**Теория потребительского поведения**

**1. Теоретическое концепции мотивации**

Как мы уже отмечали, мотивация представляет собой физиологический механизм активирования в памяти образов объектов и действий, связанных с ними и направленных на удовлетворение потребности. Мотивации конкретны, имеют врожденную компоненту, формируются и преобразовываются в ходе жизни. Для удовлетворения определенной потребности может существовать несколько, а зачастую и множество мотиваций.

Теории содержания мотивации анализируют факторы, оказывающие влияние на мотивацию, В значительной мере предмет этих теорий сконцентрирован на анализе потребностей и их влиянии на мотивацию. Эти теории описывают структуру потребностей, их содержание и то, как данные потребности связаны с мотивацией человека к деятельности. В данных теориях делается попытка дать ответ на вопрос о том, что внутри человека побуждает его к деятельности. Наиболее известными теориями мотивации этой группы являются:

1) теория иерархии потребностей Маслоу;

2) теория ERG**,**разработанная Альдерфером;

3) теория приобретенных потребностей МакКлелланда;

4) теория двух факторов Герцберга.

В любой момент жизни человек испытывает массу потребностей. Природа потребностей различна. Большая часть потребностей не требует немедленного удовлетворения. Виды потребностей дифференцируются на:

– физиологические,

– культурные,

– духовные,

– социальные.

Динамика их состоит в том, что человек в первую очередь стремится удовлетворить физиологические потребности, затем культурные, духовные и лишь затем социальные, под которыми в данном случае понимается желание занимать определенное положение в обществе. Еще одна характерная деталь: переход к удовлетворению потребностей более высокого уровня невозможен без хотя бы принципиального удовлетворения потребностей предыдущего, низшего уровня ввиду простого невозникновения первых. С ходом исторического процесса качественные и количественные характеристики всех видов потребностей развиваются поступательно, т.е. непрерывно увеличиваются, что в условиях ограниченности ресурсов порождает проблемы в распределении различных благ. Потребность становится *мотивом* в том случае, когда она заставляет человека действовать, а ее удовлетворение снижает психологическое напряжение.

Теории содержания мотивации анализируют факторы, оказывающие влияние на мотивацию. В значительной мере предмет этих теорий сконцентрирован на анализе потребностей и их влиянии на мотивацию. Теории описывают структуру потребностей, их содержание и то, как данные потребности связаны с мотивацией человека к деятельности. В данных теориях делается попытка дать ответ на вопрос о том, что внутри человека побуждает его к деятельности. Наиболее известными теориями мотивации этой группы являются: теория мотивации по 3. Фрейду; теория иерархии потребности Маслоу и Г. Муррея; теория двух факторов Герцберга; теория ERG, разработанная Альдерфером; теория приобретенных потребностей МакКлелланда.

**2. Теория мотивации по 3. Фрейду**

Великий психолог полагал, что люди по большей части не осознают психологические силы, которые руководят поведением индивида, а значит, не в состоянии до конца понять мотивы своих действий. Это можно представить как своего рода ответные реакции человека на действия различных стимулов внутреннего и внешнего характера. В психической структуре личности 3. Фрейд выделял три компонента:

1) бессознательное «ид» (ОНО) – область влечений, инстинктов;

2) сознательное «его» (Я) – воспринимающее информацию об окружающем мире и состоянии организма, сдерживающее импульсы «ид», регулирующее действия индивида;

3) «супер-эго» (СВЕРХ Я) – область социальных норм и нравственных установок.

Для выяснения глубинных ассоциаций, вызванных товаром, исследователи собирают «подробные интервью», используют технику, позволяющую отключить сознательное «Я» – словесные ассоциации, незаконченные предложения, объяснения рисунков и ролевые игры. В результате психологи пришли к целому ряду интересных и странных заключений: любой товар инициирует у потребителя уникальный набор мотивов.

