



DIN PERSONLIGA DRIVKRAFTSANALYS

– visar vad som motiverar dig

Henrik Wigh

Demo
henrik@ensize.se
Analysdatum: 2010-12-01
Tid: 27 minuter
Utskriftsdatum: 2013-03-25

ENSIZE Utbildning 00
Utbildning 00
Soleftegatan 15
16253 Vällingby
utb00@ensize.com

Innehållsförteckning

- 2 Introduktion : Moroten
- 4 Beskrivning av de sju drivkrafterna
- 5 Utifrån dina svar på analysen får du följande procentuella fördelning på de olika drivkrafterna.
- 6 Din starkaste drivkraft
- 7 Din näst starkaste drivkraft
- 8 Din tredje starkaste drivkraft
- 9 Din fjärde starkaste drivkraft
- 10 Beskrivning av olika kombinationer av drivkrafter

Introduktion : Moroten

Varför är det betydelsefullt att känna till vad som motiverar en medarbetare? Helt enkelt därför att motivation handlar om personliga värderingar, om vad som är meningsfullt i livet. Det kan se olika ut hos olika individer. För att få motiverade medarbetare måste det finnas ett klimat och ett belöningsystem på arbetsplatsen som stödjer människors personliga drivkrafter. Motivation handlar om att vinna medarbetarnas 'hjärtan', inte om att vädja till deras förstånd!

Är det rätt eller fel att utdöma dödsstraff? Ska vi tillämpa könskvotering vid anställningar? Om en människa är intresserad av makt eller personlig framgång, är det bra eller dåligt? Alla dessa frågor är värdeladdade. Det går att argumentera både för och emot. En värdering är en grundläggande övertygelse som innehåller

- ett dömande, värderande inslag
- indikerar vad som är rätt/fel/önskvärt
- tenderar att vara relativt stabila och bestående över tid
- grundläggs tidigt i livet genom inflytande från föräldrar, lärare, vänner och andra
- vägledning om vilka beteenden som är att föredra, både ur ett personligt och socialt perspektiv

Attityder är ett mått på vårt sinnestillstånd, våra åsikter och bedömningar av världen vi lever i. De reflekterar en ståndpunkt vi har intagit utifrån våra värderingar och är mer flexibla än värderingar. En attityd innehåller värdeladdade uttalanden om föremål/företeelser, händelser eller människor. "Jag tycker om mitt jobb" är ett exempel på en attityd jag kan ha om mitt arbete.

Attityder består av tre komponenter:

- En kognitiv komponent: ett medvetet tankeinnehåll t.ex. "Det är fel att diskriminera människor på grund av ras, kön eller religion."
- En affektiv komponent: ett känslolinnehåll t.ex. "Jag tycker inte om chefen för han diskriminerar"
- En beteendekomponent: en intention att bete sig på ett visst sätt i förhållande till något/någon t.ex. "Jag undviker chefen för han diskriminerar"

Introduktion : Moroten, fortsättning...

Attityder fyller olika funktioner för en individ:

