

ПОТРЕБНОСТИ ЗА ТРУД ПРИ СПЕЦИАЛИСТИТЕ ОТ ИТ СЕКТОРА В БЪЛГАРИЯ

Велина Колева - Сачкова

Икономически университет – Варна
Варна, България

РЕЗЮМЕ — Секторът на информационните технологии в България е изключително гъвкав, динамичен и конкурентен, което изостря търсенето на висококвалифицирани специалисти. Много организации се изправят пред проблема не просто да намерят талантиливи, високообразовани кадри, но и да повишат тяхната мотивация и осуетят текучеството им. В този смисъл, целим да изследваме съдържателните и структурни особености на потребностите на българските компютърни специалисти, които оказват най-голямо влияние върху мотивацията им за труд.

Ключови думи: информационни технологии, мотивационен потенциал, потребности

LABOR NEEDS OF IT SPECIALISTS IN BULGARIA

Velina Koleva – Sachkova

University of Economics - Varna
Varna, Bulgaria

ABSTRACT — The information technology sector in Bulgaria is extremely flexible, dynamic and competitive, exacerbating the demand for highly qualified specialists. Many organizations face the problem of not only finding talented, highly educated staff, but also increasing their motivation and frustrating their turnover. In this sense, we aim to study the content and structural features of the needs of Bulgarian computer specialists, who have the greatest influence on their motivation for work.

Keywords: information technology, motivational potential, needs

ВЪВЕДЕНИЕ

Категорията ”потребност” е много широко изследвана и дискутирана. Според част от изследователите - Мъррей, Маслоу, Маклеланд, Аткинсън, Макгрегор, Хърцбърг, Алдърфър и

др.¹, потребността е основен елемент на “вътрешната” човешка мотивация, т.е. обуславя вътрешноприсъщите на индивида “подтици” за насочване на поведението в определена насока. Именно “потребността” лежи в основата на популярните в управленската литература “съдържателни” теории за човешката мотивация.

Потребността възниква при взаимоотношенията на човека със заобикалящата го природна и социална среда.² Тя има относително устойчив характер. Задоволяването на една потребност е предпоставка за възникването на други. Човешката психика е така устроена, че непрекъснато поддържа влечението към вещи и условия, осигуряващи по-добър начин на живот. Незадоволената потребност е основен източник на човешката активност (Ейбрахам Маслоу)³. Всеки индивид изгражда структурата на своите потребности, приоритетите в нея и насочва усилията си за тяхното удовлетворяване. Може би така възниква и основното противоречие между потребностите и възможностите за тяхното задоволяване. То съществува на личностно, групово и обществено равнище.⁴

В психологията има общоприета единна дефиниция за потребностите.⁵ В най-общият случай се приема, че потребността е психологическата или физиологическа липса на нещо, което намира отражение в човешките възприятия. Тя може да бъде осъзната или неосъзната. Когато индивидът осъзнае дадена потребност, той се насочва и към определен тип поведение за задоволяването и. Някои автори поставят сериозно въпроса и за социалната и същност: Е. Фром, Е. Маслоу и други хуманистични психолози привеждат дълъг списък от социални потребности – потребност от общуване, потребност от самоуважение, потребност от принадлежност, духовни потребности, нравствени потребности и др. Този подход обявява почти всяка човешка склонност за потребност и в известна степен може би се опитва да приравни „потребността“ с „мотива“. Мотивът е вътрешната, осъзната (за разлика от потребността) подбуда за действие, която осмислено и целенасочено се свързва с удовлетворяването на незадоволената потребност. Мотивът може да се определи още като „асимилирана потребност“ (У. Кетъл)⁶.

Според Тодорова⁷, потребността може да се опише в няколко измерения: като необходимо условие за съществуване, чиято цел е да осигурява равновесие в системата; израз на някаква необходимост в структурата на системата и най-вече - източник на активност. Последната теза поддържат редица наши изследователи, между които Сл. Георгиев, М. Семов, С. Ставрев и И.

