

МОТИВАЦИЯ ЗА ПРЕДОСТАВЯНЕ НА ОБЩЕСТВЕНИ УСЛУГИ

Докторант Димана Дилова-Василева

Катедра „Социални и правни науки“

Технически университет – Варна

***Резюме:** В статията се разглежда мотивацията за труд при работещите извън бизнес и индустриалните организации, и по-специално мотивацията за труд при служителите предоставящи обществени услуги. За тази цел в статията се извършва кратък анализ на литература по темата.*

***Ключови думи:** мотивация за труд, правителствен и неправителствен сектор, обществени услуги, ценност на мисията, трансформиращо лидерство*

PUBLIC SERVICE MOTIVATION

Phd student Dimana Dilova-Vasileva

Department of “Social and Legal Sciences”

Technical University of Varna

***Summary:** The article examines the motivation for work outside of business and industrial organizations, and in particular the motivation for work of employees providing public services. For this purpose, the article performs a theoretical analysis of the specific literature.*

***Key words:** job motivation, governmental and non-governmental sector, public services, mission valence*

I. ВЪВЕДЕНИЕ

В съвременните демократични държави обществените услуги често се извършват от служители, заемащи държавни или неправителствени трудови позиции, както и от доброволци. Според англоезичната литература обществените услуги (Public services) се предоставят от правителството на хората, живеещи в неговата юрисдикция, пряко (чрез публичния сектор) или чрез финансиране на предоставянето на услуги. Терминът е свързан със социален консенсус, че определени услуги трябва да бъдат достъпни за всички, независимо от доходите, физическата способност или умственото състояние. Обществената политика, насочена към интереса на обществеността, осигурява тези обществени услуги. Примери за обществени услуги са здравеопазването, социалните услуги, пожарната, полицията, парамедицината. Тези обществени услуги целят създаването на по-ефективни организации, изграждането на по-силни общности и насърчаването на равенството и възможностите. В Европейския съюз и в България услугите от общ интерес също могат да бъдат предоставяни от държавния или частния сектор. Дори когато обществените услуги не се предоставят нито публично, нито се финансират публично, по социални и политически причини, те обикновено подлежат на регулиране, надхвърлящо това, което се прилага за повечето икономически сектори.

II. ОСНОВЕН ТЕКСТ

След краткото въведение в дефинирането на обществените услуги, стигаме и до въпроса за мотивацията на служителите в този сектор. Целта на статията е да разгледа възможните разлики в мотивирането на служителите

от посочения сектор от тази на служителите в бизнес организациите. Смята се, че в мотивацията на работещите в държавния и неправителствен сектор често се проявяват хуманни мотиви за постигане на социална цел в по-голяма степен отколкото при служителите в други организации. Държавните агенции не са ориентирани към печалбата и техните служители са мотивирани по различен начин (Frank, Sue A.; Lewis, Gregory B., 2004). Проблем в изследванията на мотивацията обаче е нейното доскорошно съсредоточаване в индустриалните и бизнес организации. Принос в сферата има Джеймс Пери с неговата теория за мотивация за извършване на обществени услуги. През 1982 г. терминът "мотивация за обществени услуги" („Public Service Motivation“, PSM) се използва за първи път като израз на специфичната мотивация, свързана с предоставянето на обществени услуги (Rainey 1982). Тя представлява теоретична дефиниция за заетостта в правителствените и неправителствени организации (НПО), която обяснява защо индивидите имат желание да служат на обществото и да свързват личните си действия с общия обществен интерес. Разбирането на теорията и практиката на мотивацията за обществени услуги е важно при определянето на мотивацията на лицата, които избират кариера в правителствения и нестопанския сектор, въпреки потенциала за финансово по-печеливша кариера в частния сектор.

