

ПРОБЛЕМЪТ ЗА ЧОВЕКЪТ В ОРГАНИЗАЦИЯТА

УВОД

Всички организации искат да бъдат успешни, дори и в сегашната среда, която е силно конкурентна. Ето защо, компаниите, независимо от големината и пазара се стремят да задържат най-добрите служители, признавайки тяхната важна роля и влияние върху организационната ефективност. За да преодолеят тези предизвикателства, компаниите трябва да създадат силна и положителна връзка със своите служители и да ги насочват към изпълнението на работните задачи.

За да постигнат своите цели и задачи, организациите трябва да разработват стратегии за конкуренция на пазара и да увеличат своята производителност. Въпреки това, малко организации разглеждат човешкия капитал като основен актив, който е способен да ги води към успех. Ако служителите не са доволни от работата и не са мотивирани да изпълняват своите задачи и да постигат целите си, организацията не може да постигне успех.

Хората имат много потребности, които постоянно се конкурират помежду си. Всеки човек има различна комбинация и приоритет на потребности, като някои хора се стимулират от постижения, а други поставят акцента върху сигурността. Мениджърите трябва да са в състояние да разберат, да предвидят и контролират поведението на служителите, но те също трябва да знаят какво искат служителите от своята работа. Поради това е от съществено значение мениджърът да разбира какво наистина мотивира служителите. Питайки служителите как те се чувстват в конкретна ситуация не дава точна оценка за техните нужди, като интерпретациите могат да нарушат самата реалност. Затова мениджърите могат да увеличат ефективността си чрез получаване на по-добра представа за реалните потребности на служителите.

1. Индивидуално разбиране и мислене

Човешкото разбиране и резултатното организационно поведение до голяма степен се базират на това как човек възприема и мисли за ситуацията¹. Възприятията имат значение, защото начинът по който човек мисли за ситуация се отразява на неговите нагласи, черти и поведение. Процесът на възприемане включва забелязване, подбор и подреждане на информация с оглед да се отговори. По своето естество информацията се загубва или изкривява в този сложен процес, така че познанието, на което почиват действията на едно лице може да е непълно или неточно. Въпреки това, човек приема своето познание за пълно и по този начин може да действа при недостиг на информация.

Експертите са установили различни навици на ума, които се основават на силата на възприятията и моделите на мислене. Тези, които имат особено значение за мениджъри и организации включват възприятия, когнитивни изкривявания, Теория X и теория Y, теория на очакванията, ментални модели и други. В своята цялост, тези принципи демонстрират силата на мисълта, показвайки, че начинът по който човек разглежда ситуацията има силен ефект върху това как той реагира на и действат съобразно тази ситуация. Така, че голяма част от организационното поведение е „вътрешна игра” за всеки индивид, което често не е известно на самите хора, нито това се разкрива по време на междуличностни взаимодействия.

Хората се различават значително по това, което те забелязват и това, което привлича тяхното внимание. Този процес на привличане на внимание ще бъде повлиян и филтриран съгласно техните предположения, ценности, знания, цели, минали преживявания и други лични различия. В

¹ Elsbach, K. D., Barr, P. S., & Hargadon, A. B. (2005). Identifying situated cognition in organizations. *Organization Science*, 16(4), 422–433.