¹ Част от базовите изследвания могат да се проследят на: Maslow, E. Motivation and Personality [online], Available from: http://s-f-walker.org.uk/pubsebooks/pdfs/Motivation_and_Personality-Maslow.pdf; Alderfer, C. An empirical test of a new theory of human needs. // *Organizational Behavior and Human Performance*, Vol. 4, No. 2, 1969, pp. 142-175; Herzberg, F. Motivation-hygiene profiles: Pinpointing what ails the organization. // *Organizational Dynamics*, Vol. 3, No. 2, 1974, pp. 18-29 [online], Available from: <http://www.jstor.org>; Streeten, P., S. J. Burki. Basic needs: Some issues. // *World Development*, Vol. 6, No 3, 1978, pp. 411-421; Gollwitzer, P.M., Oettingen, G. Motivation: History of the Concept. In: James D. Wright (editor-in-chief), *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 2nd edition, Vol 15, 2015. Oxford: Elsevier. pp. 936-939 и мн.др.

² Kreitner R., A. Kinicki. *Organizational Behaviour*. 7th ed. Boston, Mass., London : McGraw-Hill Irwin, 2007, p. 48

³ вж. по-подробно: Маслоу, Е. Мотивация и личност. София, Кибеа, 2001

⁴ Потребността е обект на изучаване от много науки - пръв с това понятие се занимава Епикур, още III век пр. Христа. Той обособява три основни групи потребности: естествено необходими потребности (храна, вода, сън), естествени, но не необходими (секс), нито естествени, нито необходими (честолюбие).

⁵ вж. по-подробно: Минчев, Б. *Обща психология*. София, Сиела, 2006г, с. 124-129; Stangor, C. Introduction to Psychology. Fall, 2011, p. 631-638 [online], Available from: https://ocw.mit.edu/ans7870/9/9.00SC/MIT9_00SCF11_text.pdf; Deci, E., R. Ryan. The "What" and "Why" of Goal Pursuits: Human Needs and the Self-Determination of Behavior. // *Psychological Inquiry*, Vol. 11, 2000, p. 227-268 и др.

⁶ Цитирано по: Трифонов, Т., *Психология на личността*. Памет, 1995, с. 90

⁷ Тодорова, Е. *Потребности и интереси в обществото*. 1976, с. 28;75

Кълвачев⁸, и др.

Особено важно е да подчертаем първата и най-съществена характеристика на потребността – тя е условие за съществуване, осигуряваща равновесие в системата. Така се подчертава нейният обективен характер – това е зависимост която възниква при взаимодействието на индивида със социалната среда. За да осъществи физическото си и социално оцеляване, индивидът трябва да постигне необходимото равновесие със средата. Без това той не може да съществува както физически, така и от гледна точка на запазване на социалната си позиция. Така потребността се проявява като необходимост, която принуждава индивида да проявява определена активност, да намери най-подходящата линия на поведение.

Различен и по-актуален поглед към проблема предлага друг изследовател на категорията “потребности”⁹. Той твърди, че:

1. Всички потребности се преживяват от човека като желания;
2. Желанията от своя страна носят много силния отпечатък на индивидуалността и социално-културното у човека, т.е. не могат да бъдат сведени под някакъв общ знаменател;
3. За общовалидност на потребностите може да се говори (и то само донякъде) единствено в сферата на непосредствено нагонното (храна, вода, подслон, секс, сигурност), т.е. на общобиологичното у човека.

Паунов развива интересната теза, че потребностите представляват абстракция, обхващаща типичните човешки дефицити. Но практическата проява на тези дефицити е толкова специфична, че абстракцията може по-скоро да заблуди, отколкото да помогне. Всичко това е едната от причините да предпочитаме “дисбаланс” или “желание”, вместо “потребност”. Освен това е невъзможно желанията или дисбалансите да се съподчинят, да се подредят в общовалидна йерархия “по важност”, “по приоритетност” и т.н. (нещо, което редовно се прави с потребностите).

