
MOTIVATION IN RURAL TOURISM

Meriton Ismajli

PTK- Ferizaj, Republic of Kosovo

Abstract: The motives dictate that people do things. They determine how much effort a person will engage in in an appropriate activity. Motives contain factors that initiate, intensify, maintain, and inflame behavior. Motivation is of utmost importance to managers, because their role is to make their subordinates energetic in achieving the goals of the organization.

Understanding the causes of motivation is a primary requirement for anyone who is engaged in monitoring. Motivat denotes movement in terms of excitation, inducing or snagging with movement force.

Keywords: Motivation, management, rural, tourism

МОТИВАЦИЈАТА ВО РУРАЛНИОТ ТУРИЗАМ

Меритон Исмајли

ПТК, Урошевац, Република Косово

Резиме: Мотивите диктираат луѓето да ги извршуваат работите. Тие определуваат колку напор една личност ќе ангажира во соодветна активност. Мотивите содржат фактори кои иницираат, интензивираат, одржуваат и го напуштаат однесувањето. Мотивирањето е од крајно значење за менаџерите, бидејќи нивната улога е, подредените да бидат полни со енергија во остварување на целите на организацијата.

Разбирањето на причините за мотивација е примарно барање за секој кој е ангажиран во надгледувањето. Мотивот означува движење во смисла на побудување, поттикнување или снабдување со сила за движење.

Клучни зборови: Мотивација, управување, рурални, туризам

ВОВЕД

Мотивирањето општо е изразено со зборовите: желби, сакање, цел, потреби, поттикнување, движење, иницијатива и сл. Терминот мотивација потекнува од латинскиот збор тоиеге со значење да се движи. Со помало формално значење е следната дефиниција според која мотивот е како енергичен услов на еден организам кој помага да го насочи неговото однесување, обично кон цел или цели на одредена класа. Оттука, мотивите се внатрешни услови на една индивидуа кои создаваат енергија, го насочуваат и го определуваат интензитетот на однесувањето.³⁵¹

Тогаш мотивот е она што движи или побудува кон акција. Мотивот може да произлезе од потреба, недостиг од нешто за преживување, здравје или благосостојба на индивидуата. Мотивот може да произлезе од стимуланси, било од внатре или надвор од организмот.

Во врска со прашањето за мотивите и мотивацијата постојат различни ставови, или поточно неускладени гледишта. Некои теоретичари сметаат дека мотивите можат да се идентифицираат со инстинктите, односно нагоните. Тие на тој начин сакаат сета човекова активност да ја прикажат како инстинктивно - нагонска. Според теоријата, инстинктите не само што го детерминираат однесувањето на поединецот, туку тие се исто толку важни и за делувањето на социјалните групи во целина. Човечкиот ум има одредени вродени или наследени тенденции, кои се битни извори или мотивациски сили на секоја мисла или акција, било индивидуална или колективна, и кои претставуваат основа од која постепено се развива карактерот и волјата на поединецот и нацијата под водство на интелектуалните способности.³⁵²

1. ПОИМ ЗА МОТИВ

Потребно е да се прави разлика помеѓу мотив и мотивација. Мотивот, како што беше претходно истакнато е внатрешен услов или состојба која го детерминира интензитетот на однесување на индивидуата. Мотивацијата - како процес во кој однесувањето е поттикнуто, активирани и канализирано кон остварување на целите. Мотивацијата е поширок термин од мотивот. Таа го вклучува целиот процес со кој однесувањето е енергирано, одржувано или намалено. Мотивите се ограничени од интерните услови на индивидуата.

