

# ОПУБЛИКОВАТЬ СТАТЬЮ

в изданиях НИЦ "Социосфера"



[ПОДРОБНЕЕ](#)

## СОЦИОСФЕРА

- *Российский научный журнал*
- *ISSN 2078-7081*
- *РИНЦ*
- *Публикуются статьи по социально-гуманитарным наукам*

## PARADIGMATA POZNÁNÍ

- *Чешский научный журнал*
- *ISSN 2336-2642*
- *Публикуются статьи по социально-гуманитарным, техническим и естественно-научным дисциплинам*

[ПОДРОБНЕЕ](#)



## СБОРНИКИ КОНФЕРЕНЦИЙ

- *Широкий спектр тем международных конференций*
- *Издание сборника в Праге*
- *Публикуются материалы по информатике, истории, культурологии, медицине, педагогике, политологии, праву, психологии, религиоведению, социологии, технике, филологии, философии, экологии, экономике*



[ПОДРОБНЕЕ](#)

## V. THE FORMS, TOOLS AND TECHNIQUES OF INFORMATION, LEGAL AND PSYCHOLOGICAL SUPPORT INNOVATIVE PROCESSES



### ИНОВАТИВНИ ФОРМИ И ТЕХНИКИ В УПРАВЛЕНИЕТО

Д. Ал. Алексиева

Е. Ш. Йорданова

*Доктор  
Администрация и управление,  
Главны ассистант,  
доктор  
Администрация и управление,  
Главны ассистант,  
СА „Д. А. Ценов“<sup>2</sup>  
гр. Свищов, България*

---

**Summary.** Changing the human behaviour is a gradual process because behavioural change is the most difficult and slow to achieve, and the outcome is expected in the long run. The article reviews the various behaviour management approaches and techniques in terms of their functionality and rationality, focusing primarily on the importance of communication, interests, behaviour, decisions, and relationships in the management process for the enhancement of its efficiency. The success of that process depends on the degree of adaptation of the underlying ideas, goals and managerial approaches to the ever-changing internal and external business environment.

**Key words:** interests, behaviour, organization.

---

A 13; M 12

#### 1. Лични интереси в груповото поведение

Личните интереси се формират, развиват и проявяват през цялото съзнателно съществуване на субекта. Те са резултат от семейно възпитание, приятелски кръг, степен и област на образование, професионална насоченост. Може да се приеме, че личните интереси са проявление на ценности, които субекта приема за важни и значими.

Това са основен вид интереси за активност на субектите, отхвърлянето им в организацията означава отричане на естествените субективни потребности и човешка природа. По своя вид личните интереси могат да бъдат материални и/или нематериални, насочени към удовлетворяване на основни, индивидуални потребности. На база личните интереси субекта прави разумен избор на поведение и се ориентира към

---

<sup>22</sup> Алексиева, Д. т.1., Йорданова, Е. резюме, т.2, заключение

една или друга дейност. От своя страна те са в основа за възникване, упражняване и удовлетворяване на субективни права.

Личните интереси на отделните субекти са предпоставка и основание за взаимно зачитане, уважение и толерантност. Този вид интереси не трябва да се разглеждат отделно от груповите и организационните интереси, а като част от тях. Личните интереси не трябва да се отъждествяват с т. нар. „частен интерес“ [1], който води до облага от материален и нематериален характер. Личните интереси са базови, фундаментални интереси на субекта, които са насочени към задоволяване на основни физиологични, психологични, интелектуални потребности. Значимостта им се изразява във формиране на вътрешна мотивация за работа.

Организацията е съвкупност от множество индивиди, които са носители, както на свои лични интереси, така и на определено индивидуално поведение. Интересите и поведението на субекта се намират в процес на непрекъснато взаимодействие и са под влияние на различни фактори на средата – политическа, икономическа, културна и др. По тази причина може да се каже, че индивидуалното, субективно поведение не е постоянна величина. Поради своята специфика на видима, атрибутивна компонента груповото поведение се явява резултативна величина от множество фактори. В научната литература се възприема становището, че поведението е резултативна величина на: „личностни познавателни процеси, фактори на средата и самото поведение“ [2, р. 72].

Управлението на поведението е предмет на изучаване от бихейвиористите, които противопоставят социогенетичната си концепция на биогенетичната. Средата, обществото е това което дава възможности за развитие на поведението, а поведението се променя в резултат на придобития опит и познание [3, р. 10–17].

Теориите за управлението от Ф. Тейлър до днес представят модели на управление – „модел на вътрешните процеси“, „модел на рационалните системи“, „модел на отворените системи“, „модел на човешките отношения“, които по своята същност са моделиране на човешкото поведение за постигане на желан резултат посредством един или друг инструмент на власт. Школите са отражение на социалната действителност, а проявеното поведение е етапа на зрялост на индивида [4, р. 55–61].

Всяка една социална система, се отличава със своя организационна култура и норми на поведение. Съзнателно или не променяйки средата, в която пребивава субекта променя и поведението си.