Р. Стаматов и Б. Минчев¹⁰ разкриват „светла“ и „тъмна“ страна на потребностите, а за С. Ставрев¹¹ потребността представлява пределно ясна и опростена концепция за „нуждата от някакви условия, отсъствието на които е противоположно, ако не и несъвместимо, със съществуването въобще или с функционирането му, съобразно собствената му природа“. Тук отново намираме аргумент за обективния характер на потребностите.

Аргонов пък развива интересната идея за изкуственото програмиране на човешките потребности – целесъобразно и съзнателно програмиране на човешката мотивация.¹² А това е най-добрата възможност за стимулиране – целенасочено създаване на потребности посредством съдържателни и нормативни промени в средата.

Основен извод, който можем да направим въз основа на изложеното дотук е, че потребностите са личностни образувания. Като част от потребностно-мотивационната сфера, те създават своеобразието на човека, придават основните характеристики на личностния му профил, те са вътрешна движеща сила и причина на дейността му. **Целта ни** е да изследваме техните съдържателни и структурни особености, характерни за българските специалисти от сектора на информационните технологии.

⁸ Георгиев, С. Интереси, стимули, ефективност. Варна, Г. Бакалов, 1979, с. 11-20; Семов, М. Стимули и дейност. София, Наука и изкуство, 1981, с. 108-110; Ставрев, С., И. Кълвачев. Мотиви и морал на управленското поведение, 1983, с. 72-74

⁹ вж. по-подр.: Паунов, М. Трудовата мотивация: заблуди и надежди. // Научна конференция на БАУРЧР с международно участие „Управление на човешките ресурси“, Варна, юни, 2001; Паунов, М. Мотивационният проблем в поведенските изследвания. // Научни трудове на УНСС, 2000, с. 85-112

¹⁰ вж. по-подр. Стаматов, Р, Б. Минчев. Психология на човека, Пловдив, Хермес, 2005, с. 266

¹¹ Ставрев, С. Кризата на публичния мениджмънт (или как популизъм и корупция провалят реформите и подриват доверието към политическата демокрация). София, Класика и стил, 2007, с. 161-163

¹² вж. по-подр. Аргонов, В. Ю. Искусственное программирование потребностей человека: путь к деградации или новый стимул развития. // Вопросы философии, 12, 2008, с. 22-37

МАТЕРИАЛИ И МЕТОДИ

За постигане на формулираната цел прилагаме конкретни научно-изследователски подходи, методи и инструменти. В теоретико-методологичен план използваме системен подход, еволюционен подход, интердисциплинарен подход, описателен метод и др. Наред с тях в емпиричен план прилагаме анкетното проучване, дълбочинни интервюта, участие в дискусии, експертни оценки на висшия мениджмънт по „проблемни полета“, контент-анализ на документи. Тестваме 148 фирми на българския пазар за информационни технологии, откъдето избираме респонденти на случаен признак.

При обработка на събраните емпирични данни използваме програмни продукти – Excel 2010 и SPSS for Windows 17.

РЕЗУЛТАТИ

За да постигнем целта на изследването си, работим върху две основни допускания, формулирани като *изследователски хипотези*:

Хипотеза 1. Високата интелектуалност и креативност на труда при специалистите от ИТ-сектора, създава у тях потребности с определени **съдържателни** характеристики. Предполагаме, че значими за конкретната професионална група са потребностите: *работа в колегиален и приятелски настроен екип, образование и квалификация, които осигуряват висока конкурентоспособност, професионална кариера (израстване като търсен професионалист), доходи и спестявания, които осигуряват стандарт, по-висок от средния за страната.*

Хипотеза 2. В **йерархичен** план доминираща е ролята на нематериалните над материалните потребности.