³⁵¹

³⁵² Zvonarevi}, M., - Socijalna psihologija, [kolska kwiga, Zagreb, 1976

Мотивацијата ги вклучува овие интерни состојби плус сите други интерни и екстерни фактори кои ја определуваат сумата на енергија и ентузијазам на индивидуата вклучена во работата. Кога надзорникот го наградува извршувањето на подредените, предизвикувајќи индивидуите да продолжат да работат вредно, оваа постапка е дел од процесот на мотивација. Мотивацијата во оваа смисла е набљудувана како менаџмент активност насочена кон побудување на другите да постапат на начин кој ќе биде корисен за организацијата.³⁵³ Мотивирањето е работа на менаџерите за извршување, за поттикнување, за охрабрување и за одушевување на луѓето за да ја преземат бараната акција.

Мотивацијата е во непосредна врска со системот на познавање. Акциите на човекот се водени од неговото познавање - што тој мисли, верува и антиципира. Но, кога прашуваме зошто тој постапува така, ние го поставуваме прашањето за мотивацијата. Мотивациониот одговор е даден во термините енергичен, поттикнувањето сили е претставено преку такви зборови како што се сакање и плашење. Роединецот сака моќ, тој сака статус, тој се плаши од општествен острацизам (прогонство), тој се плаши од закани за неговото самопочитување. Дополнително, мотивационата анализа специфицира цел за остварување на која човекот ја троши својата енергија.³⁵⁴ Пosaкувајќи моќ, тој го извршува својот напор, време и средства за да стане гувернер на неговата држава; посакувајќи статус тој се обидува да купи негов начин на вклучување во пристоен клуб; плашејќи се од општествен острацизам, тој претпазливо стои настрана од обврската и пријателите кои сакаат да го ангажираат во поддржување на непопуларни социјални причини; плашејќи се од заканување на самопочитувањето тој избегнува ситуации во кои неговата интелектуална способност може да биде предизвикана.³⁵⁵

Голем број теоретичари сметаат дека мотивите можат да се идентифицираат со одредени органски, физиолошки, односно биолошки потреби, од што произлегува дека делувањето на човекот зависи од потребата овие биолошки елементи да бидат задоволени. Во рамките на ваквите сфаќања, постојат различни ставови за важноста на биолошките потреби во однос на поттикнувањето на организмот за нивно остварување. Додека некои сметаат дека потребата за задоволување на биолошкиот нагон за живеење претставува основен мотив на човекот, други му припишуваат доминантна улога на сексуалниот нагон. Очигледно е дека приврзаниците на биологистичкото сфаќање за мотивацијата го губат од вид другиот, не помалку важен момент за човековото опстојување, а кој произлегува од комплексните барања на социјалната средина во која човекот, како социјално битие, живее, се формира, постои и делува.

Наспроти неконтролираните мотиви во детската возраст, зрелиот човек има контролирани мотиви, општествено значајни и доста добро интегрирани во еден планиран животен пат. Прашањето за мотивацијата претставува клучно прашање на секоја теорија за личноста. Тоа ги спротивставува двете групи на сфаќања за суштината на човековата мотивација. Едното сфаќање го претставуваат теориите за непроменливоста на мотивите во текот на човековиот живот, (инстинктивистички, класично-психоаналитички и други). Втората група на сфаќања ги сочинуваат теориите според кои мотивите се менуваат и трансформираат во текот на човековиот живот, (современите психолошки теории за личноста, гешталтисти, егзистенцијалисти, современите психоаналитички теории и други).

Маријевиот пристап ги опфаќа и ги катапогизира сите мотиви и потреби на поединецот. Наспроти него, МекКлиленд се насочува првенствено кон проучување на мотивите за постигнување. Врз основа на таквите истражувања, МекКлиленд и неговите соработници ја развиваат теоријата за стекнување на мотивите и една програма чија цел била зајакнување (зголемување) на човековата мотивација, (McClelland, 1955; McClelland i Winter, 1969). Тие сметале дека сите човекови мотиви се научени и дека мотивациската структура на возрасниот човек може профамирано да се менува.³⁵⁶

