

Υποενότητα 4.2: Κίνητρα και επιμονή

Μαθησιακοί στόχοι

- Προσδιορισμός και κατανόηση των εννοιών των κινήτρων και της επιμονής και των αποχρώσεών τους.
- Να αυξήσουμε τα κίνητρα και την επιμονή μας χάρη στα εργαλεία και τις τεχνικές που παρέχονται στην παρούσα υποενότητα.
- Σκεφτείτε και προσαρμόστε τους στόχους μιας εταιρείας στις αρχές της κυκλικής οικονομίας.

Ορισμός

Τα κίνητρα και η επιμονή είναι δύο ικανότητες που συνδέονται στενά μεταξύ τους.

Η παρακίνηση μπορεί να οριστεί ως η ικανότητα να κινητοποιούμε τους εσωτερικούς μας πόρους για την επίτευξη ενός στόχου, είναι αυτό που οδηγεί τη συμπεριφορά μας και καθορίζει τις ενέργειές μας.

Επίσης, τα κίνητρα μπορούν να θεωρηθούν ως ο λόγος για τον οποίο κάνουμε κάτι, και είναι μια διαδικασία που περιλαμβάνει βιολογικές, συναισθηματικές, κοινωνικές και γνωστικές πτυχές.

Για παράδειγμα, αν θέλουμε να πάρουμε προαγωγή στη δουλειά μας, πιθανόν να δημιουργήσουμε μια σειρά από ενέργειες για να πετύχουμε τον στόχο μας:

- Βιολογικό: Ξυπνάμε νωρίτερα για να πάμε στη δουλειά ή για να εκπαιδευτούμε σε ορισμένες πτυχές που θα μας βοηθήσουν να πετύχουμε τον στόχο μας.
- Συναισθηματικά: Να είμαστε πιο υπομονετικοί, να διαχειριζόμαστε τους κινδύνους με ψυχραιμία και να περνάμε την κρίση ελέγχοντας τα νεύρα μας, για παράδειγμα.
- Κοινωνικά: Να δουλέψουμε για να γίνουμε καλός και εκτιμώμενος ηγέτης, να βελτιώσουμε την επικοινωνία μας και τις ικανότητες επίλυσης συγκρούσεων. Να βελτιώσουμε τις ικανότητές μας στην ομαδική εργασία.
- Γνωστική: για παράδειγμα, για να προσαρμοστούμε στις απαιτήσεις της εργασίας.

Θα κάνουμε διάκριση μεταξύ εσωτερικών και εξωτερικών κινήτρων.

Η εσωτερική παρακίνηση συμβαίνει όταν εκτελούμε κάποια καθήκοντα για την απλή ευχαρίστηση της υλοποίησής τους- δεν χρειαζόμαστε καμία ανταμοιβή ή εξωτερικό παράγοντα για την υλοποίηση των καθηκόντων. Στην περίπτωση αυτή, η ικανοποίησή μας προέρχεται από την ίδια τη δραστηριότητα.

Για παράδειγμα, να πηγαίνουμε για κολύμπι κάθε Σαββατοκύριακο επειδή το απολαμβάνουμε.

Αντίθετα, τα **εξωγενή κίνητρα** είναι όταν πραγματοποιούμε εργασίες και εκτελούμε μια συμπεριφορά για να αποκτήσουμε κάτι που θέλουμε (ανταμοιβή) ή επειδή θέλουμε να αποφύγουμε την τιμωρία.

Για παράδειγμα, κάνουμε την εργασία μας επειδή θέλουμε να αποφύγουμε την τιμωρία από τον καθηγητή (για παράδειγμα πρόσθετες ασκήσεις).



Υπάρχουν τρία κύρια συστατικά στοιχεία των κινήτρων: ενεργοποίηση, επιμονή και ένταση.

Ενεργοποίηση είναι η απόφαση να ξεκινήσει κάτι, να ξεκινήσει μια συμπεριφορά για την επίτευξη ενός στόχου.