За да докажем (отхвърлим) Хипотеза 1, изследваме следните потребности:

Табл. 1. Изследвани потребности

Работа в колегиален и приятелски настроен екип.
Професия, която осигурява стабилна заетост и доходи.
Образование и квалификация, които осигуряват висока конкурентоспособност.
Доходи и спестявания, които осигуряват стандарт, по-висок от средния за страната.
Професионална кариера (израстване като търсен професионалист).
Близостта до семейството и приятелите.
Признание и уважение от останалите за постигнатите успехи в професионалната дейност.
Постигане на професионални резултати с висока стойност за организацията (и обществото).
Възможност за самостоятелни решения в работата (свобода на работа).
Удобно собствено жилище, базирано в града в който работя.
Творческа работа (всяко ново задание да изисква изобретателност и нови идеи).
Работа в престижна организация (със стабилни икономически и пазарни позиции).
Длъжностна кариера (заемане на по-високи постове в организацията).

Условно бихме могли да ги разделим в няколко категории. Една от най-приложимите класификации на видовете потребности, която е релевантна при доказването на Хипотеза 1, е свързана с разграничаването им на материални, социални, интелектуални и духовни.

Материалните потребности са в основата на биологичната природа на човешката организация. Те могат да се обособят на две равнища: минимални и базови. Минимални са потребностите от вода, храна, кислород, избягване на температурни екстремуми, дрехи, докато базовите са свързани с необходимостта от жилище, материални придобивки, условия на труд.

Табл. 2. *Изследвани материални потребности*

<i>Доходи и спестявания, които осигуряват стандарт, по-висок от средния за страната.</i>
<i>Удобно собствено жилище, базирано в града в който работя.</i>

Социалните потребности са представени от две основни категории:

Ориентирани към статус и власт – признание, уважение, самостоятелност и независимост на работното място;

Ориентирани към социалната среда – любов към децата и родителите, оказване на професионално съдействие и подкрепа, усещане за общност и част от цялото.

Табл. 3. *Изследвани социални потребности*

<i>Работа в колегиален и приятелски настроен екип.</i>
<i>Професия, която осигурява стабилна заетост и доходи.</i>
<i>Близостта до семейството и приятелите.</i>
<i>Признание и уважение от останалите за постигнатите успехи в професионалната дейност.</i>
<i>Длъжностна кариера (заемане на по-високи постове в организацията).</i>
<i>Работа в престижна организация (със стабилни икономически и пазарни позиции).</i>
<i>Възможност за самостоятелни решения в работата (свобода на работа).</i>

Интелектуалните потребности са свързани със знанието и творческите заложби. Те разкриват необходимостта от интересна, разнообразна и творческа работа; от пълноценна реализация; развитие на способностите, знанията и уменията.

От своя страна **духовните потребности** се организират в две големи групи:

Потребност от познание, чието удовлетворяване отговаря на порива към усъвършенстване на личността и на мотивацията за самостоятелно творчество;

Потребност от естетическа наслада, която удовлетворява стремежа към красота и креативно (творческо) пресъздаване на реалността.

Предвид особеностите на изследването и спецификата на сектора, ще обединим последните две групи потребности:

Табл. 4. *Изследвани интелектуални и духовни потребности*

<i>Образование и квалификация, които осигуряват висока конкурентоспособност.</i>
<i>Творческа работа (всяко ново задание да изисква изобретателност и нови идеи).</i>
<i>Постигане на професионални резултати с висока стойност за организацията (и обществото).</i>
<i>Професионална кариера (израстване като търсен професионалист).</i>

При изследване на конкретните групи потребности, тестваме тяхната **значимост** (силата и значението, което всяка потребност има за конкретен респондент) и **удовлетвореност** (степената, в която потребността е удовлетворена за всеки конкретен респондент). Тук е важно да уточним, че в анкетната карта, с 1 отбелязваме фактора като «много значим» и «напълно удовлетворен», а с 4 отбелязваме фактора като «изобщо не е значим» и «не съм успял да удовлетворя» (при потребностите).

