

I

UVOD

Motivacija je fenomen koji se dugo istražuje, a rezultati su brojne i često vrlo različite teorije motivacije. Kao posebno karakteristične, odnosno interesantne, navodimo sledeće stavove:

- motivacija je opšti pojam koji se odnosi na cjeli skup nagona, zahtjeva, potreba, želja i različitih sila¹;
- motivacija je skup unutrašnjih snaga pojedinca koje pojačavaju njegov napor u izvršenju zadataka,²;
- motivacija je psihološka karakteristika ljudi koja utiče na stepen predanosti pojedinca. Ona se sastoji od faktora koji izazivaju, kanališu i podržavaju ljudsko ponašanje u određenom željenom pravcu.... Motivisanje je upravljački proces kojim se utiče na ponašanje ljudi na osnovu saznanja o tome „šta izaziva određeno ljudsko ponašanje“,³
- motivacija je skup stavova i vrijednosti koje utiču na osobu da se ponaša na specifičan, ciljem određen, način,⁴
- motivacija je traganje za onim što nedostaje ili što je potrebno osobi, odnosno težnja da se zadovolje potrebe.⁵

Motivisanje zaposlenih je veoma važno područje djelovanja menadžera u svim organizacijama (bile one profitne ili neprofitne). Sa aspekta menadžera, motivisanje se može definisati kao aktivnost usmjerena na stvaranje pretpostavki da se „pokrene“ osoblje (odnosno da ono djeluje) u željenom pravcu. Preciznije rečeno: motivisanje je aktivnost putem koje menadžeri utiču na zaposlene da se angažuju u maksimalno mogućoj mjeri u ostvarivanju vizije organizacije.⁶

Menadžeri se često pitaju:

- zašto neki ljudi rade mnogo i dobro, dok drugi rade što je manje moguće;
- kako menadžeri mogu uticati na ponašanje i uspješnost svojih saradnika;
- zašto se ljudi promjene, počnu kasniti na posao, izostajati, manje raditi i slično;

Odgovori na navedena pitanja su u domenu motivacije. Razumjevanje motivacije je važan „instrument“ za razumjevanje ponašanja u organizaciji i za razumjevanje ponašanja zaposlenih u pravcu realizacije individualnih i organizacionih ciljeva.

¹ Weiss, J. W.(1996). Organizational Behavior and Change, Minepolis/ST. Paul. West Publishing Company

² Weihrich, H. Koontz, H. (1993). Menadžment (Prevod sa engleskog) Zagreb. Mate d.o.o.

³ Stefanović, Ž. (1999). Menadžment. Kragujevac., Ekonomski fakultet

⁴ Ivancevich, J. M. (1998). Human Resource Management, New York., Irwin McGraw-Hill

⁵ Maslow, A. H., (1982). Motivi i ličnost (Prevod sa engleskog) Beograd., Nolit

⁶ Robins, S. P., Coulter, K.(2003). Management. New Jersey., Prentice-Hall., Upper Saddle River

Pored uvoda i zaključka rad se sastoji iz tri djela. U prvom djelu su opisani osnovni pojmovi vezani za radnu i uopšte ljudsku motivaciju. Naglasak je stavljen na značaj pravilnog percipiranja ljudi, njihove prirode i specifičnosti ljudskih potreba (interesa, motiva).

U drugom djelu dat je pregled najpoznatijih teorija motivacije. Sve teorije motivacije imaju za cilj da objasne: šta je to motivacija i kako se na nju može uticati. Razlika je samo u metodama koje one promovišu. Dok sadržajne teorije koriste uglavnom koncept potreba za objašnjenje radne motivacije, procesne teorije daju više prostora percepcijama, vrijednostima i očekivanjima ljudi i njihovoj interakciji. Tu su i dosta kritikovane pojačavajuće teorije koje u potpunosti ignorišu individualne potrebe i stavove i orjentisane su na radnu situaciju.

Treći dio sadrži konkretne strategije (materijalne i nematerijalne) koje menadžeri mogu da koriste za motivisanje svojih saradnika. Njihova brojnost i raznovrsnost već na prvi pogled upućuju na velike mogućnosti uticanja na radnu motivaciju. Od menadžera zavisi koliko će te mogućnosti da iskoriste.