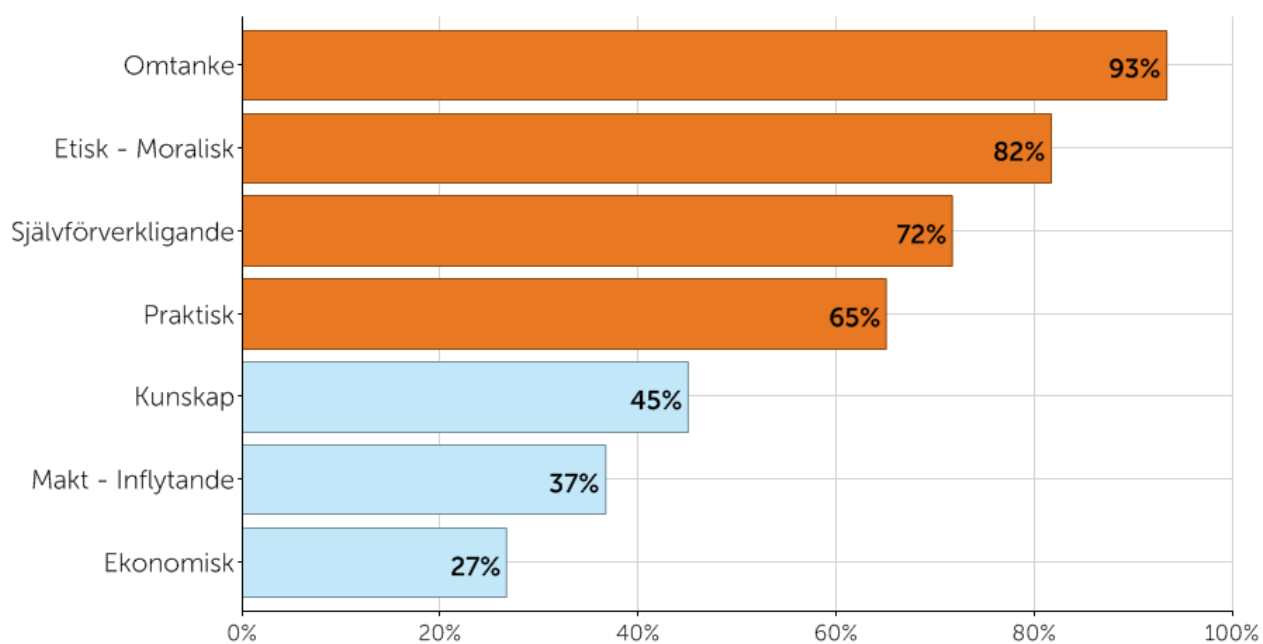
- Attityder ger mening (kunskap) åt livet. Politiska eller religiösa ideologier fyller ofta denna funktion.
- Attityder hjälper oss att uttrycka oss själva. De hjälper oss att definiera vilka vi är och får oss därigenom att må bra.
- Attityder har också en instrumentell funktion. Vi använder vissa attityder därför att vi tror att vi ska få belöningar eller undgå bestraffningar, t.ex. när vi smickrar någon, eller tiger med vår uppfattning om vi tror att vår åsikt är impopulär.
- Attityder försvarar vårt ego. Vi kan använda en attityd för att rättfärdiga en handling, som annars skulle ge oss skuld känslor. Vi kan t.ex. ha motstridiga känslor mot en förälder eller partner, men våra värderingar säger oss att vi ska älska dem förbehållslöst.

Forskning visar att människor strävar efter överensstämmelse mellan sina attityder (drivkrafter) och sitt beteende och vill framstå som rationella och konsekventa. När detta inte är möjligt känner vi oss obekväma. Vi försöker då återfå jämvikten mellan attityd och beteende antingen genom att förändra vår attityd eller vårt beteende. Med kunskap om grundläggande värderingar och attityder går det att förutsäga och förstå varför en individ beter sig som han/hon gör. En medarbetares prestation och trivsel är vanligen bättre om hans/hennes värderingar överensstämmer med organisationens. Ledare kan försöka agera på sådant sätt att det skapar positiva attityder till arbetet.