Табл. 5. *Разпределение на потребностите в зависимост от тяхната степен на значимост и удовлетвореност*

ПОТРЕБНОСТ	Значимост	Удовлетвореност	Мотив. потенц.
<i>Работа в колегиален и приятелски настроен екип.</i>	1,17	1,69	0,52
<i>Професия, която осигурява стабилна заетост и доходи.</i>	1,31	1,72	0,41
<i>Образование и квалификация, които осигуряват висока конкурентоспособност.</i>	1,38	1,69	0,31
<i>Доходи и спестявания, които осигуряват стандарт, по-висок от средния за страната.</i>	1,41	2,10	0,69
<i>Професионална кариера (израстване като търсен професионалист).</i>	1,55	2,28	0,73
<i>Близостта до семейството и приятелите.</i>	1,62	1,79	0,17

Продължение на Табл. 5.

ПОТРЕБНОСТ	Значимост	Удовлетвореност	Мотив. потенц.
<i>Признание и уважение от останалите за постигнатите успехи в професионалната дейност.</i>	1,66	2,03	0,37
<i>Постигане на професионални резултати с висока стойност за организацията (и обществото).</i>	1,66	2,55	0,89
<i>Възможност за самостоятелни решения в работата (свобода на работа).</i>	1,72	2,21	0,49
<i>Удобно собствено жилище, базирано в града в който работя.</i>	1,83	2,55	0,72
<i>Творческа работа (всяко ново задание да изисква изобретателност и нови идеи).</i>	1,86	2,28	0,42
<i>Работа в престижна организация (със стабилни икономически и пазарни позиции).</i>	2,28	2,48	0,20
<i>Длъжностна кариера (заемане на по-високи постове в организацията).</i>	2,41	2,72	0,31

С цел онагледяване на изложението, ето и представянето им в графичен вид:



Фиг.1. Графично представяне на потребностите в зависимост от тяхната степен на значимост и удовлетвореност

Оказва се, че с най-голяма **значимост** за анкетираните са следните потребности: *работа в колегиален и приятелски настроен екип; професия, която осигурява стабилна заетост и доходи; образование и квалификация, които осигуряват висока конкурентоспособност; доходи и спестявания, които осигуряват стандарт, по-висок от средния за страната; професионална кариера (израстване като търсен професионалист)*. Единственият значим конструкт, който се извежда от изследването, но не присъства в първоначално заложената хипотеза е потребността „*професия, която осигурява стабилна заетост и доходи*“. Предвид на това, че тя е тясно обвързана с *доходите, осигуряващи добър стандарт на живот*, бихме могли да обединим смислово двете потребности. Така **Хипотеза 1, ориентирана към съдържателните аспекти на потребностите в конкретната професионална група, може да се счита за напълно доказана.**

От друга страна, нека разгледаме потребностите с най-голяма степен на **удовлетвореност**. Те са: *работа в колегиален и приятелски настроен екип; образование и квалификация, които осигуряват висока конкурентоспособност; професия, която осигурява стабилна заетост и доходи; близостта до семейството и приятелите; признание и уважение от останалите за постигнатите успехи в професионалната дейност*. Констатираме, че за всички от изследваните потребности имаме изпреварване на значимостта в сравнение с оценките за степента на тяхната удовлетвореност. Поради разминаването на стойностите по категориите „значимост“ и „удовлетвореност“ на потребностите, задълбочихме анализа, въвеждайки понятието „мотивационен потенциал“. **Мотивационният потенциал изразява наличието на неизползвани възможности за по-пълно и комплексно задоволяване на потребностите на**

специалистите от ИТ сектора. За да изчислим силата на мотивационния потенциал за всяка потребност, вземаме действителната разлика между значимост и удовлетвореност при разглежданите потребности (в случая „Постигане на професионални резултати с висока стойност за организацията (и обществото)“ – 0.89 пункта).

Разделяме тази стойност на три интервала ($0.89/3 = 0.296 \sim 0.30$). Приемаме, че в първата група (със стойности до приблизително 0.30) попадат потребностите с изчерпан мотивационен потенциал, защото равнището на удовлетвореност е в близко съответствие със значимостта. Съответно във втората група (със стойности от 0.30 до приблизително 0.60) са потребностите със среден мотивационен потенциал, а в третата група (със стойности от 0.60 до приблизително 0.90) се включват потребности с висок мотивационен потенциал.

