

МОТИВАЦИЯ ЗА ПРЕДПРИЕМАЧЕСКА ДЕЙНОСТ

MOTIVATION FOR ENTREPRENEURSHIP

Цветана Антипешева
Tsvetana Antipesheva

Abstract: *There are some aspects in the subject area for entrepreneurship of human motivation. It is following the different levels and the impact, which have on the actions of the person. There are examples for positive and negative reasons in entrepreneurship development.*

Key words: *motivation, reasons, entrepreneurship*

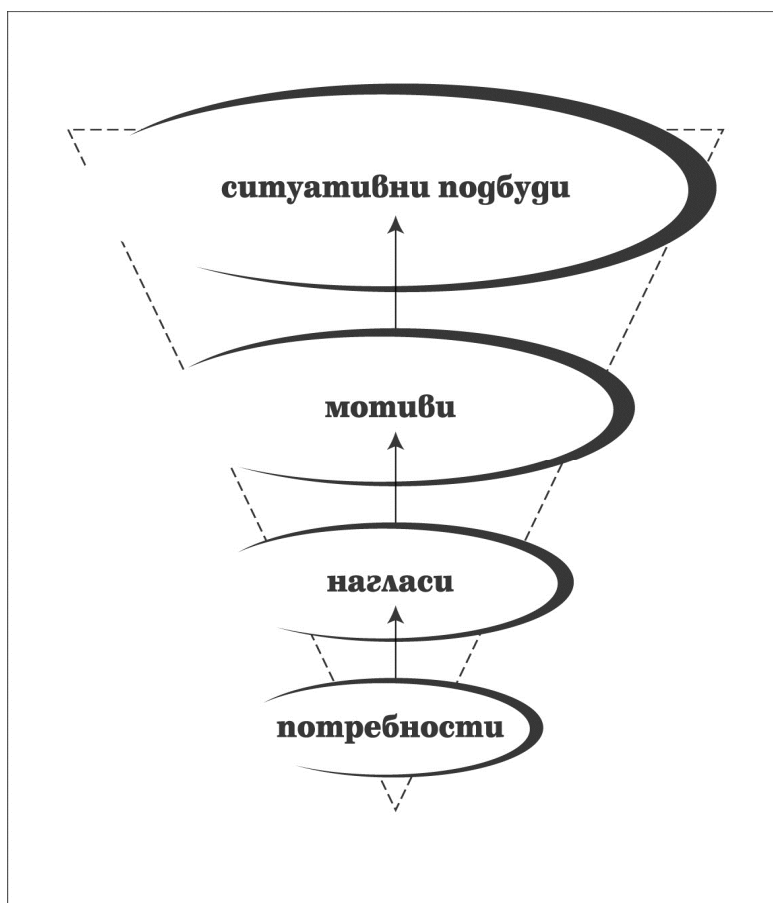
Човешката мотивация за дейност е сложно понятие. Много пъти дадена постъпка остава неразбрана и неразгадана от околните. Със средствата на психологията ще се опитаме да представим едно виждане за мотивацията от гледна точка на нейната природа и еволюция. Ще разгледаме множество мотивационни конструкции, съставляващи мотивационната система на човека.

Традиционно е схващането, че зачатъците на подбуждане са биологични по произход и начин на функциониране. Ако се опитаме да разграничим отделните нива на подбудителност, те биха изглеждали така: потребности, нагласи, мотиви и ситуативни подбуди. Всъщност изброените равнища могат да се представят като един обърнат пресечен конус или „фуния“ (вж фиг. 1).

Нека разтълкуваме посочената схема. За да бъдем точни, трябва да отбележим, че потребностите са предшествани от нуждите.

Нуждите освен на човека, са присъщи и на животните и на растенията. Те са израз на зависимостта на живите същества от определени условия на заобикалящата среда. Така те съществуват и оцеляват. Нуждите са фактори, които ни заобикалят и са необходими за нашето съществуване. Обикновено те са циклични и специфични. Задоволяването на нуждите, тяхното отново възобновяване и така отначало, представляват своеобразен кръговрат от определени цикли. Те се приключват, когато за дадената нужда е осигурено необходимото количество от съответния фактор.