Beskrivning av de sju drivkrafterna

- Individer med **kunskap** som stark drivkraft är huvudsakligen intresserade av att upptäcka, söka efter fakta och information. "Det är en glädje att veta!" En sådan individ intar gärna en "tänkande" hållning och bortser oftast från ett föremåls skönhet, praktiska nytta eller ekonomiska värde. Individer med kunskap som drivkraft vill observera och förstå sammanhang. Han/hon ser på verkligheten med kritiska och rationella ögon.
- Individer med stark **ekonomisk** drivkraft har ett starkt intresse för pengar. De är inriktade på vad som är lönsamt och vill ha ekonomisk avkastning på gjorda investeringar. Investeringar kan avse både tid och pengar. Personer med stark ekonomisk drivkraft strävar efter den trygghet som ekonomiska tillgångar innebär. De kan ha ett behov av att överträffa andra när det gäller ekonomiska och materiella tillgångar.
- Individer med **självförverkligande** som stark drivkraft har ett starkt intresse för personlig utveckling och välbefinnande. En individ med självförverkligande drivkraft värdesätter miljöer som ger utrymme för kreativitet och nytänkande. Den personliga utvecklingen kan uttryckas på så sätt att man vill ha utrymme att pröva egna eller andras idéer. Inre reflektion och återkoppling är en naturlig arbetsmetod. Detta innebär att individen uppskattar omgivningingar som ger tid och utrymme för detta.
- Individer med stark **praktisk** drivkraft uppskattar det handfasta skapandet och ett klokt utnyttjande av resurser. Tillverka och skapa är nyckelbegrepp i den här drivkraften. Individer med praktisk drivkraft har blick för sådant som kan komma till nytta och vara praktiskt användbart. De är ofta händiga och har förmåga att starta, driva och färdigställa projekt. De vill gärna visa andra vad de har tillverkat och skapat.
- Individer med **omtanke** som stark drivkraft är intresserade av andra människor, deras samspel och välmående. De uppfattas ofta som vänliga, sympatiska och osjälviska. De är ibland villiga att avstå från egen vinning (att tjäna pengar) om det visar sig att ett beslut är eller kan vara förlustbringande för en medmänniska. En individ med stark omtanke som drivkraft kan uppleva personer med drivkrafter som kunskap, praktisk och makt - inflytande som likgiltiga och okänsliga.
- Individer med **makt – inflytande** som stark drivkraft söker kontroll och makt. Behovet av kontroll kan vara av olika natur, dels självkontroll men också kontroll över andra. En individ med makt - inflytande som stark drivkraft söker framför allt personlig makt, inflytande och berömmelse. Att förstå spelets regler och ha god kontakt med inflytelserika personer är ofta viktigt. Drivkraften kan även uttryckas genom att man vill ha kontroll över viktiga beslut och hur och när resurser ska användas.
- En individ med **etisk - moralisk** drivkraft har en utpräglad känsla för rättvisa. Detta kan ta sig uttryck som att vilja arbeta i organisationer med tydliga strukturer, regler och gemensamma normer och värderingar. Det främsta intresset bakom denna drivkraft kan beskrivas som en vilja att stödja de "goda krafterna" i verksamheten eller samhället i stort. Individer med stark etisk - moralisk drivkraft har ett överordnat värdesystem för vad som är "rätt och fel", som de använder som en ledstjärna.

Utifrån dina svar på analysen får du följande procentuella fördelning på de olika drivkrafterna.



Din starkaste drivkraft: Omtanke

Individer med omtanke som drivkraft är intresserade av andra människor, deras samspel och välmående. De uppfattas ofta som vänliga, sympatiska och osjälviska. De är ibland villiga att avstå från egen vinning (att tjäna pengar) om det visar sig att ett beslut är eller kan vara förlustbringande för en annan medmänniska. En individ med stark omtanke som drivkraft kan uppleva personer med drivkrafter som kunskap, praktisk och makt - inflytande som likgiltiga och okänsliga.

Vanliga kännetecken för drivkraften:

- vill gärna vara till hjälp för andra
- kan lägga mycket tid och energi på den "goda saken"
- ser hellre det "goda" än det "onda" hos andra människor

Exempel på överanvändning av drivkraft:

- kan komma i konflikt med mer rationella beslutsfattare speciellt om någon lider skada eller hamnar i kläm
- kan ibland bli utnyttjade
- tar saker för personligt

Situationer och orsaker som kan skapa obehag eller stress:

- beslut som fattas enbart på rationella och ekonomiska grunder
- beslut som förorsakar större mänsklig skada än den ekonomiska vinsten
- att inte känna sig tillräcklig
- när de starkaste drivkrafterna inte tillfredsställs kommer individen visa ett mått av ointresse.