Джеймс Пери и Ани Хондегъм (Perry, Hondeghem, 2008) разкриват аспекти от придобитото знание за този вид мотивация и опитите за дефиниране на феномена от различни изследователи. Значението на мотивацията за обществени услуги варира в различните дисциплини и области, но нейната дефиниция има общ фокус върху публичната или обществената област, която е предназначена да твори добро за другите и да формира благосъстоянието на обществото. Джеймс Пери и Ани Хондегъм

разбират мотивацията за обществена услуга като отнасяща се до индивидуалните мотиви, които до голяма степен са, но не изключително, алтруистични и/или формирани в публичните институции. В изследването си те обсъждат три различни подхода към изследването на мотивацията на обществени услуги: институционално-обосновани поведения; алтруизъм и просоциално поведение.

В области като публичната администрация, публичното управление и политическите науки, мотивацията за извършване на обществени услуги се използва за посочване на механизми, уникални за тези институции, които подхранват и насочват поведението. Джеймс Пери и Луиз Уайз (Perry, Wise, 1990) стартират изследване на мотивацията за обществени услуги, за да формулират това, което наблюдават - а именно дългосрочното отдаване на обществената помагача служба. Те са забелязали, че много учени и студенти, образовани в сферата на публичната администрация вярват в духа на службата в името на обществото, което ги поставя отделно от служителите в други институции. Следователно Джеймс Пери и Луиз Уайз определят мотивацията за обществената услуга като „предразположение на индивида да реагира на мотиви, основани основно или уникално само в публичните институции и организации“.

В последващ анализ на мотивацията за обществени услуги и ефективността на държавния сектор, Хал Рейни и Паула Стенбауър (Rainey, Steinbauer, 1999) предлагат по-глобално определение на мотивацията за обществени услуги. Те свързват концепцията с алтруизма, като определят мотивацията за предоставяне на обществени услуги като "обща, алтруистична мотивация да се служи на интересите на дадена общност от хора, държава, нация или човечеството". Дефиницията на Хал Рейни и Паула Стенбауър е подобна на тази на Джийн Брюър и Сали Шелдън

(Brewer, Selden, 1998), които дефинират концепцията като "мотивационната" сила, която кара хората да извършват смислени „... публични, обществени, и социални услуги", подчертавайки нейните поведенчески последици и приложимост извън публичния сектор.

По - скорошното усилие за определяне и очертаване на мотивацията на обществените услуги произтича от изследване на Wouter Vandenberghe (2007) в Европа. Той (2007) дефинира мотивацията за обществени услуги като "вяра, ценности и нагласи, които надхвърлят собствения и организационен интерес, които засягат интереса на по-голяма политическа единица (държавен обект) и които мотивират хората да предприемат съответни действия, когато това е уместно". Основното отклонение на това определение от другите е добавянето на ценностите като компонент на институционалната идентичност. Джейн Пилиавин и Хонг-Уен Чарнг (Piliavin, Charng, 1990) отбелязват, че алтруизмът традиционно е определян от гледна точка на „разходите“ на индивида, но твърдят, че мотивите трябва да са от основно значение за дефинирането му. Те пишат: "... ако актът е или изглежда да бъде мотивиран предимно от разглеждане на потребностите на другото, а не собствените, ние го наричаме алтруизъм".

Въпреки че изучаващите алтруизма не го свързват с мотивация за обществени услуги, икономистите свързват двете концепции. Мотивацията за обществена услуга е използвана от икономистите като "код" за **алтруизъм**, което означава желанието на отделните хора да се ангажират с жертвоготовно поведение в името на доброто на другите без реципрочни ползи за самите тях. Под мотивация за обществена услуга Патрик Франсоа (Francois, 2000) има предвид, че мотивация за предоставяне на обществени услуги се отнася до служители полагащи усилия, породени от грижа за въздействието на тези усилия върху значима социалната услуга. В

изследванията си за мотивацията на държавния служител и политически дизайн, икономистът Джулиан Льо Гран (2003), след преглед на съответната литература, включително изследвания за мотивацията за обществени услуги, заключава че "е трудно да се оспори мнението, че алтруистичните мотиви са преобладаващи сред доставчиците на обществени услуги". Така икономистите свързват мотивацията за обществени услуги и алтруизма.