Фигура 1. Равнища на подбудителност

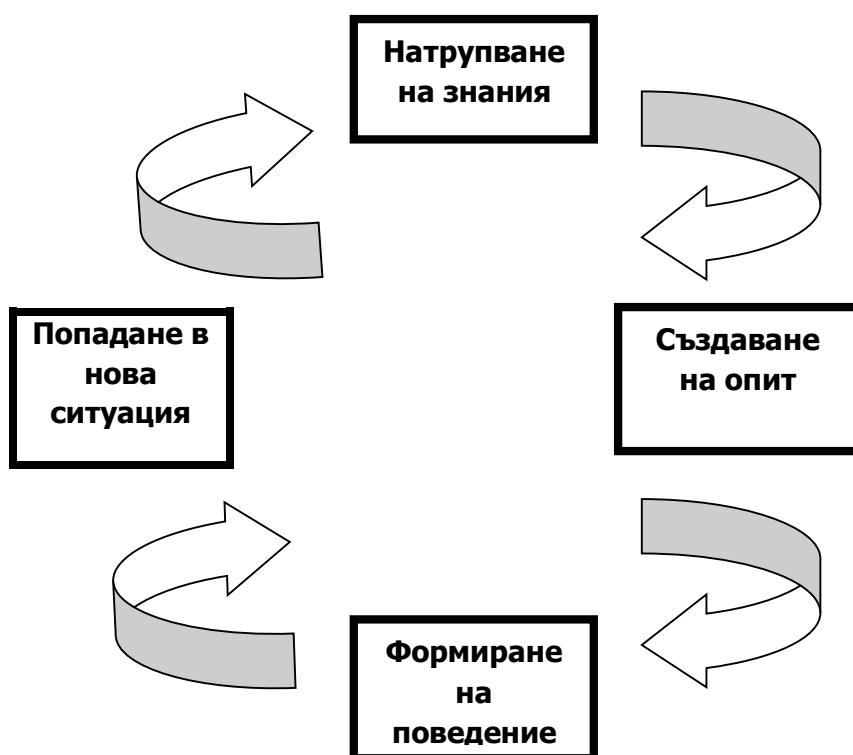


Потребностите са психическо отражение на нуждите. Те са мост между физиологията и психиката на живото същество. Отражение са на нуждите и се реализират изпреварващо. Затова потребностите са изходни състояния на мотивационната система на организма. Те са поставени на най-ниско ниво на фиг. 1, защото не са многобройни. "Потребностите намаляват зависимостта на организма от средата, но увеличават зависимостта от собствената му активност"¹. Най-често потребностите се разделят на предметни и функционални. Към тях може да добавим и навлезлите в последно време – информационни.

¹ Минчев, Б., *Обща психология*, Сиела, С., 2008, с. 97

При първите се придобиват блага, а при вторите се извършва дейност. В нашия случай – предприемаческата дейност предметна ли е или функционална? Спокойно можем да кажем – и двете, т. е. две в едно – комплексно удовлетворяване на потребностите. В тази връзка и с разглежданата тема може да добавим потребността от знания, от извършване на дейност, от реализация. Задоволяването на потребността води до определено поведение. Хубаво е това поведение да се базира на съответния набор от знания, а не на действието проба – грешка. Натрупването на знания и трансформирането им в поведение може да се представи чрез следната схема, представена на фиг. 2:

Фигура 2. Формиране на поведение



Нагласите са придобити безсъзнателни влечения, предпоставки, които са подбудители на действията. Те са повече от потребностите и се формират от определен стил и култура на живот. Докато потребностите са вродени, нагласата е придобито състояние. Те са заучени в миналия опит на човека. Ако потребността стане нагласа, тя

