

КОМУНИКАЦИЈАТА И МОТИВИРАНОСТА НА ВРАБОТЕНИТЕ ВО ООУ"АЦО ШОПОВ"-СКОПЈЕ

Abstract

It is very difficult to discover any aspect of the working process that does not incorporate a communication among the employees. An efficient communication is needed for efficient organization, which often is listed as an increasing efficiency factor. Many employers consider the efficient communication to be more important than years of employment, experience, gender, knowledge or other employees' features. The communication between people is not reliant on technology, but it depends on their psychological motivations and circumstances in which they are situated. In order to improve the communication, one might explore the why it occurs and how in functions. In the entire communication process, other people can be persuaded or convinced to change their opinion, attitudes and the behavior in distinctive circumstances. One of the motives for communication in a certain organization is the desire to obtain feedback on the working approach or to give an opinion on the work of the others.

The motivation for communication of each person is reliant on the flexible and dynamical aspect of the personality, connected to the emotions and the characteristic of each of the different personalities. It represents a wish and willingness to take an action. From the viewpoint of the management, the motivation of the employees plays an important role. Therefore, the manager's efforts to embrace the desire and the affinities of its co-workers, might produce behavior among the employees that would be most appropriate and acceptable for the organization.

This study aims to examine the communication and the motivation of the employees in MPS "Ацо Шопов" – Скопје, in order to comprehend the current situation and to take appropriate methodology for improvement. Therefore, a survey is made to obtain feedback from the employees' on the level of communication and motivation in the organization.

Barring in mind, that the respondents are employed in public administration, there is neither possibility for motivation through payment, not other stimulus methods like, for example, paid absence from work. The motivation arises from the satisfaction of the parents and students from the efforts and success of the work. The employees' communication is mostly concentrated to work related themes, although according the survey, the work's nature allows communication about various themes that are not always work connected. Even more, the communication is also present outside the work environment.

Key words: *communication, motivation, management, leadership, success.*

Пристап кон проблемот на истражување

Комуникацијата е процес на пренесување на пораки од една до друга личност. Претставува централен феномен во организациите и е особено важна за менаџментот. Водтерминологијата на општествените науки комуникацијата претставува еден вид научна студија на производство, преработка и ефекти на сигнали и симболи чни системи кои се користат од луѓето за примање и испраќање на пораки. Под поимот комуникација се подразбира : зборување, пишување, слушање, читање, говор на тело, т.е. израз и на лицето, гестови, ставови и држења на телото. Со еден збор: збир на вербални и невербални техники. Најчести проблеми со кои се соочуваат вработените се недостиг на отворена, искрена и храбра комуникација. Успешната комуникација подразбира дека информацијата е точно примена во поглед на содржината и значењето кои ги одредил испраќачот.

Комуникацијата и организацијата се поврзани на повеќе различни нивоа и тоа на повеќе начини. Еден очигледен поттик за ова размислување, е фактот дека организацијата постои

единствено преку поврзување на единките кои ја составуваат, а тие се поврзуваат преку взаемно комуницирање. Поради ова, комуникацијата е највисоката вредност во една организација.

Важноста и значењето на комуникација во организацијата се согледуваат во врската помеѓу самиот процес на комуникација и организациските резултати, како што се посветеност и лојалност на вработените кон организацијата, задоволството помеѓу вработените, продуктивноста, ефективноста при имплементации на промени, финансиска стабилност и слично. Вработените кои се позадоволни со повратни информации, комуникација со менаџерите и подостапни организациски информации, посилно се идентификуваат со нивната организација.

Добрата комуникација во организацијата доведува до:

- Зголемена продуктивност;
- Поголем квалитет на добра и услуги;
- Повеќе позитивни сугестии од вработените;
- Повисок степен на креативност;
- Поголемо задоволство од работата;
- Намалени отсуства од работа;
- Намалени трошоци

Постојат три вида на комуникација на менаџерите/ директорите со вработените, а тоа се вербална, невербална и симболичка комуникација. -Во вербална комуникација спаѓаат директна и индиректна комуникација. Директната комуникација се состои од состаноци на менаџерите со вработените, организација и подготовка на состаноците, материјали и информации и убедување на вработените – комуницирање еден на еден. А додека пак индиректната, односно пишана комуникација се состои од пренесување на информациите меѓу вработените низ интерни весници, билтени, ѕидни новини, електронска пошта. Вториот вид на комуникација е невербалната комуникација - однесувањето на менаџерите во секојдневната работа. Симболичка комуникација е третиот вид на комуникација, а тука спаѓаат јазични симболи, ритуали и церемонии и материјални симболи.