Следва да разгледаме и следващия основен компонент в мотивацията за предоставяне на обществени услуги – а именно *просоциалното поведение*. Приемаме просоциалното поведение като подпомагането на друг индивид или група от индивиди, което да е съгласувано с определени морални, формални или други общоприети принципи. За разлика от някои икономисти, изследователите на организационно поведение не използват теорията за мотивацията за предоставяне на обществени услуги и всъщност рядко съотнасят алтруизма до мотивация в организационните, особено в работен контекст. Артър Брийф и Стефан Мотовилдо (Brief, Motowidlo, 1986) дефинират просоциално поведение в организационни условия като поведение, което:

- ✓ се извършва от член на организация,
- ✓ насочено е към индивид, група или организация, с която той или тя взаимодейства, докато изпълнява организационната си роля и
- ✓ изпълнява с цел благосъстоянието на индивид, група или организация, към която е насочено.

Артър Брийф и Стефан Мотовилдо отбелязват, че тази дефиниция е широка, а други изследователи са предположили по-тесни дефиниции, обикновено включващи позоваване на мотивите на действащото лице. Илейн Уолстър и Джейн Пилиавин (Walster, Piliavin, 1972), например,

предлагат дефиниция, която включва, че актът е доброволен и без очаквания за връщане.

Друг важен аспект от теорията за мотивация за предоставяне на обществени услуги е *ценността на мисията*, понятие въведено от Хал Рейни и Паула Стенбауър (Steinbauer, 1999). Ценността на мисията (Mission Valence) в работата може да се разглежда като възприятие на служителя относно привлекателността или значимостта на организационната цел или на социалния принос. С желанието да помагат на другите, държавните служители са по-склонни да търсят работа в рамките на една обществено ангажирана публична организация, тъй като мисията на тази организация често съвпада с техните собствени лични ценности. Първата стъпка в популяризирането на ценностите на обществените услуги сред служителите е изборът на лицата, които притежават или откликват на такива ценности (Lewis & Frank, 2002; Mann, 2006).

Важни показатели за мотивация на обществени услуги (Bolino & Turnley, 2003; Carson et al., 2005), се базират и на предположението, че миналото поведение е вероятно индикатор на бъдещото поведение. Например, в препоръките си за избор на здравни грижи, Карсон и др. (Carson et al., 2005) препоръчват да се търсят личности, които преди това са участвали в дейности, които показват висока степен на социална мотивация, като например доброволческа дейност, дейности в общността или в колежа, т.е. такива демонстриращи алтруизъм или идентификация с мисията на организацията. От значение изглежда е интервютата за работа и реалистичните предложения да осигуряват възможност за търсещите работа да научат повече за културата и ценностите на организацията, така че да вземат решение дали ценностите в работата съответстват на собствените им такива. Търсещите работа трябва да бъдат насърчавани да разчитат на

своите ценности като средство за оценка дали да работят в определена организация и трябва да имат възможност да научат за ценностите на организацията (Bowen et al., 1991; Cable & Judge, 1996).

Стратегии за прилагане на мотивация за предоставяне на обществени услуги. Въпреки нарастващите доказателства за съществуването на мотивация за обществени услуги (Perry and Wise, 1990) и нейните ефекти върху представянето на служителите, не разбираме добре какво означава тя за управленските практики. Прегледите на системите за управление с висока ефективност предполагат, че практиките, които популяризират споделените ценности, не само примамват отделните хора да се присъединят към дадена организация, но и мотивират хората да действат според собствените си ценности като членове на тази организация. Управлението чрез ценности се базира на отдаденост към една мисия и съществуването на споделени ценности между членовете на организацията. Такива споделени социални структури могат в крайна сметка да свържат хора, които обикновено не си взаимодействат, улеснявайки споделянето на информация и подобрявайки способността за разрешаване на комплексни проблеми и създаване на общи мисловни модели и норми на реципрочност.