придобива и нейната подбудителна сила. Нагласите се задействат без съзнателно инициране, така да се каже – от само себе си. Техният подбудителен ефект се отключва автоматично в определена ситуация. Могат да се обособят няколко вида нагласи. Първите са стереотипи – изпреварват съзнателния избор и го предопределят. Съответната нагласа дава бърз типизиран отговор, който е еднакъв за повечето хора. Например – предразсъдъците. Те дават нагласа, при която повечето хора реагират еднотипно. Следват емоционалните нагласи – да се изпитват определени емоции при дадени обстоятелства. Например, страх от ново начало, от провал, от измама. Съществуват нагласи, свързани с вниманието. Има нагласи – очаквания, когато след една ситуация се очаква да последва ред от ситуации от даден тип. Последен вид нагласи са чертите на характера. Те диктуват определено поведение. Например човек, който е честен, очаква същото отношение и към себе си – морално и открито държане на другите към него. В средите на бизнеса това е много важно начало. Започвайки предприемаческа дейност, всеки трябва да подхожда по този начин, а не чрез стереотипното мислене, че ще бъде измамен и използван. Тъй като нагласите се проявяват безсъзнателно, може да се каже, че те са част от някакъв опит на индивида (вж фиг. 2).

В основата на всяка една дейност е *МОТИВЪТ*. За много психолози той е едно от основните понятия в психологията и е предмет на редица изследвания. Определя се като подбудителна причина, която стимулира действията на човека. „На прост език мотивацията е онова, което ви кара да вървите, което не ви оставя на мира и определя къде се стремите да отидете.“² „Мотивацията се занимава с въпросите „защо“ на поведението. Тя се отнася до вътрешните състояния на организма, които водят до провокиране на упорство, осигуряване на енергия и насоки на поведението“³.

Всеки човек се ръководи в дейността и поведението си не от един единствен мотив, а от цяла система мотиви – полимотивация. Предприемаческата дейност има полимотивационен характер и се отличава с йерархичност на мотивационната си структура, съставена от господстващи и второстепенни мотиви. Те условно могат да се разделят

² Колишев, Н., Педагогическите умения на учителите. Мотивирането. Контур, Варна, 2004, с. 393-394

³ Корсини, Р. Дж. и кол., Енциклопедия по психология. Наука и изкуство, С., 1998, с. 66

на положителни или правилни и отрицателни или неправилни. Към първата категория се отнасят мотивите за:

- труд, познание, творчество, реализация;
- професионални интереси и идеали, жизнени перспективи и мечти;
- граждански, нравствени и интелектуални чувства;
- чувство за дълг и отговорност, за чест и лично достойнство;
- подражание в смисъл стремеж към идентификация с успели хора на бизнеса, родители и други лица;
- мотиви на престижа - стремеж към самоутвърждаване и заемане определено място в живота, към получаване на похвали, награди, призове;
- комуникативни мотиви - необходимост от общуване в процеса на работа, от оценка и одобрение от страна на колеги, родители, връзка с по-напреднали представители на бизнеса.

Възможността за формиране на положителна мотивация е важен качествен показател, определящ ефективността на производствения процес. При липса на богати, устойчиви и разностранни интереси предприемаческата дейност може да се развива по силата на отрицателни и „външни“ мотиви.

Тази категория мотиви се свеждат обикновено до:

- маниакален стремеж към получаване на висок статут, независимо от средствата и реалното покритие със знания и прилагането им;
- необосновано домогване към много пари и техните форми на проявление;
- фетишизиране ролята на цифровите резултати, култ към тях – цифрите като овеществена обратна информация много често са средство за психическа принуда;
- материална заинтересованост от подкупващи награди, облагодетелстване и лична изгода;
- индивидуалистично-егоистични и користни подбуди за изпъкване на всяка цена пред и над другите, чувство на страх от родители или други заинтересовани лица и от оценъчни институции.

Съществуват различни причини за създаване на негативни мотиви. Много от предприемачите проявяват отрицателно отношение към ученето смятайки, че могат да се справят по интуиция. Част от тях имат неизградени учебни навици и умения, не осъзнават смисъла и значението на учебната дейност. Изключително силно негативно

влияние върху мотивацията оказват стреса и умората. Многократните и монотонно повтарящи се дейности предизвикват психическо пресищане. Особено значение имат и отрицателните емоционални състояния. За да се избегне всичко това трябва да се превключва вниманието върху правилното редуване на репродуктивни и творчески задачи. Необходимо е да се създават нормални и благоприятни условия за цялостното протичане на производствения процес. Тези общи условия са изключително важни, без тях е невъзможно да се формира положителна мотивация, изолирана от цялостното състояние на предприемаческата дейност.