При потребностите с **висок** мотивационен потенциал, поради по-големият диапазон между значимост и степен на удовлетвореност, възможностите за въздействие са по-големи (особено ако потребността е значима за респондентите).

Потребностите със **среден** мотивационен потенциал осигуряват по-ограничени възможности за въздействие.

При **високия и среден** мотивационен потенциал са възможни две състояния:

1. Удовлетвореността е с по-ниски стойности от равнището на значимост. Това е характерна ситуация на неудовлетворени потребности, когато възниква мотив за намиране на възможности за тяхното удовлетворяване. Реализацията на този потенциал зависи както от развитието на способностите на личността, така и от организацията (която създава подходящите условия). В проведеното от нас изследване това е характерната ситуация за всички потребности.

2. Теоретично е възможно съотношение, в което равнището на удовлетвореност изпреварва значимостта на дадена потребност. При тази ситуация, потенциалът е заложен в промяна на съдържанието и структурата на съответните потребности, а също така и на механизмите на тяхното удовлетворяване.

Следва да отбележим, че и двете състояния се характеризират като недостатъчно ефективни. Първата поради създаване на напрежение свързано с липсата на условия и възможности за удовлетворяване на значими потребности. При втората ситуация имаме прекомерна задоволеност на потребностите, което снижава тяхната мотивираща сила.

При потребности с **изчерпан** мотивационен потенциал съответната потребност е удовлетворена в голяма степен, което означава, че е изчерпан потенциалът и за развитие и въздействие (когато дадена потребност е устойчиво удовлетворена, след определен период загубва мотивационното си въздействие). Изходът от тази ситуация е създаване на условия за развитие на потребностите и повишаване на тяхната значимост за живота, и професионалната реализация на ИТ специалистите.

Важно е да отбележим, че потребностите могат да имат голям мотивационен потенциал, но да са маловажни, както и обратното – да имат изчерпан мотивационен потенциал, но да са с изключителна значимост за анкетираните.

В таблиците по-долу поместваме основните групи потребности, ранжирани според силата на **мотивационния си потенциал**.

Табл. 6. Потребности с изчерпан мотивационен потенциал

ПОТРЕБНОСТ	Мотивационен потенциал
Образование и квалификация, които осигуряват висока конкурентоспособност.	0,31
Близостта до семейството и приятелите.	0,17
Работа в престижна организация (със стабилни икономически и пазарни позиции).	0,20
Длъжностна кариера (заемане на по-високи постове в организацията).	0,31

Оказва се, че потребността с най-нисък мотивационен потенциал е *близостта до семейството и приятелите*, следвана от *работа в престижна организация (със стабилни икономически и пазарни позиции)*.

На трето и четвърто място, като потребности с изчерпан мотивационен потенциал, са *образование и квалификация, които осигуряват висока конкурентоспособност (развиване професионалните качества на личността)* и *длъжностна кариера (заемане на по-високи постове в организацията)*.

Данните от изследването показват, че потребностите с изчерпан мотивационен потенциал сред компютърните специалисти са предимно със **социална и интелектуално-духовна насоченост**. Те са ориентирани основно към професията, възможността за израстване и развитие в професионален план. Мотивационният потенциал тук се гради на възможността да се получи конкурентоспособно образование и квалификация, и да се използват в максимална степен притежаваните знания и способности. Това, от своя страна, е свързано с перспективите за работа в престижна организация и изграждането на кариера. Оказва се, че тези потребности са в по-голяма степен **изчерпани**, като елементи на мотивационния профил на компютърния специалист. Явно ръководствата на изследваните фирми, както и отделните специалисти осъзнават значимостта на посочените потребности и осъществяват необходимите програми за тяхното удовлетворяване.

Важно е да отбележим, че макар горепосочените потребности да са с изчерпан мотивационен потенциал, не всички от тях са с висока значимост за анкетираните.