Η επιμονή ή επιμονή είναι η ικανότητα να συνεχίζουμε παρά τα εμπόδια που μπορεί να εμφανιστούν και θα εμφανιστούν στο δρόμο μας.

Η ένταση είναι η δύναμη που βάζουμε στην επιδίωξη του στόχου, η προσπάθεια που καταβάλλουμε. Μπορεί να είναι μια μικρή ένταση με μια μικρή δράση κάθε μέρα ή μια υψηλή ένταση, με πολλαπλές ενέργειες και συμπεριφορές για να φτάσουμε στο στόχο μας.

Τα τρία συστατικά είναι απαραίτητα για την παρακίνηση, αλλά ένα από τα πιο καθοριστικά είναι πιθανώς η επιμονή. Όλοι παίρνουμε την απόφαση να ξεκινήσουμε κάτι, αλλά τις περισσότερες φορές δεν είμαστε αρκετά επίμονοι ώστε να συνεχίσουμε κατά μήκος των ημερών και μέσα από τις δυσκολίες που μπορεί να προκύψουν. Η ένταση είναι επίσης το κλειδί, αλλά ακόμη και συμπεριφορές και ενέργειες μικρής έντασης μπορούν να οδηγήσουν στην επιτυχία, αν συνεχιστούν, δηλαδή αν επιμένουμε και δεν τα παρατήσουμε.

Κατευθυντήριες γραμμές της EntreComp

Η EntreComp μας δίνει την ακόλουθη ένδειξη:

"Μείνετε συγκεντρωμένοι και μην τα παρατάτε".

Πώς;

- Να είστε αποφασισμένοι να μετατρέψετε τις ιδέες σε δράση και να ικανοποιήσετε την ανάγκη σας να επιτύχετε.

- Να είστε προετοιμασμένοι να είστε υπομονετικοί και να συνεχίσετε να προσπαθείτε να επιτύχετε τους μακροπρόθεσμους ατομικούς και ομαδικούς σας στόχους.
- Να είστε ανθεκτικοί σε συνθήκες πίεσης, αντιξοότητας και προσωρινής αποτυχίας.

Επάρκεια βήμα προς βήμα

1. Μείνετε προσηλωμένοι.
2. Να είστε αποφασισμένοι.
3. Επικεντρωθείτε σε αυτό που σας δίνει κίνητρο.
4. Να είστε ανθεκτικοί.
5. Μην τα παρατάτε.

Μεθοδολογίες και εργαλεία

1. Πώς να εκπαιδεύσετε τα κίνητρά σας.

- **Λάβετε υπόψη ότι τα κίνητρα είναι ένα ψυχολογικό στοιχείο.**

Μπορείτε να έχετε κίνητρο ακόμη και αν δεν έχετε τίποτα υλικό και βρίσκεστε στη μεγαλύτερη φτώχεια και, αντίθετα, μπορείτε να μην έχετε κίνητρο ακόμη και αν έχετε όλα τα κλειδιά στα χέρια σας για να φτάσετε στο στόχο σας. Το θέμα είναι ότι οι άνθρωποι που πετυχαίνουν δεν είναι οι πλουσιότεροι ή οι εξυπνότεροι, αλλά αυτοί που συνεχίζουν παρά τις αποτυχίες, τις αντιξοότητες και τις δυσκολίες.

- **Χωρίστε τους στόχους σας σε μικρότερους και ενδιάμεσους στόχους.**

Αν έχετε στο οπτικό σας πεδίο μόνο έναν μακροπρόθεσμο και περίπλοκο στόχο, θα νιώθετε ότι είναι ανέφικτος και θα αποθαρρύνετε εύκολα. Αν θέσετε μικρούς ενδιάμεσους στόχους και ένα βραχυπρόθεσμο/μεσοπρόθεσμο χρονοδιάγραμμα για την επίτευξή τους, θα μπορέσετε να εκπληρώσετε ορισμένους από αυτούς και αυτό θα σας δώσει το αίσθημα της επίτευξης. Αυτό είναι πολύ σημαντικό γιατί σας υποκινεί να συνεχίσετε, καθώς το αντιλαμβάνεστε ως μια μικρή νίκη.