Въпреки нарастващите теоретични и емпирични доказателства, които предполагат че управлението въз основа на споделени ценности може да подобри индивидуалното и организационното представяне, приложението му в организациите е значително недоразвито. Съществуващите изследвания показват малко за това как да "управляваме" ценностите в обществените услуги, тъй като учените са постигнали малък напредък превръщайки констатациите за мотивацията за обществените услуги в препоръки за това как практикуващите могат да използват ценностите в обществените услуги за подобряване на представянето на работното място (Mann, 2006 г.).

Въпреки че индивидите могат да постъпят в системата на услугите за обществено благо, с предразположение да ценят определени идеали за обществените услуги, ценностите са повлияни също от околната среда, като отношенията на работното място и практиките. Би могло да се направи предположение, че ценностите в организациите, предоставящи обществени услуги могат да бъдат управлявани по начини, които да засилят връзката между мотивите и поведението чрез интегрирането на ценностите на обществените услуги в системите на управление на организациите.

В тази връзка *трансформиращото лидерство* е удачно средство за управление и повишаване мотивацията на служителите. То се различава от традиционното разбиране за управлението, която се основава на собствения интерес и обмяната на награди за положителни резултати. Вместо това тази доктрина предлага идеята за лидерството, основано на ценности, вдъхновяване на служителите и по този начин те да бъдат мотивирани в работата си. Въпреки че лидерството, основано на ценности, не е новост за сферата на публичният мениджмънт, важно е да се разбере развитието му, по който работодателите общуват със служителите си въз основа на визията за целта на организацията. Трансформиращото лидерство може да мотивира служителите, като насърчава техните идеали и морални ценности, което на свой ред води до по-ефективна и смислена работна среда. Лидерите на трансформацията създават споделена организационна стойност чрез "вдъхновяваща комуникация, текущи практики, определяне на значими цели и определяне на значителна работа". Лори Паарлберг и Боб Лавигна (Paarlberg, Lavigna, 2010) заявяват, че свързването на трансформационното лидерство и мотивацията за обществените услуги със стратегиите за управление на човешките ресурси няма да доведе до радикално подобряване на резултата от работното място, а постоянно да трансформира

управленските практики, за да събере най-добрите организационни резултати, за да мотивира по-добре служителите в публичния сектор.

Единици за анализ	Стратегии	Тактики
Индивидуално	Интегриране на PSM към процеса на управление на човешките ресурси	Избери основната насока за PSM; Социализирай индивидите за поведенческите очаквания за PSM; Използвай оценката на справянето; нека да бъде включена в наблюдението на поведението и PSM;
Работа	Формулирай и оповести значението и целта на работата	Оповести социалната значимост на работата; Установи ясни цели по отношение на PSM;
Работна среда	Изгради подкрепяща работна среда за PSM	Установи работни структури, които да подсилят саморегулацията; Окуражи кооперативното трудово взаимодействие; Създай и поддържай инициативи около организационната мисия и PSM; Проектирай компенсационна система, акцентираща върху дългосрочната атрактивност на работата и вътрешната мотивация;

Организация	Интегрирай PSM към организационната мисия и стратегия	Оповести организационната мисия, свързана с PSM; Развий базирано на ценностите лидерство;
Общество	Създай социална легитимност за публичните услуги	Партнирай със социалните институции за инкорпориране на PSM в учебното съдържание; Подкрепяй и развивай възможността за наличието на опит в областта на социалните услуги; Използвай медиите, за да обърнеш вниманието на обществото към обществените услуги.

Таблица 2. Обобщени стратегии и тактики при мотивиране на сътрудниците за осъществяване на обществени услуги (по Laurie E. Paarlberg, James L. Perry, and Annie Hondeghem 2008).

III. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проучването на мотивацията извън бизнес и индустриалните организации придобива все по-голям интерес за изследователите през последните три десетилетия. По-нататъшни изследвания върху специфичните мотиви на служителите за работа в сектора на обществените услуги, предоставяни от правителствения и неправителствен сектор със сигурност са необходими. Те биха обогатили знанията на мениджмънта за управление на човешките ресурси, предоставящи обществени услуги под

една или друга форма, правилният подбор на персонал и дългосрочното му отдаване на службата. Прилагането на подходяща стратегия за мотивиране на служителите в специфичната организационна среда би могло да бъде един от най-значимите елементи, допринасящ за ефективността на тяхната работа.

