



Ličnost i individualne razlike u organizacionom ponašanju

- *Ličnost je jedinstven i relativno stabilan model ponašanja, misli i emocija koje pokazuju pojedinci.*
- *Ponašanje je rezultat ličnosti pojedinca i prirode situacije sa kojom se pojedinac suočava.*
- Interaktivna perspektiva – na ponašanje ljudi utiče njihova ličnost kao i situacija sa kojom se suočavaju.
- Koncept sprega – ličnost –posao - sugeriše da su rezultati rada krajnje pozitivni ako postoji visok stepen korelacije između osobina ljudi i zahtjeva njihovog radnog mjesta.

„Pet velikih“ dimenzija ličnosti u organizacionom ponašanju

- 1) *Ekstrovertnost – introvertnost*
- 2) *Prijatnost*
- 3) *Savesnost*
- 4) *Emotivna stabilnost*
- 5) *Otvorenost za iskustvo*

RAD I ASPEKTI LIČNOSTI

- *Društvena savest* – odražava tendenciju među privrednim prestupnicima da budu društveno aktivni a istovremeno bez samokontrole, društvene odgovornosti i poštenja.
- Dimenzije ličnosti po kojima se razlikuju privredni kriminalci koji su u zatvoru od onih koji nisu: *učinak, socijalizacija, odgovornost I tolerancija.*

- ***Pozitivna i negativna afektivnost***

Afektivnost ne samo da utiče na ponašanje pojedinca, već i na ponašanje grupe.

Teorija - ***okvir privlačnost-izbor-osipanje***

- *Model ponašanja tip A: mahnita ličnost*

Većina najviših rukovodilaca pripada tipu B.

Najvažnije razlike su u zdravstvenom stanju, radnom učinku i odnosima sa drugima.

- ***Samoefikasnost: karakteristika ličnosti – vjera u sopstvenu sposobnost da se izvrši zadatak.***

- Faktori koji utiču na razvoj osjećanja samoefikasnosti su:

- 1) *direktno iskustvo*
- 2) *posredno iskustvo*

Samoefikasnost je u pozitivnoj korelaciji sa produktivnošću, odnosno produktivnost prati rast samoefikasnosti.

Samopoštovanje: važnost samoocjenjivanja

Pojedinci koji imaju visok stepen samopoštovanja imaju pozitivna osjećanja o sebi i svojim osobinama.

Ljudi sa niskim stepenom samopoštovanja su svjesni svoje sklonosti da ne rade dobro, imaju predispoziciju da sebe vide u sasvim negativnom svjetlu i da vjeruju da postoje urođeni uzroci njihovog lošeg učinka.

Mišljenje o samom sebi se može izmijeniti.

- 1) Ljude treba uvjeriti da su nešto posebno.*
- 2) Ljude treba uvjeriti da su kompetentni.*
- 3) Ljudi treba da se osjećaju sigurno.*
- 4) Ljudi treba da imaju ovlašćenja da nešto urade.*
- 5) Ljudi treba da osjećaju pripadnost.*

Samokontrola: slika o samom sebi i privatna stvarnost

- Napuštanje posla

Ljudi sa visokim stepenom samokontrole su mnogo uspješniji na poslovima koji zahtijevaju *premošćavanje granica*, odnosno, komunikaciju i interakciju sa različitim grupama ljudi iz različitih profesija ili zanimanja, nego oni sa niskim stepenom samokontrole.

Uticao na radni učinak

Korišćenje tehnika *upravljanja utiskom* (da ostave bolji utisak).

Briga o osjećanjima drugih;

Rješavanje konflikata kroz saradnju ili kompromis, a ne izbjegavanjem ili suparništvom.

Spremnost da javno pokažu radost kada pobijede drugog u konkurentskoj situaciji.

MAKIJAVELIZAM

- KAKO ISKORISTITI DRUGE ZA SOPSTVENI USPJEH

Strategije:

- 1) *Ukažite drugima na njih (na njihovo neprincipijelno ponašanje);*
- 2) *Obratite pažnju na ono što drugi rade, a ne na ono što govore;*
- 3) *Izbjegavajte situacije koje idu na ruku ljudima sa jakom makijavelističkom orijentacijom (sa jakim osjećanjima u situacijama u kojima ljudi ne znaju šta da urade)*

RADNI MOTIVI: POSTIGNUĆE, MOĆ I PRIPADNOST

- *Motiv postignuća* i izbor zadataka

Ljudi sa jakim motivom postignuća imaju više uspjeha u svojim karijerama i brže napreduju (bar na samom početku karijere) nego drugi.

Pripadnost i moć kao motiv

Uspješni menadžeri imaju jaku motivaciju za moći a slabu za pripadanjem.

Za menadžerski uspjeh je važna i karakteristika: visok stepen samokontrole.

Kaizen – japanska filozofija upravljanja:

- *Postaviti umjereno teške ciljeve*
- *Treba da postoji mnogo povratnih informacija*
- *Ljudi treba da budu odgovorni za svoj rad*
- *Podsticati orijentaciju ka akciji.*

MJERENJE LIČNOSTI

- **Objektivni testovi:** upitnici
- **Projektivni testovi:** test tematske apercepcije (TAT).
- Testovi moraju biti *validni i pouzdani*.
- *Pouzdanost* testa predstavljaju stepen u kojem ovi testovi daju stabilne, konzistentne rezultate u dužem periodu.
- *Validnost* testa – test kojim se mjeri data promjenljiva veličina ličnosti je validan u onoj mjeri u kojoj mjeri sve relevantne aspekte te promjenljive veličine i ništa drugo.

A scenic photograph of a sunset over a large body of water. The sun is a bright yellow-orange orb positioned just above a dark silhouette of a forested shoreline. The sky is a gradient of warm colors, from deep orange near the horizon to a lighter, hazy yellow at the top. The water in the foreground is dark blue-grey, with a shimmering path of light reflecting the sun's position. In the background, several mountain peaks are visible, their forms softened by the distance and the atmospheric haze of the sunset.

Hvala na pažnji!!!