Мотивът е вид подбуда на съзнателно равнище, осъзнатото съдържание на който има причинно действие върху преживяванията и постъпките на индивида. Когато обясняват постъпките си, хората обикновено се позовават на мотивите си. Това са подбудите, които най-често се споменават и човек обосновава действията си чрез тях. Те имат следните функции:

- подбуждат и насочват действията на индивида;
- обясняват смисъла на неговите постъпки;
- служат като обяснителна рамка.

Нека разгледаме тази обяснителна рамка при успешно и неуспешно действие на индивида и другите около него. Много пъти тълкуванията са противоположни. Когато успява човек счита, че това се дължи на неговите качества, на това, което той е вложил. Обратно, неуспехът се приписва на другите, на външни причини, които са му попречили. Тук се проявяват защитни механизми, оправдаващи постъпките на субекта.

Мотивът има словесен изказ. Субектът може да го формулира лесно или с усилие, като го съобщи на други хора. Много пъти обаче се получава разминаване между действителните мотиви и тези, които се представят пред обществото. Грешката може да бъде волна или неволна. Индивидът понякога се опитва да заблуди заобикалящите го, а в друг случай сам не е наясно за действителните мотиви. Тази ситуация може да се обобщи така:

- субектът знае действителните си мотиви и ги съобщава правдоподобно;
- субектът знае действителните си мотиви, но съобщава други, за да заблуди останалите хора;

- субектът не знае действителните си мотиви и това, което съобщава не е вярно, независимо дали заблуждава с него или е открит и честен.

Във всекидневния живот е по-лесно. Обикновено при типични обстоятелства се реагира с типични мотиви. Когато ситуацията е стереотипна, това се счита за нормално. Когато обаче ситуацията е нетрадиционна и даже уникална, мотивите се обясняват трудно. Или думите не стигат, или постъпките изглеждат странни, или се смята, че субектът е наискрен или лъже. По този начин много хора остават неразбрани. Считат ги за чудаци или луди. Вечната драма на творците и новаторите. Започвайки предприемаческа дейност, много пъти индивидът остава неразбран, а даже и осъждан. Отделяйки се от статуквото, той демонстрира собствено мислене, има собствени действия, чиито мотиви често са трудно обясними.

Мотивацията е сложна йерархична система, в която различните мотиви се намират в единство и взаимна зависимост. Положителната мотивация може да се постигне с цялостен системен подход, като неговата организация е особено важна. Нека разгледаме няколко аспекта:

- Формирането ѝ зависи до голяма степен от общия емоционален климат във фирмата, поддържането на устойчиви интереси у работещите се свързва главно с преживяването на положителни емоции след свършена работа и постигнати успехи. Много важно е винаги да се търси правилният резултат с най-икономичния, рационален и ефективен начин на действие. Да се оценява не само крайното решение, но и пътищата и средствата за неговото постигане. Процесът на превръщане на различните начини на работа в трайни и автоматизирани навици, повишава увереността на работещия в собствените му възможности и е важна предпоставка за изграждане на положително отношение към работния процес;

- Ефективно средство за формиране на положителна мотивация е развитието на самоконтрола и самооценката. Изключителен интерес представляват различните форми на взаимен контрол и взаимна оценка. Много важно е човек да може вярно да оцени своите възможности и резултатът от това да бъде средство за положителна мотивация. Хубаво е, ако и оценката на обществото съвпада със ситуативното равнище на претенции по степен на адекватност, устойчивост и големина.

- „Отделните възрастови периоди са сензитивни при изграждане на различни страни от мотивационната сфера“⁴. Докато по-младите овладяват познавателни структури, средната възраст се характеризира със стремеж за престижно място в неформалната група. По-нататък се формират мотиви за ръководна и наставническа дейност. При анализа на възрастовите особености за положителна мотивация е необходимо да се определят близките и далечни перспективи в развитието на личността.