Мотивација на вработените за успешна комуникација

Терминот мотивација потекнува од латинскиот збор *movere*, со значење да се движи. Мотивирањето е од крајно значење за менаџерите, бидејќи нивната улога е вработените да бидат полни со енергија во остварувањето на целите на организацијата. Разбирањето на причините за мотивација е главно барање на секој менаџер кој е ангажиран во надгледувањето.

Пред да може да се зборува за мотивацијата, потребно е да се прави разлика помеѓу мотив и мотивација. Мотивирањето често се изразува со зборовите: желба, саќање, цел, потреби, поттикнување, движење, иницијатива и сл. Мотивот се дефинира на различни начини, како енергичен услов, внатрешна состојба и сл. Мотивацијата ја сочинуваат збирот од многубројни мотиви и истата се дефинира како сложен психодинамички процес за поттикнување на активност на човекот, нејзино насочување кон одредени објекти и регулирање на активноста заради постигнување на одредени цели.

Мотивација е внатрешна сила или енергија што води кон акција, вршење на активности и постигнување. Таа е поврзана со желбата и амбицијата, а ако тие се отсутни тогаш и мотивација е отсутна. Многу често, еден вработен има желба и амбиција да заврши одредена работа или да постигне одредена цел, но нема иницијатива и подготвеност да преземе акција. Ова се должи на недостатокот на мотивација и внатрешна сила која ќе ги води кон постигнување на целите. Мотивацијата ги зајакнува амбициите, ја зголемува иницијативата и дава насока, храброст, енергија и упорност да се следат целите. Мотивираните лица преземаат акција и прават сè што е потребно да се постигнат неговите цели.

Таа е клучот за подобрување на ефикасноста во една фирма. Речиси и без разлика на тоа на која работна позиција работат или што работат, вработените мора да бидат мотивирани, самостојно или преку некој надворешен стимул. Со цел секој бизнис да преживее и да успее, треба да се изнајде соодветен начин за да се мотивираат вработените.

Со зголемувањето на мотивацијата на вработените, работата станува полесна, поедноставна, побрза, поисплатлива, побезбедна и позабавна.

Менаџерите најчесто користат седум стратегии за мотивација на своите вработени и тоа:

- Позитивно засилување / големи очекувања;
- Дисциплина и казна;
- Соодветен третман на вработените;
- Задоволување на потребите на вработените;
- Постапување на цели поврзани со работа;
- Преструктурирање на работното место;
- Награди по ефикасно извршување на работата.

Директорот и неговото значење во создавањето позитивна клима за работењето во установата

Директорот како најодговорна личност за реализација на воспитно-образовната работа во училиштето ја има клучната цел за создавање на позитивна клима во неговото работење. Тој ја води образовната политика на училиштето преку различни активности поврзани со следење и вреднување на наставничката работа. Директорот како морална личност кој всушност како професионален воспитувач мора да поседува определени особини и вредности. Тој со својата особина на одговорност, на човек кој го почитува работното време и работните задачи на вработените, ги извршува квалитетно и со развиено чувство на одговорност негативните оценки не ги користи како средство за постигнување на поголем успех им овозможува создавање на позитивна клима во работењето во установата.

Секој лидер во образование мора да има смисла за педагошка работа што се изразува преку следните вредности : да ја сака и цени својата професија, да има смисла за комуникација, да ги сака младите и да се грижи за нивниот развој и успех. Во сите можни ситуации да внесува оптимизам и ведрина, да покажува акција секогаш да помага кога тоа е неопходно. Како лидер кој треба да овозможи висока линија на комуницирање и мотивирање на вработените потребно е да го примени авторитетот кој го стекнал со својата работа, со однесувањето и со личните квалитети .Директорот треба секогаш да е чесен,правичен, принципиелен и доследен, кон себе да е критичен, да умее да се воздржи од силни и брзи изливи на лутина и незадоволство, сосема да владее со своите емоции и секоја одлука да ја донесува аргументирано. Директорот треба да има јасни и прецизни цели кои ќе знае како да ги реализира,кога, со кого и на кој начин ќе провери дали тие цели се реализирани.

За успешна мотивираност и меѓусебна комуникација потребно е директорот навремено да им дава повратни информации на вработените, но при тоа да го избере најдобриот начин. Директорот потребно е да превземе реални практични чекори кои ќе придонесат за ефикасен развој на вработените и тоа: преку анализа на потребите на вработените, потоа да пристапи кон усогласување и хармонизација на целите , да направи програма за обуки која ќе содржи повеќе елементи како: цели, содржини, обучувачи, времетраење, место на одржување, оценување, потоа да започне да ја реализира обуката со перманентно следење на применетите сознанија и на крајот да даде оценка за постигнувањата кои ќе ги вгради во анализата на идните потреби.

