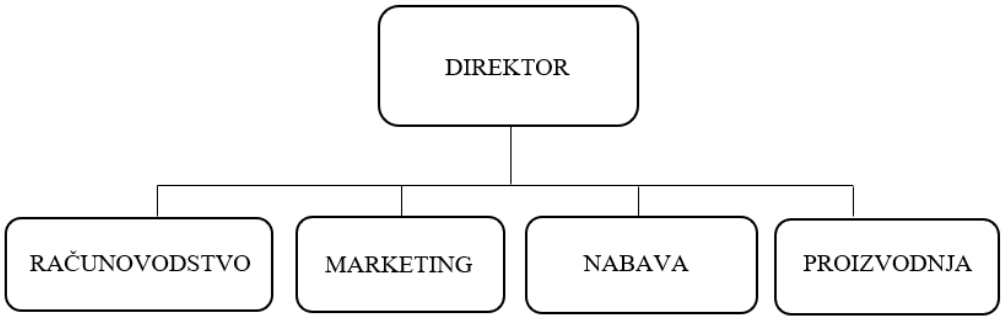
Uvijek će se brinuti o okolišu i poslovati u skladu sa zakonskim normama koje su propisane, i zahtjevima koji čuvaju vrijedne prirodne resurse. Politikom okoliša pomažu i doprinose ekološkom razvoju Hrvatske države.[25]

5.4. Misija poduzeća

Glavna misija poduzeća „Naprijed“ d.o.o. je proizvodnja kvalitetnog namještaja po mjeri i opremanje raznih interijera u skladu s europskim normama. Cilj je da poduzeće postane što poznatije i da njihovi proizvodi budu najprodavaniji na domaćem tržištu te da se pozicioniraju među najpoznatije nacionalne proizvođače namještaja i aparature za opremanje interijera.

Zbog ostvarenja ciljeva poduzeće beskompromisno udovoljava svojim kupcima, jačaju i konkurentnost tvrtke, ulažu u razvoj te modernizaciju poslovanja, aktivno prate i primjenjuju razvojne trendove u djelatnosti koju obavljaju.[26]

Organizacijsku strukturu poduzeća „Naprijed“ d.o.o. možemo vidjeti na Slici 8.



Slika 8. Organizacijska struktura poduzeća „Naprijed“ d.o.o.

Izvor: Vlastiti izvor

[25] https://www.naprijed.hr/hr/o-nama/politika-okolia.html
[26] https://www.naprijed.hr/hr/o-nama/misija.html

5.5. Stvaranje ponude

Prodavačice u salonima Splitu i Sinju su zadužene za stvaranje ponude kupcima koja se sastoji od nekoliko dijelova. U prvom dijelu prodavačice pristojno i profesionalno pristupe kupcu neovisno tko je, što je i kako je stupio u kontakt s njima.

Drugi dio je da kupcu objasne što detaljnije o proizvodu koji ga zanima. Treći zadatak uključuje odlazak do kupčeve kuće ili stana na mjerenje prostora. Laserski mjere kolika je dužina te širina prostora, kao i svi nepravilni dijelovi kako bi namještaj što bolje prilagodili. Nakon svega slijedi izračun cijene, skiciranje te projekcija namještaja na specijalnom softveru koji služi za grafički dizajn i pomoćni prikaz kako namještaj izgleda u 3D-u. Program kojeg koriste da izrade dizajn namještaja po mjeri naziva se Megatischler.

Primjer izrade kuhinje po mjeri pomoću 3D tehnologije možemo vidjeti na Slici 9.



Slika 9. Primjer kuhinje u 3D rezoluciji

Izvor: https://www.naprijed.hr/

5.6. Motivacija zaposlenika

„Naprijed“ d.o.o. godinama je vodeći proizvođač namještaja u Splitsko-dalmatinskoj županiji. Zaposlenike se najčešće motivira nadogradnjom osnovne plaće, a plaća ovisi o funkciji koju zaposlenik obavlja, godinama staža i njihovoj marljivosti. Plaće se kreću od 3200 do 8000 kn.