- **Θεωρήστε τις αποτυχίες ως ένα φυσιολογικό μέρος της επιτυχίας.**

Κανείς δεν ξεκινάει κάτι και δεν πετυχαίνει αμέσως- υπάρχουν πολλές αποτυχίες, αμφιβολίες, απογοητεύσεις, εξάντληση και άγχος. Το ζήτημα είναι ότι συχνά δεν βλέπουμε τα προηγούμενα βήματα προς την επιτυχία των άλλων ανθρώπων, βλέπουμε μόνο το χρυσό κομμάτι. Έτσι, να θυμάστε πάντα ότι οι αποτυχίες και τα λάθη είναι μέρος του δρόμου προς την επιτυχία και μας επιτρέπουν να μαθαίνουμε και να βελτιωνόμαστε.

- **Οραματιστείτε τον στόχο σας.**

Οι στόχοι μας μερικές φορές φαίνονται μακρυνοί και ανέφικτοι και χάνουμε την όρασή μας για το μονοπάτι. Εκτός από τα προηγούμενα βήματα που αναφέρθηκαν παραπάνω, ζωγραφίστε μια εικόνα του εαυτού σας να φτάνετε στο στόχο σας με όλη τη χαρά και τα

οφέλη που θα σας αποφέρει. Προσπαθήστε να την κάνετε όσο το δυνατόν πιο ελκυστική και να δημιουργεί βαθιά συναισθήματα μέσα σας. Όταν έχετε πτώσεις, κοιτάξτε αυτή την εικόνα και θα τις νιώσετε ξανά, θυμηθείτε γιατί κάνετε όλες αυτές τις προσπάθειες και τις θυσίες.

0. Πώς να μετατρέψετε τους στόχους σας σε στόχους S.M.A.R.T.;

Τις περισσότερες φορές, τείνουμε να θέτουμε γενικούς και φιλόδοξους στόχους, οι οποίοι οδηγούν σε μια προβλέψιμη αποτυχία λόγω της έλλειψης λεπτομερειών που αναφέρονται στο γιατί, τι, πώς, πόσο καιρό και πόσο περιγράφουμε για τους στόχους αυτούς. Η μέθοδος μετατροπής των μη συγκεκριμένων στόχων σε στόχους SMART είναι ένα εργαλείο που μας επιτρέπει να γίνουμε πιο συγκεκριμένοι, άρα πολύ πιο αποδοτικοί και με αυτό τον τρόπο να επιτύχουμε τον στόχο μας. Ας δούμε πώς λειτουργεί:



S για Specific: Τι θέλουμε να κάνουμε; Τι πρέπει να κάνουμε; Πώς θα το κάνουμε; Οι στόχοι πρέπει να είναι πολύ συγκεκριμένοι και να απαντούν με σαφήνεια σε αυτά τα ερωτήματα.

M για μετρήσιμο: Η ποσοτικοποίηση του στόχου, ακόμη και αν κάνουμε διαφορετικά σενάρια, είναι το κλειδί για να παρακολουθήσουμε την εξέλιξη της εργασίας μας και να δούμε αν είμαστε πιο κοντά ή όχι στην επίτευξη του στόχου.

A για το Εφικτό: Μπορούμε πραγματικά να επιτύχουμε αυτόν τον στόχο με τους πόρους που διαθέτουμε; Είναι ένας ρεαλιστικός στόχος που η ομάδα μας μπορεί να επιτύχει; Ο καθορισμός ανέφικτων στόχων είναι ένα συχνό λάθος το οποίο, εκτός από τη σπατάλη πόρων, έχει αρνητικές παρενέργειες, όπως απογοήτευση, απώλεια κινήτρων της ομάδας, έλλειψη εμπιστοσύνης και σιγουριάς προς την εταιρεία και την ικανότητα των εργαζομένων κ.λπ.