Со ваквите активности директорот ќе придонесе за успешна комуникација и мотивираност за работа во рамките на установата. Со ваквото менаџирање ќе бидат видливи постигнатите резултати од работењето во училиштето и ќе се постигне јасно видливата слика за училиштето.

МЕТОДОЛОГИЈА НА ИСТРАЖУВАЊЕТО

Предмет на истражување на овој труд е начинот на комуницирање и мотивирање на вработените од ООУ "Ацо Шопов" Скопје Врз основа на ваквото истражување во ООУ "Ацо Шопов" – Скопје, направено со помош на анкетен прашалник, добиени се информации за начинот на комуницирање и мотивирање на вработените. Во текот на анкетањето се опфатени сите вработени односно користен е примерок од 58 субјекти наставници.

Целта на истражувањето е да се види начинот на комуницирање и мотивирање на вработените и превземање на соодветни методи за подигање на нивната мотивираност и комуникација. Како инструмент, е користен е анкетниот прашалник. Целта на овој прашалник е да се испита начинот на комуницирање и мотивирање на вработените. Податоците од прашалникот се обработени и анализирани во истражувачки дел.

Во истражувањето како техника го употребивме анкетањето. Примената на оваа техника се изврши со специјално конструирани инструменти за истражување: Прашалници за вработените преку кои се добија податоци за комуникацијата и мотивираноста на вработените во ООУ „Ацо Шопов“ - Скопје.

Примерокот на истражувањето содржи вкупно седум прашања на кои вработените одговараа со заокружување. Прашалникот беше наменет за сите вработени, односно опфатени беа вкупно 58 вработени во училиштето.

Анализа и интерпретација на податоците

Анализата на резултатите од истражувањето ни овозможи интересни резултати, кои се интерпретирани во продолжение на текстот. Во интерес на темата на овој труд, презентирани и коментирани се резултатите кои најдиректно укажуваат на значењето на комуникацијата и мотивацијата во организацијата од каде што е земен примерокот на истражување.

Податоците добиени од прашалникот беа обработени квантитативно преку сумирање на одговорите. Во зависност од тоа колку позитивни или негативни тврдења имаше, се направи анализа на следниве прашања:

1. Каква е комуникацијата меѓу вработените?
2. На кој начин директорот комуницира со вработените?
3. Како се мотивирани вработените?
4. Дали во текот на работното време, комуникацијата на вработените е секогаш сведена на теми поврзани со работата?
5. Дали постои комуникација меѓу вработените надвор од работната средина?

Оттука, по однос на првото прашање, кое се однесува на тоа каква е комуникацијата меѓу вработените, испитаниците се изјаснуваа за три алтернативни одговори, односно, пријателска, хиерархиска и професионална комуникација. За комуникација која се реализира на пријателска основа се определиле 34 испитаници, односно 59% од вкупниот број анкетирани. За професионална комуникација се определиле 11 испитаници, или 19% од вкупниот број, додека за одговорот дека комуникацијата во организацијата се сведува на хиерархиска основа, се изјасниле 13, односно 22% од вкупниот број испитаници, (графикон 1).

Графикон 1



Според согледувањата комуникацијата во оваа установа е од големо значење за вработените. Меѓу нив постои пред сè пријателски однос што е всушност пресуден фактор за добрата работна клима и мотивација во работењето. За добрата комуникација помеѓу вработените во и надвор од работната средина, секако важен фактор е и умешноста на директорот сето тоа успешно да го менаџира.

Во однос на начинот на кој директорот комуницира со вработените во училиштето испитаниците имаа понудени три одговори и тоа: вербална, невербална и симболична комуникација. На ова прашање 100% од испитаниците имаат одговорено дека начинот на комуникација на директорот е вербален. Од одговорот на ова прашање можеме да кажеме дека директорот е умешен во ускладување на односите меѓу вработените. Имено, со успешно извршување на оваа функција, директорот на училиштето создава амбиент, или клима за работа, (графикон 2).