Radnici u prodaji imaju dogovoreno da ako prodaju što veću količinu namještaja da dobiju dodatak na dogovorenu plaću. Sve to ovisi od mjeseca do mjeseca i koliko je koji prodavač aktivniji i komunikativniji s kupcima. U proizvodnji zaposlenici prvih godinu dana započinju s osnovnom plaćom te s vremenom kako uče posao, oblikuju se, postaju brži i kvalitetniji pa im se povećava plaća.

Radno vrijeme u pogonu proizvodnje je od ponedjeljka do petka, a počinje u 07:00 h do 15:00 h, dok trgovina prodaje radi od 08:00 h do 20:00 h. Često zaposlenici proizvodnje idu na teren pa ostaju duže od 15:00 h gdje im se svaki sat prekovremenih uredno plaća pa ih se time dodatno motivira.

Ambijent odnosno prostor u kojem zaposlenici rade je opremljen najnovijim tehnologijama kako bi zaposlenici što brže i kvalitetnije obavljali posao te se što manje umarali zbog ogromne količine posla.

Ako zaposlenik pokaže veći interes za posao onda se u njega još više ulaže dodatnom edukacijom i praksom. Nakon edukacije i prakse zaposlenika se nagrađuje dodatkom na plaću te svoje stečeno znanje i vještine primjenjuje u radu.

Uz sve navedeno „Naprijed“ d.o.o. svojim zaposlenicima osigurava kolektivni godišnji odmor dva puta godišnje i redovno isplaćuje uskrsnice i božićnice.

5.7. Empirijsko istraživanje

Izradom ovog rada upotrijebljeno je empirijsko istraživanje gdje su anketirani zaposlenici u poduzeću „Naprijed“ da odgovore na pitanja što ih najviše motivira i potiče na rad. Od 35 radnika u pogonu proizvodnje njih 27 odgovorilo je na anketni upitnik što čini 77% ispitanika.

5.8. Obrada ankete

U anketi ima 14 pitanja na koja će zaposlenici odgovoriti tj. ocijeniti i koja će najbolje opisati ono što ih najviše motivira na rad.

Pitanja su ocijenjena od 1 do 5, a ocijene su predstavljale značenje:

- 1 – uopće mi nije bitno
- 2 – nije mi bitno
- 3 – bitno mi i nije mi bitno
- 4 – bitno mi je
- 5 – jako mi je bitno

ŠTO VAS OSOBNO NAJVIŠE MOTIVIRA?	1 (uopće mi nije bitno)	2 (nije mi bitno)	3 (bitno mi je i nije mi bitno)	4 (bitno mi je)	5 (jako mi je bitno)
Visina primanja?	/	/	/	3	24

Tablica 1. Visina primanja

Izvor: Vlastito istraživanje

Zaposlenici poduzeća „Naprijed“ d.o.o. na pitanje koliko im je bitna visina primanja tj. plaće 11% (3 zaposlenika) odgovorila su ocjenom 4 (bitno im je), a njih 89% (24 zaposlenika) ocjenom 5 (jako im je bitno).

ŠTO VAS OSOBNO NAJVIŠE MOTIVIRA?	1 (uopće mi nije bitno)	2 (nije mi bitno)	3 (bitno mi je i nije mi bitno)	4 (bitno mi je)	5 (jako mi je bitno)
Odnosi sa kolegama?	/	1	2	16	8

Tablica 2. Odnosi sa kolegama

Izvor: Vlastito istraživanje

Na pitanje da li ih motiviraju odnosi sa kolegama, 3% (1 zaposlenik) je odgovorio ocjenom 2 (nije im bitno), 7% (2 zaposlenika) su odgovorila ocjenom 3 (bitno im je i nije im bitno), 60% (16 zaposlenika) je odgovorilo ocjenom 4 (bitno im je) i 30% (8 zaposlenika) je odgovorilo ocjenom 5 (jako im je bitno).

