

условия для перехода на качественно новую ступень профессиональной карьеры, когда формальные передвижения по служебной лестнице подкрепляются адекватным уровнем личностного и профессионального развития.

Дорогина О.И.

Управление человеческими ресурсами

В наши дни у организаций большую популярность стало приобретать формирование «стратегии общения с людьми». Эта тема отношений в коллективе между служащими часто выносится на обсуждение в организации, поскольку для исполнения основного предназначения корпорации требуются человеческие ресурсы. Действительно, компаниям удаётся вместить суть этих стратегий в свои рекламные логотипы, используя такие фразы, как «выдвижение человеческого фактора на первое место» или «человеческий фактор важнее всего».

Выдвижение человеческого фактора на первое место – безусловно, замечательная цель. Компания, считающая главной своей целью помещение имеющихся у неё активов в человеческие ресурсы, укрепит своё положение на международном рынке, где уделяется внимание талантливым служащим организации и способам, с помощью которых этот талант можно раскрыть и увеличить. Тем не менее ресурсы компаний ограничены, и им ежедневно приходится сталкиваться с настоятельными требованиями рынка. Поэтому решения должны приниматься в соответствии с наиболее важными приоритетами, на которые ориентированы служащие, а также со способами распространения, осуществления и дальнейшей поддержки этих приоритетов. И каковы тогда основные составляющие оптимальной корпоративной «стратегии людей»?

Некоторые организации могут создать новые модели компенсации, уделяя особое внимание поощрению труда с помощью повышения заработной платы. Другие организации могут повышать объем льгот. Эти стратегии важны, но исследования выявили, что эти внешние типы поощрения часто оказывают отрицательное влияние на мотивацию служащих, необходимую для отличного выполнения работы, и поэтому внутренние поощрения результатов труда намного эффективнее.

Динамика взаимоотношений, которая оказывает существенное воздействие на работу организации берёт начало из экспериментов Гоуторна,

приводившихся в конце 1920-х – начале 1930-х годов. Сейчас сложно понять, что выявленные исследователями изменения на заводе Западных электросетей Гоуторна (в Цицери, Иллинойс) были новыми и революционными, но по тем временам это действительно так было. Исследователи наблюдали за двумя группами служащих, которые выполняли одну и ту же работу, находясь в разных помещениях. Одна из групп работала под контролем, а другая занималась проведением различных экспериментов, например: усиливала и снижала уровень освещения, делала паузы и т. д. Исследователи Эльтон Майо и Ф.Дж. Ротлисбергер из Гарварда и В.Дж. Диксон из управления Западными электросетями считали, что эксперименты приводят к различным уровням производительности в исследуемой группе.

К удивлению исследователей, обе группы повысили уровень производительности. Их удивление вполне понятно, поскольку они делали упор на классические теории управления, которые доминировали в то время, и предполагали, что организационная система подобна машине, а служащие – её внутренним механизмам, которыми можно манипулировать или регулировать их работу таким образом, чтобы воздействовать на уровень производительности предприятия. В конечном итоге исследователи констатировали, что обе группы достигали большего уровня производительности всего лишь благодаря вниманию, проявляемому руководством к выполняемой ими работе, особой манере обращения со служащими.

Таким образом, автор данных тезисов, поддерживая точку зрения исследователей из Гарварда, включает в свой научный инструментарий изучения вопросов управления человеческими отношениями элементы классических теорий управления, не отрицая при этом существование и использование современных технологий.

Егорова И.А.

Социально-психологические характеристики слухов в организации

В любой организации существуют два вида коммуникации – формальная и неформальная. Формальная коммуникация, служащая для передачи официальных сообщений, достаточно хорошо изучена в организационной психологии. Неформальной коммуникации (мифам, стереотипам,