

Organizacijski fenomeni kao faktor ljudskih potencijala

Specifičnosti organizacije

Organizacijska klima i organizacijska kultura

Prema Martinsu i Terblance-u (2003.) organizacijsku KLIMU definiraju prakse, procedure i politike u organizaciji (konkretni i ‘opipljivi’ aspekti) dok, se organizacijska KULTURA sastoji od vrijednosti, normi i uvjerenja (‘neopipljivi’ aspekti organizacije).

Organizacijska kultura je rezulat svega što se u organizaciji događa (poslovanja, ponašanja, komuniciranja izvan i unutar organizacije, itd.). Ona stvara sliku o organizaciji, određuje unutrašnju koheziju, omogućuje indentifikaciju pojedinca s organizacijom, značajno utječe na ponašanje i međuljudske odnose, značajno utječe na poduktivnost i poslovne rezultate.

Moglo bi se reći da, značajno urušavanje organizacijske kulture najčešće dovodi do propasti same organizacije.

Zadovoljstvo zaposlenika

Zadovoljstvo zaposlenika je složeni fenomen za koji se može ustvrditi da je ključni element u uspješnim organizacijama. Zadovoljni zaposlenici su najčešće i visoko motivirani, proaktivni, pozitivni, efikasni u radu, visoko angažirani, pokazuju inicijativu, odgovorni, inovativni i poduzetni, te ostvaruju kvalitetne poslovne rezultate.

Neki od općih aspekata zadovoljstva poslom su: zadovoljstvo sadržajem posla, uvjetima rada, organizacijom posla, međuljudskim odnosima, plaćom, zadovoljstvo rukovođenjem, sudjelovanjem u donošenju odluka, ravnotežom poslovnog i privatnog života, itd.

Zadovoljstvo zaposlenika u značajnoj mjeri povezano je s uspješnošću organizacije i njezinim položajem na tržištu, motivacijom zaposlenika i poslovnim rezultatima zaposlenika.

Više zadovoljstvo zaposlenika povezano je i s višim zadovoljstvom menadžmenta i, s višim zadovoljstvom kupaca/korisnika.

Organizacijske i osobne vrijednosti

VRIJEDNOSTI su trajni obrasci naših vjerovanja i uvjerenja koji se odnose na ono što smatramo ispravnim i vrijednim u radu i, u životu uopće.

INDIVIDUALNE (osobne) vrijednosti pojedinac usvaja vrlo rano tijekom svog života i one služe kao neka vrsta orijentacije ili kompasa. Kod pojedinca, vrijednosti su značajno povezane s ključnom strukturom njegovih potreba i motiva (imaju veliku važnost u motivacijskom sklopu). Čak, ostvarenje vrijednosti samih po sebi, za pojedinca mogu biti motivacijski ciljevi.

ORGANIZACIJSKE vrijednosti, kao značajan dio organizacijske kulture, svakom pojedincu u organizaciji služe kao putokaz o tome što je u organizaciji poželjno, vrijedno i prihvatljivo. Sukladno tome, one mogu biti i vrlo važna poluga u rukovođenju organizacijom.

S aspekta ostvarivanja organizacijskih i individualnih ciljeva zaposlenika, poželjno je ostvariti visok stupanj slaganja individualnih (osobnih) i organizacijskih vrijednosti.

To se može ostvariti tako da se:

- u organizaciju primaju zaposlenici čije su osobne vrijednosti sukladne organizacijskima,

- da se kroz sustav nagrađivanja kod zaposlenika potiče pokazivanje ponašanja u skladu sa željenim vrijednostima (osim poticanja samih poslovnih rezultata),

- da se potiče napredovanje onih pojedinaca koji, osim poslovnih rezultata, pokazuju i ponašanja koja su u skladu s organizacijskim vrijednostima,

- upravljanjem organizacijskom kulturom.