R για Σχετικό: Προσπαθήστε να δείτε τον στόχο σας και τον λόγο ύπαρξης της εταιρείας. Συντονίζονται; Ο στόχος σας προσθέτει αξία και βοηθά την εταιρεία να επιδιώξει το όραμά της;

T για Time-bound: Συνδέστε τον στόχο σας με μια ημερομηνία, ένα ημερολόγιο με μικρότερους στόχους, αν είναι απαραίτητο. Αυτό θα σας βοηθήσει να διατηρήσετε την πορεία προς τον στόχο και να παρακολουθείτε τις αποκλίσεις.

Εφαρμογή κυκλικής οικονομίας

Στην πρακτική δραστηριότητα που ακολουθεί, θα περιγράψετε τους στόχους σας S.M.A.R.T. Θυμηθείτε ότι η κυκλική οικονομία είναι απαραίτητη για το μέλλον του πλανήτη μας. Όταν διευθετήσετε τους στόχους σας, σκεφτείτε πώς θα μπορούσατε να ενσωματώσετε τις αρχές της

κυκλικής οικονομίας που περιγράφηκαν προηγουμένως. Η προώθηση των αρχών της κυκλικής οικονομίας και της βιωσιμότητας έχει θετικό αντίκτυπο στον πλανήτη, είτε σε τοπικό είτε σε παγκόσμιο επίπεδο. Αυτή είναι μια πτυχή που μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την προώθηση της μάρκας και να δώσει συγκριτικό πλεονέκτημα, καθώς όλο και περισσότεροι ανησυχούν για τη βιωσιμότητα και την κλιματική αλλαγή. Μπορείτε να δείτε ένα παράδειγμα παρακάτω για έμπνευση.

Πρακτική δραστηριότητα: **SMART Στόχοι**

Στόχος: Να αναπτύξει δεξιότητες διαχείρισης θέτοντας συγκεκριμένους, μετρήσιμους, εφικτούς, σχετικούς και χρονικά περιορισμένους στόχους για προσωπικούς και επαγγελματικούς σκοπούς.

Υλικά: κατεβάστε το πρότυπο δραστηριότητας [εδώ](#).

Χρόνος: 15-30 λεπτά.

Μεθοδολογία:

1. Γράψτε τον στόχο σας και καθορίστε **γιατί** έχετε κίνητρο να τον επιτύχετε. Αυτό θα σας βοηθήσει να θυμάστε τον λόγο για τον οποίο ξεκινήσατε αυτή την περιπέτεια όταν έχετε μειωμένες ταχύτητες.
2. Προσδιορίστε δύο ή τρεις εσωτερικούς και εξωτερικούς παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν αρνητικά τα κίνητρα και την επιμονή σας. Γράψτε μια πιθανή λύση για να τους ξεπεράσετε.
3. Στόχοι SMART. Γράψτε τον στόχο σας όπως σας έρχεται στο μυαλό. Στη συνέχεια, μετατρέψτε τον σε στόχο SMART λαμβάνοντας υπόψη τις αρχές της κυκλικής οικονομίας.

Ας πάρουμε το ακόλουθο παράδειγμα:

1. **Στόχος:** Θέλω να ανοίξω ένα ανθοπωλείο. **Γιατί;** (κίνητρα): Γιατί μου αρέσει να δημιουργώ λουλούδια από παιδί και το απολαμβάνω πραγματικά. Επιπλέον, προτιμώ να έχω το δικό μου κατάστημα γιατί είμαι ελεύθερη να δουλέψω πάνω στις δημιουργίες που θέλω και να προτείνω μια επιλογή από ανθοδέσμες που έχω δημιουργήσει η ίδια. Θέλω να κερδίζω χρήματα από το πάθος μου.
2. **Εσωτερικοί** παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν τα κίνητρά μου ή/και την επιμονή μου:
 - a. Η έλλειψη χρημάτων και οι χαμηλές πωλήσεις στην αρχή μπορεί να επηρεάσουν τα κίνητρά μου και να με κάνουν να εγκαταλείψω.
 - b. Είμαι πολύ ευαίσθητη στα σχόλια, και αν οι άνθρωποι ασκούν κριτική ή δεν αγοράζουν συχνά τα προϊόντα μου, μπορεί γρήγορα να νιώσω απογοητευμένη.**Εξωτερικοί** παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν τα κίνητρά μου ή/και την επιμονή μου:
 - a. Αν δέχομαι λίγες επισκέψεις στο κατάστημα, αυτό θα επηρεάσει την ικανότητά μου να επιμείνω στη δημιουργία νέων σχεδίων για τους ανθρώπους.