От поведението можем да съдим не само за знанията и възможностите на субекта, а и за отношенията ръководител-подчинен. Поведението на субекта може да бъде приемливо или неприемливо, успешно или неуспешно, може да се проявява в различни форми на

действие и бездействие, причина за това ще бъде както самият той, така и наложеният модел на управление.

## **2. Етичните ценности и ценностната система на личността – регулатор на поведението**

От възприемането на едни или други етични ценности зависи темпът, с който се усвояват настъпващите промени и избирането на пътя за достигане на крайните цели. Етичните ценности определят приоритетите или съпротивата към промяната.

*Ценностите разкриват трайните предпочитания, отношения и действия на индивида в организацията и се явяват в ролята на регулатор на поведението.*

Ценностите представляват *ръководни начала*, от които индивидите се водят, когато се сблъскват със ситуация, при която трябва да се направи избор. Те влияят върху *избора на поведение* на този, който взема решение, осъществяването на взетото решение – в практиката и в неговата оценка. Говорейки за оценъчен компонент, навлизаме в същността на идеята за ценностите. Тук ценността може да бъде определена като „*положителния елемент на всяка оценъчна дихотомия, т. е. важното от „важно / незначително”, красивото от „красиво/ грозно” и по-нататък: доброто, правилното, истинното, смисленото, нормалното, законното и пр...ценностите са намирали и намират израз в идеите на изкуството, науката, философията, морала и въобще – в насоката и съдържанието на мисленето и поведението ни...ценността е „устойчиво убеждение”, че определен начин на поведение или статус на съществуване са персонално или социално по-добри от други, а ценностната система е устойчива организация на убеждения, отнасящи се до предпочитаеми поведения*” [5, р. 185].

Ярки изразители на ценностите са *човешките цели*, насочени към удовлетворяване на потребностите. Без *потребностите*, към чието задоволяване са насочени, *ценностите* не могат да бъдат разбрани. Ценностите влияят върху потребностите и интересите на хората. Можем да обобщим, че етичните ценности придават значимост на човешкото съществуване.

Анализирайки поведението на човешкия фактор, се налага изводът, че *етичните ценности* са определящи за крайния успех, за удовлетвореността и професионалния престиж от труда, т.е. за желания резултат от всяка дейност. Както отбелязва П. Дракър, трябва да се стремим да управляваме заради резултатите. За да са ефективни, е необходима *етика на управленското общуване*. То от своя страна се уповава на „*перфектното познаване на всичко, което ентусиазира и мобилизира служителите и работниците – гордост, чувство за превъзходство, усещане за принадлежност; специфични достойнства на*

*организацията: бързина на операциите, качество на обслужването, новаторство в технологиите, надеждност и сигурност на произведените продукти, добър имидж, популярност сред клиентите и партньорите и пр.*” [6]. Това са ценности, които обединяват членовете на организацията и ги приобщават към целите и задачите.

Динамично променящата се пазарна конюнктура налага организациите да бъдат гъвкави към нововъведенията. Успоредно с това се променят и приоритетите на хората и ценностната система също е динамична. Етичните ценности имат различна важност в различни ситуации. При непрекъснато комплицираща се външна и вътрешна (организационна) среда е необходимо да се търси *зависимост между персоналните ценности (на личността) и организацията*, което води до устойчивост на управленския процес.

За разлика от технологичната промяна, тази, която има отношение към поведението на хората, е деликатен процес. Тя засяга съзнанието на човешкия фактор и изисква *холистичен подход, насочен към етично-ценностното поведение*.

\* \* \*

В обобщение може да се направи заключението, че личните интереси на субектите в организацията и етично-ценностната система на личността се явяват модерна и съвременна форма за управление на поведението. Те работят за разгръщане потенциала и уменията на субектите, ангажирането им с управленските цели и резултати и резултатите от организационната дейност.

### **Bibliography**

1. ЗПУКИ, 2009.
2. Наумов И., Организационно поведение, том 72, София, 2004.
3. Андреева М., Организационно поведение, Ямбол, 1998.
4. Ангелов А., Организационно поведение, Томове %1 от %255-61, София, 2002.
5. Паунов М., Организационно поведение, София: Сиела, 1998.
6. Стойков Л., фирмена култура, София: УИ «Стопанство», 1995.



## СРОЧНОЕ ИЗДАНИЕ МОНОГРАФИЙ И ДРУГИХ КНИГ



*Два места издания Чехия или Россия.  
В выходных данных издания  
будет значиться*

**Прага: Vědecko vydavatelské  
centrum "Sociosféra-CZ"**

*или*

**Пенза: Научно-издательский  
центр "Социосфера"**

## РАССЧИТАТЬ СТОИМОСТЬ

- Корректурa текста
- Изготовление оригинал-макета
- Дизайн обложки
- Присвоение ISBN



## У НАС ДЕШЕВЛЕ

- Печать тиража в типографии
- Обязательная рассылка
- Отсудка тиража автору