2. ОДНЕСУВАЊЕТО И МОТИВОТ

Многу фактори делуваат на индивидуалните разлики во однесувањето. Стварните работни услови, вклучувајќи ги физичките услови, психолошките процеси и формалните односи во организацијата имаат влијание на однесувањето. Од посебен интерес е ефектот на технологијата врз работната ситуација и на однесувањето. Културните норми исто така, влијаат на општиот став и на однесувањето. Односите на групите имаат директно влијание на однесувањето, а индиректно има и менаџерскиот систем. Економската

³⁵³ Simon-eska, L., - Delovno planirawe so primena vo turisti-kata industrija, FTU, Ohrid, 2010

³⁵⁴ Simon-eska, L., - Delovno planirawe so primena vo turisti-kata industrija, FTU, Ohrid, 2010

³⁵⁵ Zvonarevi}, M., - Socijalna psihologija, [kolska kwiga, Zagreb, 1976

³⁵⁶ [ukovi}, F.R., - Organizacija, grupe i motivacija, Kultura - Beograd, 1986

иницијатива влијае најмногу на работната ситуација. Сето ова влијание се филтрира низ личниот став на перцепција, познавање и мотивација.

Перцепцијата е основа за разбирање на однесувањето бидејќи таа е средство со кое стимулансите влијаат на организмот на индивидуата. Персерсјата е процес со кој личноста гледа, селектира, организира и интерпретира информации за светот што ја окружува индивидуата и кои имаат значење за истата. Таа е ментален процес кој не оспособува да го интерпретираме и разбереме нашето окружување. За перцепцијата се важни два аспекти и тоа: селективна и стереотипна перцепција. Селективната перцепција означува процес со кој индивидуата различните стимули од опкружувањето ги селектира за натамошно внимание. При тоа некои од нив се предмет на внимание, додека други не. Кога стимулите ќе бидат забележани од индивидуата, таа се обидува да ги категоризира во согласност со својата сопствена претстава и сопствените потреби. Откако индивидуата ќе им додели некакво значење на стимулите таа е во ситуација да дефинира соодветен договор или реакција на тоа. Стереотипната перцепција претставува категоризација на луѓето на основа на атрибути. Општи атрибути се: раса, пол, старост и др.³⁵⁷

Стимул кој не е прифатен нема ефект на однесувањето. Моделот на перцепција покажува како се формира истата и како влијае на индивидуалното однесување. Активноста на селективна перцепција е важна бидејќи бројни информации се добиваат и создаваат. Поединецот ги селектира оние информации кои се од посебен интерес. Поединецот ги игнорира информациите кои можат да бидат несакани. На таков начин се издвојуваат информации за понатамошно размислување.

3. ТУРИСТИЧКИТЕ МОТИВИ ЗА РУРАЛЕН ТУРИЗАМ

Туристичките мотиви имаат такви карактеристики што можат “неофанично да се прошируваат.” За разлика од примарните мотиви кои што се однесуваат на егзистенцијата на индивидуата во биолошки смисол, другата група на секундарни мотиви, а во кои спаѓаат и туристичките мотиви, имаат повисок степен на еластичност и многу потешко достигнуваат точка на сатурација, (степен на нивно потполно задоволување).³⁵⁸

Надворешните и внатрешните фактори непосредно делуваат врз менталниот процес на поединецот, така што по извесно време се трансформираат во поттикнувачка сила - во мотиви. Мотивите, кои при нивното манифестирање, активирање и обид за реализирање ги нарекуваме мотивација, претставуваат таква поттикнувачка причина, побуда, потреба за акција која го претвора потенцијалниот корисник во вистински потрошувач. Тоа е сосема доволна причина на подрачјето на мотивацијата во сите форми на економска пропаганда, туристичка пропаганда, како и во маркетингот воопшто, да му се придава голема важност.³⁵⁹

