

УДК 338

ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ НА ПОДЧИНЕННЫХ В УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Поюнова Ю. А., обучающаяся гр. ОУб-191, 2 курс
Научный руководитель Муромцева А. К., к.э.н., доцент
Кузбасский государственный технический университет
имени Т.Ф. Горбачева
г. Кемерово

В основе руководства людьми находится влияние, т.е. психологическое (эмоциональное или рассудочное) воздействие, которое оказывается на них с целью изменения поведения в нужную для организации сторону. Данное воздействие побуждает более эффективно работать, предотвращает возникновение конфликтов в коллективе.

Влияние – это поведение одного лица, которое вносит изменения в поведение другого. Влиять на других людей можно через просьбу, пожелание, угрозу, шантаж, приказ, мнение, идею и т.д. возможность влиять появляется в том случае, если одно лицо находится в определенной зависимости от другого. Эти отношения зависимости определяются как властные отношения. Руководитель имеет возможность влиять на других потому, что он наделен властью. Но руководитель должен быть способным оказывать влияние на своих подчиненных, эффективно ими управлять в целях выполнения ими поставленных задач [1].

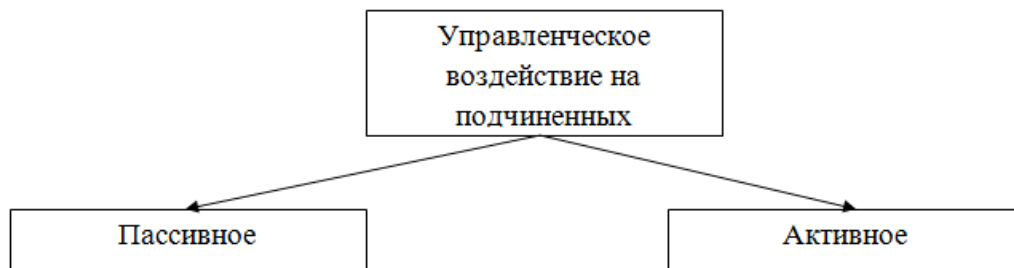


Рисунок 1 – Управленческое воздействие на подчиненных

Пассивное воздействие – оно не оказывает прямого влияния на них, а регулирует поведение косвенно (например, руководитель устанавливает те или иные правила выполнения работы).

Активное воздействие с помощью различных мер (экономических, административных, организационных, моральных и др.) мотивирует позитивное поведение, предупреждает или ограничивает негативное. Воздействие будет эффективным, если окажется выгодным той и другой стороне [2].

Конкретные способы влияния весьма разнообразны. Можно выделить две большие группы управленческого влияния – эмоциональное и

рассудочное. В группе эмоциональных средств влияния основное место занимает «заражение» и подражание.

«Заражение» – это, пожалуй, самый древний способ влияния на людей. Он характеризуется практически автоматикой, неосознанной передачей эмоционального состояния одного человека другому. Используя механизм заражения, менеджер может значительно повысить сплоченность коллектива, мобилизовать его на выполнение целей организации.

Подражание – это усвоение действий, поступков, манеры поведения и даже способа мышления других лиц. Если «заражение» характеризуется передачей эмоционального состояния, то осознанное подражание представляет собой способ заимствования того лучшего, что есть у других.

Подражанию легко поддаются впечатлительные и слабовольные люди, а также лица с недостаточно развитым самостоятельным мышлением. Зная это, важно выяснить, кто служит для них «эталон» для подражания и в соответствии с этим осуществлять управленческие действия.

В группу способов рассудочного влияния входят: внушение, убеждение, просьба, угроза, подкуп, приказ. Так, просьба основывается на добровольных не принудительных мотивах; угроза предполагает запугивание, обещание причинить подчиненному зло; подкуп – это склонение подчиненного на свою сторону любыми средствами.

Приказ – официальное распоряжение властных органов. Приказы не обсуждают, а выполняют, иначе следуют негативные последствия. Предполагается, что одно лицо, используя одностороннюю зависимость (чаще юридическую) от него другого лица, предписывает последнему те или иные действия.

Внушение рассчитано на не критическое восприятие слов, мыслей и волевых импульсов руководителя. Оно отличается от убеждения категоричностью, давлением воли и авторитета, может быть произвольным или непроизвольным, прямым или косвенным. Внушаемый не оценивает и не обдумывает предполагаемое, а лишь автоматически реагирует на него соответствующим поведением. Эффект воздействия достигается за счет личных качеств менеджера: его признание, авторитет, престиж и т.п.

Степень внушаемости зависит от возраста, личностных свойств, типа и характера мышления, состояния психики в данный момент, авторитета внушающего, знания им внушаемого, ситуации. Внушение является односторонним воздействием: активен, как правило, внушающий, а тот, кому внушают, – пассивен.

Убеждение сводится к доказательству правильности того или иного задания руководителя. Этот способ прежде всего влияет на ум, активизирует мышление, но одновременно задевает чувства, вызывает переживания, в результате которых может произойти изменение взглядов. Поэтому убеждение должно быть не только рациональным, но и эмоциональным [2].

Условиями эффективного убеждения считаются:

- соответствие его формы уровню развития личности;
- всесторонность, последовательность и обоснованность аргументов;

- учет индивидуальных особенностей убеждаемых;
- использование как общих принципов, так и конкретных фактов;
- объективность, опора на всем известные примеры и общепризнанные мнения;
- эмоциональность;
- обстоятельность, логичность и доказательность [3].

Таким образом, мы можем сделать вывод, что для организации эффективной и успешной работы предприятия необходимы правильное использование власти и умение определить какой способ влияния подходит для каждого сотрудника [4].

Список литературы:

1. Леонтьева Л. С., Теория менеджмента: Учебник для бакалавров / Леонтьева Л. С. – М.: Юрайт, 2013. – С. 196-201.
2. Поршнев А. Г., Управление в организации / Поршнев А. Г. – М.:Инфра – М, 2011. – 669с.
3. Ладанов И. Д., Практический менеджмент / Ладанов И. Д. – М.: Корпоративные стратегии, 2011. – 496 с.
4. Семёнов А. К., Влияние и власть / Семёнов А. К. // Менеджмент и знания: Журнал. – 2012. №4. – С. 7-9.
5. Становление экономики знаний: от теории к практике региона / под ред. Н. В. Осокиной, Е. Е. Жернова; Мин-во образ. и науки РФ; Кузбасс. гос. тех. ун-т; каф. общей экономики. - Кемерово, 2012. - 255 с.
- 6.