**3. Теория мотивации Абрахама Маслоу**

Абрахам Маслоу попытался объяснить, почему в разное время индивид ощущает различные потребности. Почему один человек тратит уйму времени на то, чтобы защитить себя от всевозможных внешних угроз, а другой стремится к тому, чтобы заслужить уважение окружающих. А. Маслоу объясняет это тем, что система человеческих потребностей выстроена в иерархическом порядке, в соответствии со степенью значимости ее элементов: 1) физиологические потребности (жилье, пища, тепло);

2) потребность в чувстве защищенности (безопасность, уверенность);

3) социальные потребности (чувство духовного родства, любовь);

4) потребность в уважении (самоуважение, признание, статус) и

5) потребности в самоутверждении (саморазвитие, самореализация). Индивид в первую очередь старается удовлетворить самые важные потребности. Когда ему это удается, удовлетворенная потребность перестает быть мотивирующей, и человек стремится к насыщению следующей по значимости потребности. К примеру, голодному человеку не интересно, что происходит в мире искусства, как он выглядит в глазах общества, каким воздухом дышит. Но когда у него будет достаточно еды и питья, на первый план выступят следующие по значимости потребности.

Теория Маслоу помогает производителям понять, каким образом разнообразные продукты соответствуют планам, целям и самой жизни потенциальных потребителей. Следует; осознать, что предлагаемый продукт должен быть, прежде всего, полезен потребителю, а уже потом нравиться самому производителю.

Ориентация на полезность продукции требует знания психологических, мотивированных факторов, которые становятся решающими при покупке товаров. Можно выделить ряд таких мотивов:

1. **Мотив выгоды** *–* желание человека разбогатеть, наращивать свою собственность, эффективно расходовать деньги.
2. **Мотив снижения риска** *–* потребность чувствовать себя уверенно и надежно, иметь гарантии сохранения стабильности.
3. **Мотив признания** *–* поиск действий, связанных с формированием своего статуса, повышением престижа, имиджа.
4. **Мотив удобства**– желание облегчить, упростить свои действия, отношения с другими людьми.
5. **Мотив свободы** *–* потребность в самостоятельности, независимости во всех сферах деятельности.
6. **Мотив познания**– постоянная нацеленность на новые открытия, знания.
7. **Мотив содействия, соучастия**– желание сделать что-нибудь для своего окружения, близких, партнеров по работе.
8. **Мотив самореализации**– потребность в достижении собственных жизненных целей, установок.

**4. Теория мотивации по Фридерику Герцбергу**

Фридерик Герцберг развил теорию двух факторов мотивации, один из которых вызывает недовольство человека, а другой – его удовлетворение. Обычно считается, что удовлетворенность человека своими действиями, своим состоянием, окружением и неудовлетворенность всем этим являются двумя полюсами, противоположностями, между которыми могут находиться состояние и настроение человека. В зависимости от того, как осуществляется воздействие, мотивирование человека, его настроение может переходить из одного состояния в другое, человек может становиться то более удовлетворенным, то более неудовлетворенным. Но оказывается, не все так однозначно.

На стыке 1950–60-х годов Ф. Герцберг совместно с коллегами исследовал, какие факторы оказывают мотивирующее и демотивирующее влияние на поведение человека, вызывают его удовлетворенность или неудовлетворенность. Вывод, сделанный им на основе этих исследований, оказался исключительно оригинальным. Герцберг заключил, что процесс обретения удовлетворенности и процесс нарастания неудовлетворенности с точки зрения обусловливающих их факторов являются двумя различными процессами. То есть факторы, которые вызывали рост неудовлетворенности, при их устранении не обязательно приводили к увеличению удовлетворенности. И наоборот, из того, что какой-либо фактор способствовал росту удовлетворенности, никак не следовало, что при ослаблении влияния этого фактора будет расти неудовлетворенность.

Взаимосвязь «удовлетворенность – отсутствие удовлетворенности»в основном находится под влиянием факторов, связанных с характером потребности, т.е. с внутренними по отношению к ней факторами. Данные факторы оказывают сильное мотивирующее воздействие на поведение человека, которое может привести к полному удовлетворению потребности. Если эти факторы не присутствуют, то это не вызывает сильной неудовлетворенности. Герцберг называл такие факторы «удовлетворителями». Однако это название не получило широкого хождения. Обычно эти факторы называют мотивирующими.