Направеният дотук анализ **отчасти доказва Хипотеза 2 за доминиращата роля на нематериалните в сравнение с някои от материалните потребности.**

Табл. 7. Потребности със среден мотивационен потенциал

ПОТРЕБНОСТ	Мотивационен потенциал
Работа в колегиален и приятелски настроен екип.	0,52
Професия, която осигурява стабилна заетост и доходи.	0,41
Признание и уважение от останалите за постигнатите успехи в професионалната дейност.	0,37
Възможност за самостоятелни решения в работата (свобода на работа).	0,49

Потребностите със среден мотивационен потенциал са основно **социални**. Както при потребностите с голям мотивационен потенциал, така и тук, не всяка от коментиранияте

потребности е значима за респондентите. В този смисъл, *колегиалната и екипно ориентирана дейност*, наред със *професията*, която *осигурява заетост и сигурни доходи* се оказват най-съществени в тази категория фактори.

Анализът на потребностите със среден мотивационен потенциал също (но в по-голяма степен) **доказва Хипотеза 2, за доминиращата роля на нематериалните над материалните потребности.**

Табл. 8. *Потребности с висок мотивационен потенциал*

ПОТРЕБНОСТ	Мотивационен потенциал
Постигане на професионални резултати с висока стойност за организацията (и обществото).	0,89
Удобно собствено жилище, базирано в града в който работя.	0,72
Доходи и спестявания, които осигуряват стандарт, по-висок от средния за страната.	0,69
Професионална кариера (израстване като търсен професионалист).	0,73
Творческа работа (всяко ново задание да изисква изобретателност и нови идеи).	0,42

Потребностите с висок мотивационен потенциал са парадоксална комбинация от **интелектуално-духовни и материални потребности**. Тук се коментират едни от най-силните материални потребности – *доходи и спестявания, които осигуряват висок стандарт*, както и *удобното собствено жилище, базирано в града* в който работи анкетирания. В същото време се анализират *творческата работа и иновативността*, наред със силно идеализираната (духовна) потребност за *обществената ползност на създаваните програмни продукти*.

И при потребностите с висок мотивационен потенциал, не всяка от коментираните потребности е значима за респондентите. В този смисъл, *доходите и спестяванията, които осигуряват висок стандарт*, наред с *професионалната кариера* се оказват най-съществени в тази категория фактори влияещи върху мотивацията за труд на компютърните специалисти.

Анализът на потребностите с висок мотивационен потенциал също **доказва Хипотеза 2 за доминиращата роля на нематериалните над материалните потребности**. Макар в тази група осезаемо да присъстват материалните потребности, които са с висок мотивационен потенциал (т.е. съдържат резерв за развитие на мотивацията), като степен на значимост те не са на челни позиции (вж. Фиг. 1.).

Това ни дава основание да **приемем, макар и частично, доказване верността на Хипотеза 2.**

В обобщение:

Хипотеза 1 касае съдържателните особености на потребностите. В хода на анализа, тя бе **напълно доказана.**

Хипотеза 2 е свързана с доминиращата роля на нематериалните над материалните потребности. Тя бе **частично доказана.**

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Ако трябва да **обобщим**, за специалистите от сектора на информационните технологии **значими потребности с изчерпан мотивационен потенциал** се оказват: *образованието и квалификацията, осигуряващи висока конкурентоспособност, наред с близостта до семейството и приятелите. Значими потребности със среден мотивационен потенциал са екипната и колегиално ориентирана дейност и професията, която осигурява сигурни и стабилни доходи.* Най-важни за нас като изследователи, представляват **значимите потребности с висок мотивационен потенциал: доходите и спестяванията, които осигуряват висок стандарт, наред с професионалната кариера.** Това са потребности с потенциал за развитие от гледна точка мениджмънта на организацията.

Доходи и спестявания, които осигуряват стандарт, по-висок от средния за страната е традиционно силна мотивационна потребност, основана върху ценностите за забогатяване. Тя е естествен резултат от общата социално-икономическа ситуация в страната, както и от изключително конкурентният в този сектор трудов пазар.