ŠTO VAS OSOBNO NAJVIŠE MOTIVIRA?	1 (uopće mi nije bitno)	2 (nije mi bitno)	3 (bitno mi je i nije mi bitno)	4 (bitno mi je)	5 (jako mi je bitno)
Sigurnost posla? (stabilnost, zdravstveno i mirovinsko osiguranje)	/	/	/	6	21

Tablica 3. Sigurnost posla (stabilnost, zdravstveno i mirovinsko osiguranje)

Izvor: Vlastito istraživanje

Da li im je bitna sigurnost posla, 22% (6 zaposlenika) je odgovorilo ocjenom 4 (bitno im je), a 78% (21 zaposlenik) je odgovorio ocjenom 5 (jako im je bitno).

ŠTO VAS OSOBNO NAJVIŠE MOTIVIRA?	1 (uopće mi nije bitno)	2 (nije mi bitno)	3 (bitno mi je i nije mi bitno)	4 (bitno mi je)	5 (jako mi je bitno)
Edukacija i usavršavanje posla?	/	/	3	11	13

Tablica 4. Edukacija i usavršavanje posla

Izvor: Vlastito istraživanje

Na pitanje edukacije i usavršavanja posla, 11% (3 zaposlenika) su odgovorila ocjenom 3 (bitno im je i nije im bitno), 41% (11 zaposlenika) je odgovorilo ocjenom 4 (bitno im je), a 48% (13 zaposlenika je odgovorilo ocjenom 5 (jako im je bitno).

ŠTO VAS OSOBNO NAJVIŠE MOTIVIRA?	1 (uopće mi nije bitno)	2 (nije mi bitno)	3 (bitno mi je i nije mi bitno)	4 (bitno mi je)	5 (jako mi je bitno)
Karakteristike posla? (izazovnost, interesantnost)	/	/	/	18	9

Tablica 5. Karakteristike posla (izazovnost, interesantnost)

Izvor: Vlastito istraživanje

O pitanju za karakteristike posla (izazovnost i interesantnost), 67% (18 zaposlenika) je odgovorilo ocjenom 4 (bitno im je), a 33% (9 zaposlenika) je odgovorilo ocjenom 5 (jako im je bitno).

ŠTO VAS OSOBNO NAJVIŠE MOTIVIRA?	1 (uopće mi nije bitno)	2 (nije mi bitno)	3 (bitno mi je i nije mi bitno)	4 (bitno mi je)	5 (jako mi je bitno)
Priznanje za dobro odrađeni posao?	/	/	/	3	24

Tablica 6. Priznanje za dobro odrađeni posao

Izvor: Vlastito istraživanje

Na pitanje da li ih motivira priznanje za dobro odrađeni posao, 11% (3 zaposlenika) su odgovorila ocjenom 4 (bitno im je) i 89% (24 zaposlenika) su odgovorila ocjenom 5 (jako im je bitno).

ŠTO VAS OSOBNO NAJVIŠE MOTIVIRA?	1 (uopće mi nije bitno)	2 (nije mi bitno)	3 (bitno mi je i nije mi bitno)	4 (bitno mi je)	5 (jako mi je bitno)
Radno vrijeme?	/	/	/	1	26

Tablica 7. Radno vrijeme

Izvor: Vlastito istraživanje

Na pitanje da li ih motivira radno vrijeme, 3% (1 zaposlenik) je odgovorio ocjenom 4 (bitno mu je), a 97% (26 zaposlenika) je odgovorilo ocjenom 5 (jako im je bitno).

