

رقابت در میان کارمندان

مقدمه

رقابت بین کارمندان یک بخش اجتناب‌ناپذیر از **زندگی کاری** اکثر افراد است. چه به صورت آشکار و چه به صورت دیگر، اکثر شرکت‌ها پویایی را ایجاد می‌کنند که در آن کارمندان برای به رسمیت شناختن، پاداش، و تبلیغات با یکدیگر رقابت می‌کنند. بعد از نگاهی دقیق به سیاست‌های محل کار در شرکت‌ها، بانک‌ها، شرکت‌های حقوقی و شرکت‌های فن‌آوری، نیویورک‌تایمز رقابت فرساینده را ویژگی اصلی محل کار رده‌بالا نامید. برخی از مطالعات تحقیقاتی نشان می‌دهند که چنین رقابتی می‌تواند محرک کارکنان باشد، آن‌ها را در تلاش بیشتری قرار دهد و به نتایج دست یابد. در واقع، رقابت، فعالسازی فیزیولوژیکی و روانی را افزایش می‌دهد که بدن و ذهن را برای تلاش بیشتر آماده می‌کند و عملکرد بالاتر را ممکن می‌سازد. با این حال، کارمندان می‌توانند به روش‌های مختلفی به اهداف خود دست یابند.



مثالی در باب این موضوع

در شرکت والز فارگو، کارمندان با ایجاد مخفیانه میلیون‌ها بانک غیر مجاز و حساب کردن کارت اعتباری یک مسیر غیر اخلاقی به سوی نتایجی که هزینه‌های بلند مدت بسیار بالایی دارند، به فروش بیشتر دست یافتند. اما کارمندان همچنین می‌توانند عملکرد بهتری از طریق **نوآوری** داشته باشند. اگر کارکنان با یافتن فرصت‌های جدید برای ارائه خدمات به مشتریان یا ابداع راهی برای آوردن سریع‌تر یک محصول جدید به بازار رقابت کنند، آنگاه رقابت داخلی می‌تواند به یک مزیت رقابتی واقعی برای سازمان‌های سازمانی تبدیل شود. رقابت‌های غیراخلاقی

چه چیزی رقابت‌هایی که باعث ایجاد خلاقیت می‌شود را از رقابت‌هایی که باعث رفتارهای غیراخلاقی می‌شوند متمایز می‌کند؟ بستگی به این دارد که رقابت باعث می‌شود که کارمندان چه احساسی کنند .

برخی از رقابت‌ها ترس و اضطراب را به وجود می‌آورند، زیرا آن‌ها کارکنان را بر روی خطر از بین رفتن، از دست دادن درآمد، و یا تحقیر شدن در ملاعام متمرکز می‌کنند. رقابت‌های دیگر، کارمندان را بر روی برنده شدن یک پاداش مطلوب یا به رسمیت شناختن عموم متمرکز می‌کنند، که باعث ایجاد برانگیختگی می‌شود اما باعث می‌شود مردم احساس هیجان و انتظار کنند.

پاسخ‌های عاطفی به رقابت

اضطراب و هیجان پاسخ‌های عاطفی بسیار متفاوتی به یک رقابت هستند. از همه مهم‌تر، این احساسات باعث می‌شوند که افراد رفتار متفاوتی داشته باشند . چندین مطالعه انجام شده که نشان می‌دهند هنگامی که کارمندان کار خود را از یک رقابت به عنوان اضطراب نگاه می‌کنند، احتمال کمتری وجود دارد که رفتارهای خلاقانه را برای حل مشکلات انتخاب کنند، و احتمال بیشتری وجود دارد که راه حل آنها غیر اخلاقی باشند. برعکس، وقتی افراد برانگیختگی خود را از یک رقابت به عنوان هیجان تعبیر می‌کنند، احتمال بیشتری وجود دارد که رفتارهای خلاقانه را برای حل مشکلات انتخاب کنند و احتمال کمتری وجود دارد که غیر اخلاقی باشند.



در یک مطالعه، از ۲۰۴ کارمند از صنایع مختلف پرسیده شد که چگونه سیاست‌های استخدام مختلف در شرکت آن‌ها (مانند پاداش، مدیریت عملکرد و تبلیغات) باعث می‌شود که آن‌ها احساس کنند.

همچنین از آن‌ها خواسته شد تا در مورد رفتارهایی که برای متمایز کردن خود از کارمندان دیگر به کار می‌برند، فکر کنند.

برخی از رفتارهایی که ما در مورد آن‌ها سوال کردیم خلاقانه بودند، مانند " جستجو برای فن‌آوری‌ها، فرآیندها، تکنیک‌ها، و / یا ایده‌های محصول جدید." سایر رفتارها غیراخلاقی بودند، مانند "گرفتن اعتبار برای کار هم‌کار خود" یا " موافقت با کمک به همکاران اما عدم پیروی از آن ".

نتیجه گیری

نتایج نشان داد که وقتی سیاست‌های استخدام هیجان را به وجود می‌آورند، کارمندان به طور قابل توجهی احتمال بیشتری برای استفاده مجدد از خلاقیت داشتند.

هنگامی که مدیران نسبت به سیاست‌های استخدام احساس نگرانی می‌کردند، به طور قابل توجهی احتمال بیشتری وجود داشت که گوشه و کنار یا همکاران خرابکار را از دست بدهند .

سنجمان