Професионална кариера (израстване като търсен професионалист) е потребност, свързана с израстването на специалистите в професионалното им развитие. Тя предполага развитие и усъвършенстване на знанията и уменията им, придобиване на опит, оценяването им като търсени и уважавани професионалисти. За разлика от нея *длъжностната кариера (заемане на по-високи постове в организацията)* е на последно място по значимост в йерархията на потребностите на компютърните специалисти. Оказва се, че за тях не е приоритетна възможността за вертикално израстване и заемане на по-високи позиции в организацията.

Групата на потребностите с висок мотивационен потенциал са интересна комбинация от елементи с материален и нематериален характер, в съотношение 2:3. Това доказва тезата ни, че **водещи при компютърните специалисти са предимно нематериалните потребности**, които стимулират креативността и творческата активност, възможностите за професионално развитие и усъвършенстване, наред с духовната потребност за обществената полезност на създаваните програмни продукти.

ЛИТЕРАТУРА

Статия

1. Паунов, М. (2000). Мотивационният проблем в поведенските изследвания. *Научни трудове на УНСС*, 85-112
2. Паунов, М. (2001). Трудовата мотивация: заблуди и надежди. *Научна конференция на БАУРЧР с международно участие „Управление на човешките ресурси“*, Варна
3. Аргонов, В. Ю. (2008). Искусственое програмирование потребностей человека: путь к деградации или новый стимул развития. *Вопросы философии*, 12, 22-37
4. Alderfer, C. (1969). An empirical test of a new theory of human needs. *Organizational Behavior and Human Performance*, Vol. 4, No. 2, 142-175
5. Deci, E., R.Ryan. (2000). The "What" and "Why" of Goal Pursuits: Human Needs and the Self-Determination of Behavior. *Psychological Inquiry*, Vol. 11, 227-268
6. Streeten, P., S. J. Burki. (1978). Basic needs: Some issues. *World Development*, Vol. 6, No 3, 411-421

Е-journal статия

1. Herzberg, F. (1974). Motivation-hygiene profiles: Pinpointing what ails the organization. *Organizational Dynamics*, Vol. 3, No. 2, 18-29 [online], Available from: <http://www.jstor.org>; Accessed on [2017-12-17].
2. Maslow, E. Motivation and Personality [online], Available from: http://s-f-walker.org.uk/pubsebooks/pdfs/Motivation_and_Personality-Maslow.pdf; Accessed on [2017-12-17].
3. Stangor, C. (2011). Introduction to Psychology. *Fall*, 631-638 [online], Available from: https://ocw.mit.edu/ans7870/9/9.00SC/MIT9_00SCF11_text.pdf; Accessed on [2018-01-30].

Книга

1. Георгиев, С. (1979). *Интереси, стимули, ефективност*. Варна, Г. Бакалов
2. Маслоу, Е. (2001). *Мотивация и личност*. София, Кибеа
3. Минчев, Б. (2006). *Обща психология*. София, Сиела
4. Семов, М. (1981). *Стимули и дейност*. София, Наука и изкуство
5. Ставрев, С. (2007). *Кризата на публичния мениджмънт (или как популизъм и корупция провалят реформите и подриват доверието към политическата демокрация)*. София, Класика и стил
6. Ставрев, С., И. Кълвачев. (1983). *Мотиви и морал на управленското поведение*. Варна, Г. Бакалов
7. Стаматов, Р., Б. Минчев. (2005). *Психология на човека*. Пловдив, Хермес
8. Тодорова, Е. (1976). *Потребности и интереси в обществото*.
9. Трифонов, Т. (1995). *Психология на личността*. Памет
10. Gollwitzer, P. M., Oettingen, G. (2015). *Motivation: History of the Concept*. In: James D. Wright (editor-in-chief), *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 2nd edition, Oxford: Elsevier.
11. Kreitner R., A. Kinicki. (2007). *Organizational Behaviour*. 7th ed. Boston, Mass., London : McGraw-Hill Irwin