ŠTO VAS OSOBNO NAJVIŠE MOTIVIRA?	1 (uopće mi nije bitno)	2 (nije mi bitno)	3 (bitno mi je i nije mi bitno)	4 (bitno mi je)	5 (jako mi je bitno)
Prostor u kojem radite? (ambijent, oprema)	1	5	9	4	8

Tablica 8. Prostor u kojem radite (ambijent, oprema)

Izvor: Vlastito istraživanje

Da li ih motivira prostor u kojem rade, 3% (1 zaposlenik) je odgovorio ocjenom 1 (uopće mu nije bitno), 18% (5 zaposlenika) je odgovorilo ocjenom 2 (nije im bitno), 33% (9 zaposlenika) je odgovorilo ocjenom 3 (bitno im je i nije im bitno), 15% (4 zaposlenika) su odgovorila ocjenom 4 (bitno im je) i 31% (8 zaposlenika) je odgovorilo ocjenom 5 (jako im je bitno).

ŠTO VAS OSOBNO NAJVIŠE MOTIVIRA?	1 (uopće mi nije bitno)	2 (nije mi bitno)	3 (bitno mi je i nije mi bitno)	4 (bitno mi je)	5 (jako mi je bitno)
Dodatak na plaću za dobro obavljen posao?	/	/	/	/	27

Tablica 9. Dodatak na plaću za dobro obavljen posao

Izvor: Vlastito istraživanje

Na pitanje da li ih motivira dodatak na plaću za dobro obavljen posao, 100% (27 zaposlenika) je odgovorilo ocjenom 5 (jako im je bitno).

ŠTO VAS OSOBNO NAJVIŠE MOTIVIRA?	1 (uopće mi nije bitno)	2 (nije mi bitno)	3 (bitno mi je i nije mi bitno)	4 (bitno mi je)	5 (jako mi je bitno)
Razina odgovornosti na radnom mjestu?	/	/	5	14	8

Tablica 10. Razina odgovornosti na radnom mjestu

Izvor: Vlastito istraživanje

Na pitanje da li ih motivira razina odgovornosti na radnom mjestu, 18% (5 zaposlenika) je odgovorilo ocjenom 3 (bitno im je i nije im bitno), 52% (14 zaposlenika) je odgovorilo ocjenom 4 (bitno im je) i 30% (8 zaposlenika) je odgovorilo ocjenom 5 (jako im je bitno).

ŠTO VAS OSOBNO NAJVIŠE MOTIVIRA?	1 (uopće mi nije bitno)	2 (nije mi bitno)	3 (bitno mi je i nije mi bitno)	4 (bitno mi je)	5 (jako mi je bitno)
Mogućnost napredovanja?	/	/	1	11	15

Tablica 11. Mogućnost napredovanja

Izvor: Vlastito istraživanje

Na pitanje da li ih motivira mogućnost napredovanja, 3% (1 zaposlenik) je odgovorio ocjenom 3 (bitno mu je i nije mu bitno), 41% (11 zaposlenika) je odgovorilo ocjenom 4 (bitno im je) i 56% (15 zaposlenika) je odgovorilo ocjenom 5 (jako im je bitno).

ŠTO VAS OSOBNO NAJVIŠE MOTIVIRA?	1 (uopće mi nije bitno)	2 (nije mi bitno)	3 (bitno mi je i nije mi bitno)	4 (bitno mi je)	5 (jako mi je bitno)
Slobodni dani?	/	/	/	/	27

Tablica 12. Slobodni dani

Izvor: Vlastito istraživanje

Na pitanje da li ih motiviraju slobodni dani, 100% (27 zaposlenika) je odgovorilo ocjenom 5 (jako im je bitno).

ŠTO VAS OSOBNO NAJVIŠE MOTIVIRA?	1 (uopće mi nije bitno)	2 (nije mi bitno)	3 (bitno mi je i nije mi bitno)	4 (bitno mi je)	5 (jako mi je bitno)
Organizacija posla?	/	/	/	14	13

Tablica 13. Organizacija posla

Izvor: Vlastito istraživanje

Na pitanje da li ih motivira organizacija posla, 52% (14 zaposlenika) je odgovorilo ocjenom 4 (bitno im je) i 48% (13 zaposlenika) je odgovorilo ocjenom 5 (jako im je bitno).