Мотивирующие факторы рассматриваются как самостоятельная группа потребностей. Если данные потребности удовлетворяются, то и человек испытывает удовлетворение, а так как они могут приводить к удовлетворению, то играют мотивирующую роль.

Взаимосвязь «неудовлетворенность – отсутствие удовлетворенности» определяется влиянием факторов, в основном связанных с окружением, в котором существует человек. Это внешние факторы. Их отсутствие вызывает у человека чувство неудовлетворенности. В то же время их группы не обязательно вызывают состояние удовлетворенности, т.е. данные факторы не играют мотивирующей роли, они как бы связаны с устранением «боли», «страдания». Обычно их называют гигиеническими факторами, или «факторами здоровья», как бы подчеркивая, что они создают нормальные здоровые условия бытия.

«Факторы здоровья» могут быть рассмотрены как группа потребностей человека в устранении трудностей, желаний и проблем. Эти факторы помогают человеку устранить «боль», которую он переживает в их отсутствие, но они не являются мотивирующими, поскольку обеспечивают нормальные условия и фактически не приводят к удовлетворенности.

На основе разработанной им концепции двух факторов Герцберг сделал вывод о том, что при наличии у людей чувства неудовлетворенности необходимо обращать первостепенное внимание на те факторы, которые вызывают неудовлетворенность, и делать все, для того чтобы устранить это чувство. После того как достигнуто состояние отсутствия неудовлетворенности пытаться мотивировать людей с помощью «факторов здоровья» практически бесполезно. Лучше всего сконцентрировать внимание на приведении в действие мотивирующих факторов и пытаться добиваться высоких результатов через механизм достижения людьми состояния удовлетворенности.

Критически подходя к теоретическим положениям Ф. Герцберга, следует отметить, что один и тот же фактор может вызывать у разных людей неадекватную реакцию. Вводимые им факторы (мотивирующие и гигиенические – связанные с окружающей средой) могут являться источником мотивации в зависимости от потребностей конкретных людей. Поскольку у разных людей разные потребности, то и мотивировать разных людей будут разные факторы.

Кроме того, Ф. Герцберг предполагал наличие сильной корреляции между удовлетворением от работы и производительностью труда. Как показывают другие исследования, такая корреляция существует далеко не всегда. Хеллригел и Слокам отмечают в этой связи: «Повышение производительности относится к разряду вторичных среди целей… Усиление мотивирующих факторов не всегда приводит к повышению производительности».

Например, человек может любить свою работу потому, что считает коллег друзьями и, общаясь с ними, он удовлетворяет свои социальные потребности. Вместе с тем такой человек может считать болтовню с коллегами более важным делом, чем исполнение порученной ему работы. Таким образом, несмотря на высокую степень удовлетворения работой, производительность может оказаться низкой. В силу того, что социальные потребности играют очень важную роль, введение таких мотивирующих факторов, как усиление ответственности за порученное дело, может не оказать мотивирующего воздействия и не привести к росту производительности труда. Это будет именно так, особенно в том случае, если другие работники воспримут возрастание производительности труда данного работника как нарушение негласно установленных норм выработки.

Можно констатировать, что мотивацию надо воспринимать как вероятностный процесс. То, что мотивирует данного человека в конкретной ситуации, может не оказать никакого воздействия на него в другое время или на другого человека в аналогичной ситуации.

**5. Теория ERG Клейтона Альдерфера**

Так же, как и А.Маслоу, Клейтон Альдерфер в своей теории (ERG – existence, relatedness, growth) исходил из того, что потребности человека могут быть объединены в отдельные группы. Однако, в отличие от теории иерархии потребностей А. Маслоу, он считал, что существуют три группы потребностей:

1) потребности существования (existence);

2) потребности социальные (relatedness);

3) потребности роста (growth).

Группы потребностей данной теории достаточно наглядно соотносятся с группами потребностей теории А. Маслоу.

Потребности существованиякак бы включают две группы потребностей «пирамиды» А. Маслоу: потребности безопасности, за исключением групповой безопасности, и физиологические потребности. Группа потребностей связи явно корреспондирует с группой потребностей принадлежности и причастности.