Viktiga saker som du kan förmedla till din omgivning som ökar din motivation:

- inte vara själviska och enbart vilja "tjäna" på andras arbete och insatser
- fokusera på hur alla kan komma till sin rätt och hur vi kan skapa en mer rättvis arbetssituation
- betona samspelet mellan människor, alla behövs och har en viktig funktion att fylla
- ge dig möjlighet att vara till hjälp för andra
- du får verka i ett arbetsklimat som är humant och tar hänsyn till människan
- vara del av en omtänksam grupp/företag

Din näst starkaste drivkraft: Etisk - Moralisk

En individ med etisk - moralisk drivkraft har en utpräglad känsla för rättvisa. Detta kan ta sig uttryck som att vilja arbeta i organisationer med tydliga strukturer, regler och gemensamma normer och värderingar. Det främsta intresset bakom denna drivkraft kan beskrivas som en vilja att stödja de "goda krafterna" i verksamheten eller samhället i stort. Individer med stark etisk - moralisk drivkraft har ett överordnat värdesystem för vad som är "rätt och fel", som de använder som en ledstjärna.

Vanliga kännetecken för drivkraften:

- har ett tydligt värdesystem
- beslutsfattande grundas på ett klart uttalat värdesystem
- försvarar värden som är väsentliga för en "god" organisation

Exempel på överanvändning av drivkraft:

- kan komma i konflikt med en alltför girig omgivning
- kan bli lite av "moralens väktare"
- kan i vissa fall upplevas som en person som dömer andra efter sin egen måttstock

Situationer och orsaker som kan skapa obehag eller stress:

- oetiska affärsuppgörelser
- orättvis behandling av medarbetare
- beslut där man inte kan överblicka konsekvenserna för dig själv eller andra
- när de starkaste drivkrafterna inte tillfredsställs kommer individen visa ett mått av ointresse.

Viktiga saker som du kan förmedla till din omgivning som ökar din motivation:

- inte utelämna eller förvränga fakta som kan underminera en organisations goda image
- vara tydlig med hur samspelet mellan människor skall fungera så att alla kan göra sitt bästa och nå gemensam framgång
- låta dig vara delaktig i en verksamhet som bidrar till att skapa en bättre värld för alla
- att ditt företag har tydliga värderingar och där man lever som man lär
- öppenhet och ärliga diskussioner kring svåra frågor som gäller etik och moral

Din tredje starkaste drivkraft: Självförverkligande

Individer med självförverkligande som stark drivkraft har ett starkt intresse för personlig utveckling och välbefinnande. En individ med självförverkligande drivkraft värdesätter miljöer som ger utrymme för kreativitet och nytänkande. Den personliga utvecklingen kan uttryckas på så sätt att man vill ha utrymme att pröva egna eller andras idéer. Inre reflektion och återkoppling är en naturlig arbetsmetod. Detta innebär att individen uppskattar omgivningar som ger tid och utrymme för detta.

Vanliga kännetecken för drivkraften:

- ser arbetet som ett sätt att förverkliga sig själv
- uttrycksfull och kommunikativ när det gäller nyskapande
- kan bli undfallande eller undvikande i situationer som innebär personligt misslyckande eller otrivsel
- uppskattar andra som uttrycker sig kreativt

Exempel på överanvändning av drivkraft:

- den egna utvecklingen kan ske på bekostnad av arbetsuppgiften/helheten
- alltför vida och yviga idéer där riskbedömningen är svag
- lyssnar inte på omgivningens förslag

Situationer och orsaker som kan skapa obehag eller stress:

- personer som enbart värdesätter rationalitet och objektivitet
- upplevda hinder för egen utveckling
- när omgivningen är kritisk till idéer eller inte vill lyssna till dem
- när de starkaste drivkrafterna inte tillfredsställs kommer individen visa ett mått av ointresse.