- b. Το πλαίσιο της παγκόσμιας κρίσης με τον πληθωρισμό και τη χαμηλή κατανάλωση μπορεί να με κάνει να αμφιβάλω για την απόφασή μου να ξεκινήσω μια επιχείρηση.

Πιθανές λύσεις για την αντιμετώπισή του:

Εσωτερικοί παράγοντες:

- Προγραμματίστε τις εκτιμώμενες πωλήσεις σε μηνιαία βάση για το πρώτο έτος και κάντε τρία σενάρια: το χειρότερο, το μεσαίο και το καλύτερο. Καθορίστε πόσες πωλήσεις θα πρέπει να επιτύχετε για να διατηρήσετε την επιχείρηση και λάβετε υπόψη ότι ο πρώτος χρόνος θα είναι πιθανώς ο πιο δύσκολος οικονομικά. Αν λάβετε κάποιες πληροφορίες και ελέγξετε ότι το να μην είστε κερδοφόροι στα πρώτα στάδια είναι φυσιολογικό, θα νιώσετε μεγαλύτερη ασφάλεια και θα προσπαθήσετε να φτάσετε στο "επίπεδο ισορροπίας" (δεν χάνω χρήματα, αλλά δεν βγάζω ακόμα κέρδη).
- Όταν ξεκινάτε την επιχείρησή σας, μπορείτε να αισθάνεστε ότι οποιαδήποτε κριτική προς το προϊόν σας απευθύνεται απευθείας σε εσάς. Είναι υψίστης σημασίας να πάρετε κάποια απόσταση από τα σχόλια και να συνειδητοποιήσετε ότι είναι φυσιολογικό να σχολιάζονται τα προϊόντα. Εάν τα σχόλια είναι αρνητικά, προσπαθήστε να τα γράψετε και να τα αναλύσετε για να βελτιώσετε κάποια χαρακτηριστικά στο μέλλον. Πάρτε τα σχόλια ως μια δυνατότητα ανάπτυξης, όχι ως επίθεση, και συνεχίστε!

Εξωτερικοί παράγοντες:

- Αν έχετε λίγες επισκέψεις, πρέπει να βρείτε έναν τρόπο να κερδίσετε περισσότερες επισκέψεις. Δεν πρέπει να αφήνετε τον εαυτό σας να αποθαρρύνεται αν κάποια γεγονότα επηρεάζουν την επιχείρησή σας, αλλά αντίθετα να προσπαθείτε να αντιδράσετε όσο το δυνατόν γρηγορότερα για να αντιστρέψετε την κατάσταση. Πώς θα μπορούσα να τραβήξω την προσοχή στο ανθοπωλείο μου; Κάντε έναν κατάλογο με τις ιδέες που έχετε- για παράδειγμα: διαγωνισμός, χορηγία, διαφήμιση κ.λπ.
- Εάν δεν έχετε ξεκινήσει την επιχείρησή σας, λάβετε υπόψη αυτό το πλαίσιο και λάβετε το υπόψη στην πρόβλεψη των πωλήσεών σας για να εκτιμήσετε εάν ο αντίκτυπος είναι πολύ μεγάλος για να είναι κερδοφόρα η επιχείρησή σας. Αν έχετε ξεκινήσει την επιχείρησή σας, προσπαθήστε να δείτε σε ποια καμπύλη πρόβλεψης βρίσκεστε (χαμηλές πωλήσεις, μεσαίες ή υψηλές πωλήσεις) και προσπαθήστε να βρείτε πώς θα επιτύχετε το σημείο ισορροπίας (καμπύλη μεσαίων πωλήσεων).