ŠTO VAS OSOBNO NAJVIŠE MOTIVIRA?	1 (uopće mi nije bitno)	2 (nije mi bitno)	3 (bitno mi je i nije mi bitno)	4 (bitno mi je)	5 (jako mi je bitno)
Poslovna politika poduzeća?	/	11	11	3	2

Tablica 14. Poslovna politika poduzeća

Izvor: Vlastito istraživanje

Na pitanje da li ih motivira poslovna politika poduzeća, 41% (11 zaposlenika) je odgovorilo ocjenom 2 (nije im bitno), 41% (11 zaposlenika) je odgovorilo ocjenom 3 (bitno im je i nije im bitno), 11% (3 zaposlenika) su odgovorila ocjenom 4 (bitno im je) i 7% (2 zaposlenika) su odgovorila ocjenom 5 (jako im je bitno).

Nakon obrade anketnog upitnika može se vidjeti što najviše motivira zaposlenike u poduzeću „Naprijed“ d.o.o.. Najviše ih motivira visina primanja, radno vrijeme, sigurnost posla, slobodni dani, mogućnost napredovanja, priznanje za dobro odrađeni posao i dodatak na plaću za dobro obavljen posao gdje je većina dala ocjenu 5. Ocjenu 4 dali su za organizaciju posla, razinu odgovornosti na radnom mjestu, karakteristike posla, edukacija i usavršavanje posla te odnose sa kolegama. Najmanje im je bitna i najmanje ih motivira poslovna politika poduzeća i prostor u kojem rade gdje su dali ocjene 2 i 3.

ZAKLJUČAK

Motivacija rada u poduzećima se može promatrati i sa mjesta zaposlenika i sa mjesta menadžera. Obojicu povezuje to da je motivacija ulaganje truda da se postignu nekakvi rezultati. Motivacija s mjesta zaposlenika je stanje motivacije pojedinca koja ga gura prema određenom cilju, a menadžer usmjerava motivaciju na pojedince tj. zaposlenike za dobrobit organizacije. Najvažniji zadatak menadžera je da motivira zaposlenike. Cilj motivacije u radu je da podigne individualnu i timsku uspješnost, na način da zaposlenici budu nagrađeni. Svako poduzeće bi trebalo polaziti od toga da su zaposlenici najvrjedniji proizvodni kapital koje imaju na raspolaganju. Samomotivacija je jako bitna za pomicanje granica i postizanje ciljeva. Menadžeri trebaju graditi samopouzdanje i jačati vlastitu samomotivaciju kako bi uspješno radili svoj posao i motivirali zaposlenike. Poduzeće „Naprijed d.o.o.“ je najuspješnije poduzeće pri izradi kvalitetnog namještaja po mjeri u Splitsko-dalmatinskoj županiji po svim parametrima. Kako bi nastavili biti najuspješniji, u poduzeću svakodnevno motiviraju zaposlenike. Na motivaciju zaposlenika najčešće utječu dobrom plaćom, prilagodbom radnog vremena, sigurnošću posla, slobodnim danima, mogućnostima napredovanja, priznanjima za dobro odrađeni posao i dodatcima na plaću za dobro obavljen posao. Motiviraniji radnik raditi će brže, bolje, kvalitetnije te time više pridonijeti samom poduzeću. Može se reći da poduzeće „Naprijed“ d.o.o. uspješno motivira svoje radnike jer radnici čine temelj poduzeća te pomoću njih uspješno konkurira na tržištu.