Графикон 2



Кај третото прашање од анкетниот прашалник кое се однесува на тоа дали во текот на работното време, комуникацијата на вработените е секогаш сведена на теми поврзани со работата, на испитаниците им беа понудени три можности за одговор и тоа: да, не и претежно. Тука најголемиот дел, односно 71% одговориле со претежно, 14% со да и 15% со не. Од тука можеме

слободно да кажеме дека во текот на работното време вработените претежно разговараат на теми кои се поврзани со работата.(графикон 3)

Графикон 3



Четвртото прашање се однесуваше на тоа дали постои комуникација меѓу вработените надвор од работната средина. И кај ова прашање беа понудени три одговори: да, не и понекогаш. Тука дури 48 лица од испитаниците одговориле со да, 3 лица со не и 7 лица со понекогаш. Ододговорите јасно се гледа дека комуникацијата помеѓу вработените постои и несамо за време на работа туку и надвор од работната средина. Добиените резултати ни покажуваат дека постои голема комуникација надвор од работната средина што е клучен показател за солидна комуникација.

Графикон 4



Во однос на петтото прашање од анкетниот прашалник кое се однесува на мотивираноста на вработените, испитаниците имаа три понудени одговори и тоа: со зголемување на личниот доход, со слободни денови и со награди за навремено извршена работа. Како и во претходното прашање така и тука 100% од анкетираниите вработени сметаат дека мотивирачки кај нив ќе делуваат награди за навремено извршена работа, (графикон 3).

Графикон 5



Завршен коментар

Во организацијата која има 58 вработени, комуникацијата меѓу нив е пријателска. Додека пак нивната комуникација со директорот на установата е неформална. Вербална, односно директно со состаноци е комуникацијата на првиот човек на училиштето, со неговите вработени. Комуникацијата на вработените претежно е сведена на теми поврзани со работата, меѓутоа според анкетањето, природата на работата дозволува комуникација за различни теми кои не секогаш се поврзани со работата, но и оваа комуникација е присутна и надвор од работната средина .

Со оглед на тоа дека анкетираниите се вработени во државна организација, се вели дека во установата која е од јавен интерес не постои материјален надоместок за мотивација ниту пак можност за слободни денови. Мотивацијата произлегува од задоволството на учениците и нивните родители.

Недостигот на комуникација со колегите е она што влијае најдемотивирачки врз вработените, додека пак, личниот доход не претставува најголема мотивација за вработените. Оние кои успешно ќе ја завршат зададената задача нема да добијат награда, туку само пофалба.

ЗАКЛУЧОК:

Комуникацијата зазема централно место во организацискиот живот. Ова значи дека многу често развојот и профитот, како и опстанокот на организациите, зависат од ефективната организациска комуникација.

Недоволно квалитетна комуникација претставува причина за многу грешки и неуспеси во работењето на поединците или на целата организација. Организациите не можат ефикасно да функционираат без воспоставување на ефикасна комуникација на секое ниво. Неэффективната комуникација може да предизвика многу проблеми кои негативно се одразуваат на односите и интеракцијата меѓу вработените, задоволството од работата, моралот, како и извршувањето на работите.

Мотивација е поврзана со желбата и амбицијата, а ако тие се отсутни, тогаш е отсутна и мотивацијата. Многу често, еден вработен има желба и амбиција да заврши одредена работа, или да

постигне одредена цел, но често нема иницијативата и подготвеност да преземе акција, тоа се должи на недостатокот на мотивација и внатрешна сила која ќе ги води кон постигнување на целите.

Врз основа на истражувањето спроведено во ООУ "Ацо Шопов" – Скопје, дојдовме до заклучок дека комуникацијата во оваа установа е од големо значење за вработените и дека меѓу нив постои пред сè пријателски однос,

Бидејќи станува збор за јавна установа, во однос на мотивацијата, вработените добиваат само пофалби за она што го сработиле, и тука се гледа умешноста на директорот да ги мотивира вработените, бидејќи тие се свесни дека нема мошност за материјална и финансиска надозна како фактор за мотивација во извршување на работните задачи. Што значи пресуден фактор за добрата работна клима, и мотивација во работењето, е добрата комуникација помеѓу вработените, во и надвор од работната средина секако како најважен елемент умешноста на директорот сето тоа успешно да го менаџира.

КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА

1. Кралев, Т. (2009), *Основи на менаџментот*, Скопје: УТМС;
2. Петковски, К. & Стоилковска, А. (2010), *Менаџмент на човечките ресурси*. Скопје: Универзитет за туризам и менаџмент;
3. Смилевски, Ц. (2011), *Мотивација*. Скопје: Бизнис академија Смилевски;
4. Stephen P. R. (2005), *Menadzment*, Novi Sad: Data status;
5. Hargie, O.; Dickison, D. & Tourish, D. (1999), *Communication in management*. England: Gower Publishing. 13 edition,;
6. Douglas, McG. (2011) *Theory X-Application of employee motivation theory to the workplace*, Accel-Team, based on the West Coast of Cumbria, UK;
7. <http://www.accel-team.com/motivation/index.html>.