

## НОВИ ПРИСТУП ОРГАНИЗАЦИОНОЈ КОМУНИКАЦИЈИ

Божо Вукоје, директор сектора за графику и мултимедије у Енергодати недавно је завршио постдипломске студије на Факултету организационих наука и стекао титулу магистра техничких наука - подручје организационих наука за односе с јавношћу и мултимедијалне комуникације. Свих девет испита, предвиђених на постдипломским студијама положио је са десетком, а сваки се у свом практичном делу састојао од упоредне анализе теоријских поставки и праксе у конкретној организацији – Енергопројекту. Након тога је у октобру одбранио магистарску тезу под називом „Интеракција односа с јавношћу и људских ресурса у функцији унапређења интерне комуникације“.

Како Божо објашњава, изазови из глобалног окружења изискују непрестане промене организација, како у стратешком тако и у организационом смислу. Оне, међутим, неће дати жељене резултате уколико их запослени не разумеју, не прихвате и примене. Методе мотивисања и комуницирања са запосленима, које су се користиле до пре неколико година, данас више нису ефикасне. Потребан је нов приступ у организационој комуникацији и ова теза је управо нуди, објашњава и предлаже...

Запослени постају не само пуки извршиоци рада него и неко ко ствара нова знања и капитал. Управо зато од пресудног значаја је њихова мотивација. Запослени су имовина, а не трошак – то је полазна тачка новог приступа организационог комуницирања. Уместо једносмерног информисања прелази се на узајамно комуницирање, преко оспособљавања и образовања, до мотивисања и партиципације, као и суодговорности запослених, тако да они знају не само „шта“ треба да раде, него и „зашто“ то раде, истиче Божо.

Избор теме, по његовим речима, било је питање љубави и афинитета. „Иако сам на ФОН-у дипломирао на смеру информационих система, знао сам да ће љубав према људима, односно живој комуникацији превагнути и да ће менаџер победити информатичара у мени који комуницира углавном са компјутером. Људи су ипак тај богати извор нових сазнања, искустава, а њихова

задовољства или незадовољства, тежње, амбиције, мотивације, инспирације, важније су од било којих софтверских и технолошких решења, којима, уосталом, човек и управља“, каже Божо. Успут додаје да су интерна комуникација и међуљудски односи, иако од

њих много тога зависи, данас „скроз запостављен феномен“ у пословном свету. Наглашава да основна разлика између успешних и мање успешних компанија, из које проистичу и све друге разлике, јесте мотивисаност запослених и њихов осећај припадности организацији.

За свој магистарски рад Божо је обавио и одговарајуће истраживање, тамо где је, по његовој оцени, пракса интерних комуникација најразвијенија – у Ентелу. Анализирао је све кључне аспекте интерне комуникације. Вредност његовог магистарског рада огледа се у спознаји разних могућности и система за унапређење комуникације које имају за циљ: идентификовање запослених са заједничком филозофијом организације и њено разумевање, препознавање улоге комуницирања као фактора успешности организације, мотивације и задовољства запослених као и примену метода за стварање позитивне климе у организацији.

„Уз мало добре воље, пажње, без значајних улагања, неке актуелне спознаје из мог рада могу се имплицирати у целом Енергопројекту, што би свакако допринело заједничкој ефикасности и успеху система“, оцењује Божо.

Као припадник млађе генерације стручњака Божо је прилично брзо напредовао у каријери и из информатичких скочио у менаџерске воде. У Енергопројекту се запослио као приправник, 2004. године, у тадашњем ИнГрафу, у одељењу за дигиталну продукцију. Шеф тог одељења постао је после годину дана; убрзо прелази на место руководиоца сектора за производњу и услуге, а након спаја-



ња ИнГрафа са Енергодатом именован је за директора сектора за графику и мултимедије. Упоредо шири своје образовање. Завршио је курсеве „Лидери пословне изврсности“ и „Врхунски тренинг програм за менаџере – како успешно комуницирати у кризним ситуацијама“, учесник је бројних семинара, усавршава енглески. Ангажовао се у организацији више мултимедијалних пројеката. Организовао је четири самосталне добротворне изложбе личних фотографија манастира Хиландара а сав приход од продаје упутио је као прилог за обнову након пожара. Хуману страну своје личности показује и редовним учешћем у акцијама добровољног давања крви у Енергопројекту.

Свој пут и даље види у Енергопројекту. „То је велики систем, у коме може наћи место сваки млад, амбициозан човек који хоће да учи, да „гризе“, да ради. Од младих инжењера Енергопројект то и очекује. Максимално сам посвећен послу који радим, који је и динамичан и захтеван, али објективно говорећи, систему Енергопројект не доноси видљивије ефекте. Моје су намере да будем од веће користи; то је и био један од мотива за постдипломске студије. Волео бих да ту не станем, да се даље образујем и темељно посветим изучавању тема које ме занимају, али су и од конкретне користи за компанију. Једна од тих тема су корпорацијске комуникације и њихов утицај на имиџ и конкурентност предузећа. У скорој будућности волео бих да пријавим и докторску дисертацију из те области“.

**М. Милановић**