Потребности социальные*,* по К. Альдерферу, отражают социальную природу человека, его стремление быть членом семьи, иметь коллег, друзей, врагов, начальников и подчиненных. Поэтому к данной группе можно отнести также часть потребностей признания и самоутверждения из «пирамиды» А. Маслоу, которые связаны со стремлением человека занимать определенное положение в окружающем мире, а также ту часть потребностей безопасности «пирамиды» А. Маслоу, которые связаны с групповой безопасностью.

Потребности ростааналогичны потребностям самовыражения «пирамиды» А. Маслоу и включают также те потребности группы признания и самоутверждения, которые связаны со стремлением человека к развитию уверенности, к самосовершенствованию и т.п.

Эти три группы потребностей так же, как и в теории А. Маслоу, расположены иерархически. Однако между теориями А. Маслоу и К. Альдерфера есть одно принципиальное различие. Оно состоит в том, что, по А. Маслоу, происходит движение от потребности к потребности только снизу вверх; К. Альдерфер считает, что движение идет в обе стороны – наверх, если не удовлетворена потребность нижнего уровня, и вниз, если не удовлетворена потребность более высокого уровня. При этом К. Альдерфер считает, что в случае неудовлетворения потребности верхнего уровня усиливается степень действия потребности более низкого уровня, что переключает внимание человека на этот уровень. Например, если человек не смог удовлетворить потребности роста, у него опять «включаются» потребности связи, и это вызывает процесс регрессии с верхнего уровня потребностей на нижний.

В соответствии с теорией К. Альдерфера иерархия потребности отражает восхождение от более конкретных потребностей к менее конкретным. Он считает, что каждый раз, когда потребность не удовлетворяется, происходит переключение на более простую потребность. И этот процесс определяет наличие движения сверху вниз.

Процесс движения вверх по уровням потребностей Альдерфер называет процессом удовлетворения потребностей*,* а процесс движения вниз – процессом фрустрации*,* т.е. поражения в стремлении удовлетворить потребность. Наличие двух направлений движения в удовлетворении потребностей открывает дополнительные возможности в мотивировании людей. Теория Альдерфера, являясь относительно молодой, имеет достаточно небольшое число эмпирических подтверждений ее правильности. Однако знание этой теории является полезным для практики управления, так как она открывает для менеджеров перспективы поиска эффективных форм мотивирования, соотносящихся с более низким уровнем потребностей, если нет возможности создать условия для удовлетворения потребностей более высокого уровня.

**6. Теория приобретенных потребностей МакКлелланда**

Широко распространенной концепцией потребностей, определяющих мотивацию человека к деятельности, является концепция МакКлелланда, связанная с изучением и описанием влияния соучастия и потребности властвования. В соответствии с идеями МакКлелланда такие потребности, если они достаточно четко проявляются у человека, оказывают заметное воздействие на его поведение, заставляя прилагать усилия и осуществлять действия, которые должны привести к удовлетворению потребностей. При этом МакКлелланд рассматривает такие потребности как приобретенные под влиянием жизненных обстоятельств, опыта и обучения.

Потребность достиженияпроявляется в стремлении человека достигать стоящих перед ним целей более эффективно, чем он делал это ранее. Люди с высоким уровнем потребности достижения предпочитают самостоятельно ставить свои цели. Они обычно выбирают умеренно сложные цели и задачи исходя из того, чего они могут достичь и что могут сделать. Люди с выраженной потребностью достижения склонны принимать умеренно рискованные решения и ожидать немедленной обратной связи. Им нравится принимать решения и отвечать за них, они одержимы теми задачами, которые решают, и легко берут на себя персональную ответственность.

МакКлелланд на основе проведенных исследований пришел к выводу, что данная потребность может быть отнесена к характеристике не только отдельных людей, но и отдельных обществ. Те общества, где высока потребность достижения, обычно имеют хорошо развитую экономику. И, наоборот, в обществах, характеризуемых низкой потребностью достижения, экономика развивается низкими темпами либо совсем не развивается.