БИБЛИОГРАФИЯ:

[1]. Bolino, M. C., & Turnley, W. H. (2005), The personal costs of citizenship behavior: The relationship between individual initiative and role overload, job stress, and work-family conflict. *Journal of Applied Psychology*, 90 (4), 740-748.

[2]. Bowen, D. E., Ledford, G. E., & Nathan, B. R. (1991), Hiring for the organization, not the job. *Academy of Management Executive*, 5 (4), 35-51.

[3]. Brewer, G. A. and S. C. Selden. (1998), Whistle Blowers in the Federal Civil Service: New Evidence of the Public Service Ethic.” *Journal of Public Administration Research and Theory* 8(3): 417

[4]. Brief, A. P. and S. J. Motowidlo. 1986. “Prosocial Organizational Behaviors.” *Academy of Management Review* 11(4): 711

[5]. Carson, K.D.; Carson, P.P; Fontenot, G. & Burdin, J.J. Jr., (2005), Structured interview questions for selecting productive, emotionally mature, and helpful employees. *Health Care Manager*. 24(3), pp. 209-215.

[6]. Frank, Sue A.; Lewis, Gregory B. (2004), Government Employees: Working Hard or Hardly Working?,

[7]. Franc ois, P. (2000), Public Service Motivation’ as an Argument for Government Provision. *Journal of Public Economics* 78(3): 275

[8]. Judge, T. A.; Cable, D. M., & Higgins, C. A. (2000). The employment interview: A review of recent research and recommendations for future research. *Human Resource Management Review*. 10(4), 383-406

[9]. Kelman, S. (2005), Public Management Needs Help! *Academy of Management Journal* 48(6):967–969

[10]. Paarlberg E., Lavigna B. (2010). Transformational Leadership and Public Service Motivation: Driving Individual and Organizational Performance. *Public Administration Review* 70(5):710-718

[11]. Le Grand, J. (2003), *Motivation, Agency and Public Policy: Of Knights and Knaves, Pawns and Queens*. Oxford: Oxford University Press., p. 35

[12]. Lewis, G. B. & Frank, S. A. (2002). Who wants to work for government? *Public Administration Review*, 62 (July/August), 395-404.

[13]. Mann, G.A. (2006). A motive to service: Public service motivation in human resource management and the role of PSM in the Nonprofit Sector. *Public Personnel Management*, 35(1), 33-48

[14]. Perry, J. L. and L. W. Porter. 1982. "Factors Affecting the Context for Motivation in Public Organizations." *Academy of Management Review* 7(1):8998.

[15]. Perry, J. L. and L. R. Wise. 1990. The Motivational Bases of Public Service. *Public Administration Review* 50(3): 368

[16]. Perry, James L. and Hondeghem, Annie (2008), 'Building Theory and Empirical Evidence about Public Service Motivatio. *International Public Management Journal*, 11:1, 3 – 12

[17]. Piliavin, J. A. and H. W. Charng. (1990), Altruism: A Review of Recent Theory and Research. *Annual Review of Sociology* 16: 30

[18]. Rainey, H. G. and P. Steinbauer. (1999), Galloping Elephants: Developing Elements of a Theory of Effective Government Organizations. *Journal of Public Administration Research and Theory* 9(1): 20.

[19]. Vandenabeele, W. (2007), Toward a Public Administration Theory of Public Service Motivation: An Institutional Approach. *Public Management Review* 9(4): 547

[20]. Walster, E. and Piliavin, J. (1972), Equity and the Innocent Bystander. *Journal of Social Issues* 28(3): 165–189.

[21]. https://ec.europa.eu/info/topics/single-marketservices-general-interest_bg

[22]. <http://ec.europa.eu/esf/main.jsp?catId=55&langId=bg>

Contacts:

Dimana Dilova-Vasileva, Department of Social and Law Sciences,
Technical University of Varna,

Studentska 1, 9010 Varna, Bulgaria

Email: dimanadilova@gmail.com