Viktiga saker som du kan förmedla till din omgivning som ökar din motivation:

- uppmuntra din vilja till personlig utveckling
- se dina uppslag till förändringar som ett positivt bidrag till verksamheten
- ha förståelse för att svar inte finns till allt och ge tid till eftertanke och reflektion
- att du får verka i en öppen och förstående omgivning där man får uttrycka sig fritt
- ge dig tillgång till utbildningar där du kan fortsätta din personliga utveckling

Din fjärde starkaste drivkraft: Praktisk

Individer med stark praktisk drivkraft uppskattar det handfasta skapandet och ett klokt utnyttjande av resurser. Tillverka och skapa är nyckelbegrepp i den här drivkraften. Individer med praktisk drivkraft har blick för sådant som kan komma till nytta och vara praktiskt användbart. De är ofta händiga och har förmåga att starta, driva och färdigställa projekt. De vill gärna visa andra vad de har tillverkat och skapat.

Vanliga kännetecken för drivkraften:

- vill gärna planera en process efter egen praktisk erfarenhet
- har en god förmåga att överblicka hur resurser kan utnyttjas på bästa sätt
- kan ibland överträda ekonomiska ramar vid planering och genomförande av ett projekt för att erhålla ett bättre och hållbarare resultat

Exempel på överanvändning av drivkraft:

- kan agera som "slavdrivare" för att förverkliga ett projekt
- kan i vissa lägen låta funktionalitet ha företräde framför ekonomi och form
- "kan själv"-principen kan bli övertydlig

Situationer och orsaker som kan skapa obehag eller stress:

- när projektet inte håller utsatta tidsramar
- när uppgiften blir svårare än planerat och tillräckliga resurser inte finns till hands
- när andra inte upplever ett projekt som framgångsrikt trots att det faktiskt fungerar
- när de starkaste drivkrafterna inte tillfredsställs kommer individen visa ett mått av ointresse.

Viktiga saker som du kan förmedla till din omgivning som ökar din motivation:

- uppskatta och värdera resultatet och funktionaliteten
- låta dig medverka med praktiska synpunkter när ett projekt planeras och genomförs
- inte värdera goda investeringar bara i pengar eller form
- låta dig vara delaktig i planering och genomförande av projekt och processer som är av praktisk karaktär
- ge uppskattning och erkännande för din erfarenhet och dina praktiska färdigheter

Beskrivning av olika kombinationer av drivkrafter

Etisk - Moralisk/Omtanke

- vi har alla en skyldighet att hjälpa människor som har det svårt
- för att skapa en bättre värld måste vi vara solidariska
- affärsuppgörelser ska vara till nytta och glädje för båda parter

Självförverkligande/Omtanke

- att hjälpa andra är ett sätt att utvecklas själv
- min egen utveckling och framgång får inte ske på bekostnad av andra
- det som är bra för mig behöver inte vara det för andra

Praktisk/Omtanke

- tillgängliga resurser ska användas rättvist
- även små förbättringar kan gör tillvaron lättare för människor
- ett handfast samarbete skapar både goda relationer och hållbara praktiska lösningar

Självförverkligande/Etisk - Moralisk

- personlig utveckling handlar om att skapa ett gott rykte om sig
- kreativitet och nytänkande kan användas för att skapa gemensamma värdegrunder
- alla kan utvecklas till "bättre" människor

Praktisk/Etisk - Moralisk

- utvecklar rutiner för att säkerställa att saker och ting görs på ett moraliskt försvarbart sätt
- ett gott uppförande gäller även i vardagliga små situationer
- resurser ska användas på ett för alla parter rättvist sätt

Praktisk/Självförverkligande

- praktiskt skapande är att förverkliga sig själv
- att hitta praktiska lösningar på ett problem är en glädje i sig
- problemlösning sker bäst i ett öppet och kreativt klimat