Потребность соучастияпроявляется в стремлении к дружеским отношениям с окружающими. Люди с высокой потребностью соучастия стараются устанавливать и поддерживать хорошие отношения, стремясь получить одобрение и поддержку со стороны окружающих, обеспокоены тем, как о них думают другие. Для них очень важным является тот факт, что они нужны кому-то, что их друзья и коллеги не безразличны к ним и их действиям.

Потребность властвоватьявляется третьей крупной потребностью, влияние которой на поведение человека изучено и описано МакКлелландом. Данная потребность так же, как и две предыдущих, является приобретенной, развивается на основе обучения, жизненного опыта и состоит в том, что человек стремится контролировать ресурсы и процессы, протекающие в его окружении. Основной направленностью данной потребности является стремление контролировать действия людей, оказывать влияние на их поведение, брать на себя ответственность за действия и поведение других. Потребность властвовать имеет два полюса: стремление иметь как можно больше власти, контролировать все и всех и в противоположность этому – стремление полностью отказываться от каких-либо притязаний на власть, желание полностью избегать таких ситуаций и действий, которые связаны с необходимостью выполнять властные функции.

Лица с высокой мотивацией властвования могут быть подразделены на две взаимоисключающие друг друга группы. Первую группусоставляют те, кто стремится к власти ради власти. Ко второй группеотносятся лица, которые стремятся к получению власти ради того, чтобы добиваться решения групповых задач. Эти люди удовлетворяют свою потребность властвования тем, что определяют цели, ставят задачи перед коллективом и участвуют в процессе их достижения. Важно отметить, что они ищут возможности мотивирования людей на достижение поставленных целей и работают вместе с коллективом как над определением целей, так и над их достижением. То есть потребность властвования для этих людей – не стремление к властному самоутверждению ради удовлетворения своего тщеславия, а стремление к выполнению ответственной руководящей работы, связанной с решением организационных задач, что, кстати, также является стремлением к властному самоутверждению.

Потребности достижения, соучастия и властвования в концепции МакКлелланда не исключают друг друга и не расположены иерархически, как в концепциях А. Маслоу и Альдерфера. Более того, проявление влияния этих потребностей на поведение человека существенно зависит от их взаимовлияния. Так, если человек находится на руководящей позиции и имеет высокую потребность властвования, то для успешного осуществления управленческой деятельности в соответствии со стремлением к удовлетворению этой потребности желательно, чтобы потребность в соучастии была у него слабо выражена. К негативному с точки зрения выполнения менеджером своей работы влиянию на ее результаты комбинация сильной потребности достижения и сильной потребности властвования, поскольку первая потребность все время будет ориентировать властвование на достижение личных интересов менеджера. Нельзя делать однозначно жестких выводов о том, в каком направлении воздействуют друг на друга три рассматриваемые потребности. Однако совершенно очевидно, что необходимо принимать во внимание их взаимовлияние при анализе мотивации и поведения человека и выработке методов управления процессом формирования и удовлетворения потребностей.

Сравнительные характеристики основных теорий мотивации приведены ниже.

**7. Теории А. Маслоу и Г. Муррея**

1. Потребности делятся на первичные и вторичные и представляют пятиуровневую иерархическую структуру, в которой они располагаются в соответствии с приоритетом.

2. Поведение человека определяет самая нижняя неудовлетворенная потребность иерархической структуры.

3. После того, как потребность удовлетворена, ее мотивирующее воздействие прекращается.

**Теория** Д. **МакКлелланда**

1. Три потребности, мотивирующие человека, – это потребности власти, успеха и принадлежности (социальная потребность).

2. Сегодня особенно важны эти потребности высшего порядка, поскольку потребности низших уровней, как правило, уже удовлетворены.

**Теория Ф. Герцберга**

1. Потребности делятся на гигиенические факторы и мотивации.

2. Наличие гигиенических факторов в основном не дает развиваться неудовлетворенности работой.

3. Мотивации, которые примерно соответствуют потребностям высших уровней у А. Маслоу, Г. Муррея и Д. МакКлелланда, активно воздействуют на поведение человека.

4. Для того чтобы эффективно мотивировать подчиненных, менеджер должен сам вникнуть в сущность работы.