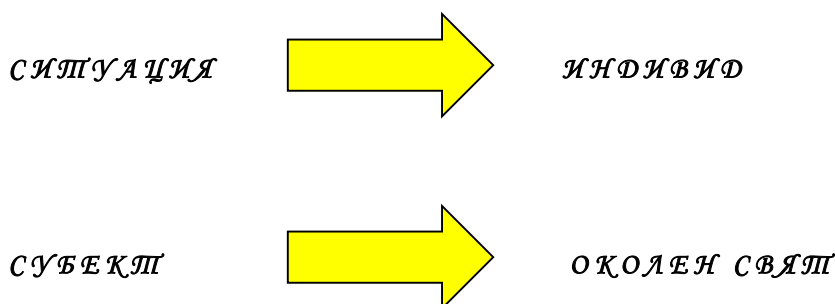
- Върху мотивацията силно влияние оказват очакванията и ценностната ориентация на семейството. В повечето случаи йерархичната система от ценности на децата е отражение на системата от ценности на възрастните му членове. Те поддържат неговите стремежи, поощряват го, предлагат му награди. Подобна позиция в много случаи помага за формиране на определени положителни мотиви, но често пречи за проявата на активност и самоусъвършенстване.

- Обикновено основните подходи за формиране на положителна мотивация са два. Първият подход е известен като формиране „отгоре – надолу“. При него се предлагат идеални образци и ситуации, които да служат за пример. Към този подход е ориентирана образователната ни система. Предлаганите мотиви – еталони се усвояват само ако са разбрани, ако са усетени. Така човек отъждествява своите мотиви с тези, предлагани от социалното обкръжение. Недостатък на този подход е опасността от формалното усвояване на социално значимите мотиви. Вторият подход „отдолу – нагоре“ се състои във възможността работещите да се включат в система от дейности, при които те добиват практически опит за нравствено поведение. По този начин се формират реално съществуващи мотиви. Слабата му страна се изразява в обстоятелството, че не е ясно дали се изграждат именно тези мотиви, които са необходими и полезни за правилното формиране на личността. Пълноценното развитие на мотивационната сфера изисква да се използват посочените подходи в единство и взаимна зависимост. Умелото съчетаване на разбраните и реално съществуващите мотиви е съществено условие за изграждане на социално значима положителна мотивация.

⁴ Николов, П., Н. Александрова, Педагогическа психология, УИ „Н. Рилски“, Благоевград, 2007, с. 148

Най-многобройни са *ситуативните подбуди*. Те са неустойчиви и ефективни за момента. Изразяват подбудителни тенденции, които са заложиени във всеки аспект на преживяването. Тъй като околната среда създава различни ситуации, а адаптивните възможности на психиката са големи, може да се каже, че непрекъснато се формират нови подбуди. Лекотата на формирането им се използва особено при направата и излъчването на реклами. Подбудите са насочени вътрешни стимули. Понякога идват от ситуацията и са насочени към индивида, провокирайки неговата активност. Друг път излизат от субекта и са насочени към заобикалящия ни свят (фиг. 3).

Фигура 3. Насоченост на подбудите



Част от ситуативните подбуди се превръщат в съзнателни (мотиви), други стават подбудителни привички (нагласи), а трети, които са най-интензивно осъзнати, се наричат намерения. Една част си остават подбуди само за конкретната ситуация. Те предизвикват отклик от индивида във вид на емоция, мисъл или действие. Могат да предизвикат и промяна в качеството на преживяването.

Всичко може да стане ситуативна подбуда. Тези, които се зараждат от преживени ситуации, оформят богатството на вътрешния свят на индивида и способстват за неговата адаптивност. Обикновено действат няколко подбуди. Те са подредени в йерархичен ред и дават обща насоченост и сила на крайния ефект. Определянето на различните равнища на подбуждане се определя от интуицията и опита на индивида. Независимо доколко осъзнава подбудите в ситуацията, човек не трябва да губи чувството си за реалност.

В своя забързан живот човек може да формира всякакви намерения. В тази неограниченост на човешките подбуди се таят

възможности за нововъведения в човешкия живот, но и опасности от всякакво естество. Със своя разум той трябва да може да ги преодолее, за да продължи напред.

ЛИТЕРАТУРА

Колишев, Н., Педагогическите умения на учителите. Мотивирането. Контур, Варна, 2004

Корсини, Р. Дж. и кол., Енциклопедия по психология. Наука и изкуство, С., 1998

Минчев, Б., Обща психология, Сиела, С., 2008

Николов, П., Н. Александрова, Педагогическа психология, УИ „Н. Рилски“, Благоевград, 2007