1. Καταγράψτε τον στόχο σας και μετατρέψτε τον σε στόχο S.M.A.R.T.

Στόχος: Ανοίξτε ένα ανθοπωλείο. **S.M.A.R.T:**

- **Συγκεκριμένα:** Στόχος μου είναι να ανοίξω ένα ανθοπωλείο στο κέντρο της πόλης Valladolid και να γίνω ένα κατάστημα αναφοράς για τον στολισμό τελετών (γάμος, βάπτισμα, κοινωνία κ.λπ.). Θα προσφέρουμε δημιουργικές και κομψές συνθέσεις λουλουδιών που θα βασίζονται εν μέρει σε τοπικά καλλιεργούμενα λουλούδια και θα κάνουμε εκστρατείες επικοινωνίας μέσω του Facebook και του Instagram, καθώς και μέσω της χορηγίας τοπικών εκδηλώσεων, χάρη στη διαπραγμάτευση και τις συμφωνίες με τοπικούς δημόσιους φορείς και ΜΚΟ (για παράδειγμα, υποτροφίες για το Πάσχα κ.λπ.).

- **Μετρήσιμο:** 1.060 έως 1.300 πωλήσεις λουλουδιών.

- **Εφικτό:** από τον Ιανουάριο έως τον Μάρτιο και από τον Σεπτέμβριο έως τον Δεκέμβριο, και στόχους 100-120 μηνιαίων πωλήσεων από τον Απρίλιο έως τον Αύγουστο. Παρακάτω προτείνουμε δύο σενάρια: Πωλήσεις L που αντιστοιχεί σε σενάρια χαμηλότερων πωλήσεων και πωλήσεις H που αναφέρεται σε σενάρια υψηλότερων πωλήσεων.

Μήνας	Ιαν	Φεβ	Μαρ	Απρ	Μάιος	Ιούν	Ιουλ	Αυγ	Σεπ	Οκτ	Νοε	Δεκ	Σύνολο
Πωλήσεις L	80	80	80	100	100	100	100	100	80	80	80	80	1060
Πωλήσεις H	100	100	100	120	120	120	120	120	100	100	100	100	1300

- **Σχετικό:** Ο στόχος αυτός διευθετήθηκε μετά από έρευνα αγοράς που έδειξε την παρουσία πολύ λίγων ανθοπωλείων που δεν προσέφεραν ούτε ειδικές ούτε δημιουργικές συνθέσεις λουλουδιών. Επιπλέον, εισάγουν λουλούδια από άλλες χώρες, γεγονός που έχει πολύ υψηλές περιβαλλοντικές επιπτώσεις. Η πόλη έχει πολλές τοπικές γιορτές που ενσωματώνουν ανθοστολισμούς. Θα παραδώσουμε τα λουλούδια με ποδήλατο για να μειώσουμε τις εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα. Η αγορά τοπικών λουλουδιών θα μας επιτρέψει να βελτιώσουμε την τοπική οικονομία και να προωθήσουμε την επωνυμία μας ως αφοσιωμένη στην τοπική κοινωνία και το περιβάλλον.

- **Χρονοδιάγραμμα:** μέχρι το τέλος του πρώτου έτους.

Προτάσεις μαθησιακού υλικού

Αργό λουλούδι: όλη η ομορφιά των φρέσκων κομμένων λουλουδιών, χωρίς βλαβερές συνέπειες για το περιβάλλον: <https://circulareconomy.europa.eu/platform/en/good-practices/slow-flower-all-beauty-fresh-cut-flowers-without-harmful-effects-environment>

Γιατί η αποτυχία είναι σημαντικό μέρος της επιτυχίας:

<https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2022/07/18/why-failing-is-an-important-part-of-success/>