Истражувањето на мотивацијата станува составен дел на секоја пропагандна активност. Со нашето истражување ќе настојваме да ги откриеме и утврдиме вистинските поттикнувачи кои влијаат на потенцијалниот потрошувач и неговото однесување, неговата склоност кон одредени услуги, односно мотиви што ќе го насочат до реализација на целта. Мотивите кои водат до продажба, можат да бидат: примарни и селективни. Примарни мотиви се оние кои се ориентирани спрема видот на производот или услугата, а селективни се оние кои се ориентирани спрема марката на одреден производ, или квалитетот на услугата. Во туризмот, примарни мотиви се оние кои предизвикуваат потреба кај потенцијалните туристи за било кој вид на однесување, или рекреација, а која се рефлектира како туристичко патување и привремен престој надвор од местото на нивното постојано живеење. Селективните мотиви го поттикнуваат потенцијалниот турист - потрошувач за своја цел да избере одреден туристички локалитет.

Добар менаџер е оној кој го зема најдоброто од неговите подредени и кој создава позитивни резултати за неговата организација. Не е изненадување што многу истажувања се обидуваат да дефинираат што го мотивира добриот менаџер и како да се опишат неговите карактеристики.³⁶⁰ Со други зборови добрите менаџери сакаат моќ. Подобрите менаџери кои се испитувани се со висока моќ на мотивација, ниска мотивација за сакање и висока за забрани. Тие се грижат за институционална моќ и ја користат неа да ги стимулираат нивните вработени да бидат повеќе продуктивни. Подобрите менаџери тендираат да постигнат повисока моќ за мотивација. Менаџер со висока потреба да биде сакан, е оној кој сака да остане во добри односи со секој, и поради тоа најмногу сака да прави отстапки во однос на одделни потреби.

³⁵⁷ Kosarkoska, D., - Menaxment kontrola, FTU, Ohrid, 2004

³⁵⁸ Zvonarevi, M., - Socijalna psihologija, [kolska kwiga, Zagreb, 1976

³⁵⁹ [ukovi, F.R., - Organizacija, grupe i motivacija, Kultura - Beograd, 1986

³⁶⁰ Simon-eska, L., - Promotivni aktivnosti vo turizmot, FTU, Ohrid, 2005

ЗАКЛУЧОК

Мотивацијата на менаџерот зависи од меѓуперсоналната конкуренција која опишува развоен стил на надгледување кој ги пресретнува барањата за повисока мотивација, самореализација и позитивно изразување на креативноста. Можноста да се работи кон значајни туристички цели, илустрира начин на давање насоки на овие позитивни мотивации со остварување на целите на компанијата која нуди можност за остварување. Ростоене на соодветен систем на менаџмент, опишува тркало на забрзано позитивно мотивирање на луѓето кон остварување на нивните организациски цели и зацврстување и непрекинато мотивирање за ruralniot turizam. Односите помеѓу нивоата на менаџментот и нивоата на мотивацијата се различни.

ЛИТЕРАТУРА

- Doganxik, S., - Poslovno planirawe, Novi svet Pri{tina, 1971
 Kosarkoska, D., - Menaxment kontrola, FTU, Ohrid, 2004
 KraleV, T., - Osnovi na menaxmentot, CIM, Skopje, 2007
 Potevska, M., - Delovno komunicirawe i etika, EU, Skopje, 2012
 Peric, M., - Planirawe, administracija, Beograd, 1971
 Rakicevic, G., - Menaxment na «R., FTU, Ohrid, 2007
 Simonceska, L., - Delovno planirawe so primena vo turisti~kata industrija, FTU, Ohrid, 2010
 Simonceska, L., - Promotivni aktivnosti vo turizmot, FTU, Ohrid, 2005
 Simonceska, L., - Delovno planirawe so primena vo turisti~kata industrija, FTU, Ohrid, 2010
 Sukovic, F.R., - Organizacija, grupe i motivacija, Kultura - Beograd, 1986
 Zvonarevic, M., - Socijalna psihologija, [kolska kwiga, Zagreb, 1976
 Марин, Б., - Основи на менаџментот, Загреб, 2006
 Шуклев, Б., - Менаџмент, Економски факултет, Скопје, 2004
 Шуклев, Б., - Delovno planirawe, EF, Скопје, 1993