LITERATURA

Knjiga:

1. Anić, V., (2006.): Veliki rječnik hrvatskog jezika, Novi Liber, Zagreb
2. Bahtijarević-Šiber, F. (1999): Management ljudskih potencijala, Golden marketing, Zagreb
3. Beck, R.C., (2003.): Motivacija, teorija i načela, Naklada Slap, Jastrebarsko
4. Busch, T., Burnham, J., (1994): The Principles of Educational Management, Longman Group, UK Ltd
5. DeCharms, R., (1979): Enhancing motivation: Change in the classroom, New York: Irvington
6. Denny, R. (2000): Motivate to Win, M.E.P. Consult, Zagreb
7. Jons, G. (1992): Organisational Behaviour, Harper Collins Publisher Inc
8. Locke, A. (1976): The Nature and Causes of Job Satsfaction, u: Dunnette, M.D.(ed), Handbook of industrial and organizational psychology, Chicago, Rand McNally
9. McClelland, D.C., Burnham, D.H. (1976): Power is the great motivator, Harward Buisness Review
10. Rheinberg, F., (2004): Motivation, Naklada slap, Jastrebarsko
11. Scott, W., Soderberg, S. (1985): The Art of Managing, Broolfield, Gover
12. Vesić, D., (2010): Uloga menadžmenta u motivaciji zaposlenih, „Menadžment 2010“, Međunarodna naučna konferencija, Kruševac

Izvor s interneta:

1. belosa.info, (26.09.2021.) dostupno na https://belosa.info/samomotivacija-kako-postati-ucinkovitiji-u-onome-sto-radimo/
2. refikhrvic.net, (26.09.2021.) dostupno na https://refikhrvic.net/samomotivacija-i-tehnike-samomotivacije/
3. Posao.hr, (27.09.2021.) dostupno na https://www.posao.hr/clanci/karijera/na-radnom-mjestu/7-uobicajenih-zamki-motivacije-zaposlenika/10097/
4. Službena stranica poduzeća Naprijed d.o.o., https://www.naprijed.hr/hr/o-nama/naprijed-doo.html

5. dalmatinskiportal.hr, (29.09.2021.) dostupno na https://dalmatinskiportal.hr/vijesti/sinjski--naprijed--realizirao-projekt--suvremena-tvornica-namjestaja-ict-od-skice-do-finalnog-proizvoda--i-stvorio-nova-radna-mjesta/24833
6. mindtools.com, (29.09.2021.) dostupno na www.mindtools.com.self.motivation
7. slideplayer.com, (30.09.2021.) dostupno na https://slideplayer.com/slide/10575733/

POPIS SLIKA

Slika 1. Zakoni motivacije (str. 8)
Slika 2. Model za izgradnju efikasnih timova (str. 10)
Slika 3. Čimbenici individualne motivacije (str. 12)
Slika 4. Tipovi menadžerske motivacije (str. 14)
Slika 5. Čimbenici samomotivacije (str. 16)
Slika 6. Logo poduzeća „Naprijed“ d.o.o. (str. 17)
Slika 7. Kuhinja po mjeri (str. 19)
Slika 8. Organizacijska struktura poduzeća „Naprijed“ d.o.o. (str. 20)
Slika 9. Primjer kuhinje u 3D rezoluciji (str. 21)

POPIS TABLICA

Tablica 1. Visina primanja (str. 23)
Tablica 2. Odnosi sa kolegama (str. 23)
Tablica 3. Sigurnost posla (stabilnost, zdravstveno i mirovinsko osiguranje) (str. 24)
Tablica 4. Edukacija i usavršavanje posla (str. 24)
Tablica 5. Karakteristike posla (izazovnost, interesantnost) (str. 25)
Tablica 6. Priznanje za dobro odrađeni posao (str. 25)
Tablica 7. Radno vrijeme (str. 25)
Tablica 8. Prostor u kojem radite (ambijent, oprema) (str. 26)
Tablica 9. Dodatak na plaću za dobro obavljen posao (str. 26)
Tablica 10. Razina odgovornosti na radnom mjestu (str. 27)
Tablica 11. Mogućnost napredovanja (str. 27)
Tablica 12. Slobodni dani (str. 27)
Tablica 13. Organizacija posla (str. 28)
Tablica 14. Poslovna politika poduzeća (str. 28)