



Софийски Университет „Св. Климент Охридски“  
Философски факултет  
Катедра по Социална, организационна, клинична и педагогическа психология

***Юлика Марио Новкова***

Софийски Университет „Св. Климент Охридски“

# **ЛИЧНОСТНИ ДЕТЕРМИНАНТИ НА ИНОВАЦИОННИТЕ НАГЛАСИ ПРИ МЕНИДЖЪРИ**

## **Автореферат**

на дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен  
„доктор“

*Професионално направление 3.2. Психология (Трудова, организационна и  
икономическа психология – Организационна психология)*

**Рецензенти:**

Проф. д. пс. н. Снежана Илиева  
Проф. д. пс. н. Толя Стоицова

**Научен ръководител:**

Проф. д.ф.н. Крум Крумов

София,  
2019

Дисертационният труд е обсъден в Катедрата по Социална, организационна, клинична и педагогическа психология при Софийски университет „Св. Климент Охридски“ и е насрочен за защита пред специализирано жури в състав:

**Председател: проф. д.пс.н. Снежана Евлогиева Илиева**

**Членове:**

1. Проф. д.с.н. Цветан Първанов Давидков
2. Проф. д.ф.н. Крум Димитров Крумов
3. Проф. д.пс.н. Толя Ангелова Стоицова
4. Доц. д-р Лидия Бонева Василева

Защитата на дисертацията ще се състои на **21.10.2019 г. от 10:00 часа в зала 63** на Философски факултет, СУ “Св. Климент Охридски” – Ректорат.

Материалите по защитата са публикувани в интернет на страницата на Софийски университет „Св. Климент Охридски“ и са на разположение на интересувалите се в Деканата на Философски факултет, Ректорат на СУ “Св. Климент Охридски”.

**ЮЛИКА МАРИО НОВКОВА**

**„ЛИЧНОСТНИ ДЕТЕРМИНАНТИ НА ИНОВАЦИОННИТЕ НАГЛАСИ ПРИ МЕНИДЖЪРИ“**

**НАУЧЕН РЪКОВОДИТЕЛ: ПРОФ. Д.Ф.Н. КРУМ ДИМИТРОВ КРУМОВ**

София, Софийски университет „Св. Климент Охридски“, Философски факултет, специалност Психология, Професионално направление 3.2. Психология (Трудова, организационна и икономическа психология – Организационна психология) към Катедра по Социална, организационна, клинична и педагогическа психология.

**Брой страници: 259**

**Брой цитирания и използвани източници: 219**

**Брой приложения: 1**

**Брой таблици: 22**

**Брой фигури: 26**

**Брой графики: 3**

## СЪДЪРЖАНИЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Съдържание .....	2
Увод .....	7

### ЧАСТ ПЪРВА

#### Иновации и субективни възприятия за иновативност на мениджърите при управлението на бизнеса

#### ГЛАВА ПЪРВА

#### ИНОВАЦИИТЕ И ТЯХНОТО ЗНАЧЕНИЕ ЗА УПРАВЛЕНИЕТО НА БИЗНЕСА

1. Иновациите и модерното бизнес правление.....	10
2. Същност и подходи за дефиниране на понятието „иновация“.....	15
3. Характеристики и функции на иновациите	20
3.1. Общи, функционални и социални характеристики.....	20
3.2. Функции на иновациите.....	24
3.3. Интегративен подход за анализ на иновациите .....	25
4. Модели за класификация на иновациите .....	26
5. Концепцията за „новост“ и дифузия на иновацията .....	32
6. Приемане на иновациите и формиране на иновационни нагласи.....	36
6.1. Процес на приемане на иновациите от индивидите .....	37
6.2. Субективно възприятие на иновациите, иновативност и категории последователи.....	39
6.3. Социална система и парадокс за потребност от иновации.....	44

#### ГЛАВА ВТОРА

#### СЪЩНОСТ И ХАРАКТЕРИСТИКИ НА ИНОВАЦИОННИТЕ МЕНИДЖЪРСКИ НАГЛАСИ

1. Същност на нагласите и модели за тяхното изследване.....	46
2. Основни функции на нагласите .....	56
3. Оценъчен и афективен аспект на нагласите.....	58
4. Промяна на нагласите и съгласуваност с поведението .....	63
5. Формиране на нагласи – модели .....	66

#### ГЛАВА ТРЕТА

#### ДЕТЕРМИНАНТИ НА ИНОВАТИВНОТО МЕНИДЖЪРСКО УПРАВЛЕНИЕ

1. Дефиниране на понятието „управление на иновациите“.....	70
2. Организацията като детерминант на иновативното мениджърско поведение	73
2.1. Организационна промяна, риск и управление на иновации.....	74
2.2. Иновативна организационна култура и иновацията като основна ценност .....	78
2.3. Организационно поведение и личен бранд на иновативния мениджър.....	81
2.4. Предприемаческа организационна култура и иновационен мениджмънт..	85
3. Психологически особености на иновативната личност .....	89
3.1. Иновационен потенциал и личностни особености на мениджъра.....	89
3.2. Иновативната личност и моделът на Големите 5.....	91

3.3.	Димензиите „отвореност към опита“ и „съзнателност“ като предиктори на иновационно мениджърско поведение.....	96
3.4.	Екстраверсия, невротизъм, сътрудничество и ефективно иновационно управление .....	101
4.	Личностни детерминанти на иновационното мениджърско поведение.....	103
4.1.	Психологически особености на поведението на мениджъра като предприемач и ръководител .....	103
4.2.	Личностни характеристики на мениджърите и предприемачите .....	105
4.3.	Съвременните бизнес лидери и концепцията за самолидерство .....	107

## **ЧАСТ ВТОРА**

### **Личностни детерминанти на иновационните нагласи при мениджъри – емпирично изследване**

#### **ГЛАВА ЧЕТВЪРТА**

#### **ДИЗАЙН, МЕТОДОЛОГИЯ И ОБЕКТ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО**

1.	Теоретична обосновка на емпиричното изследване .....	110
1.1.	Личностни черти от модела на Големите 5 фактора и иновационно мениджърско поведение .....	111
1.2.	Възприет контрол върху вътрешните състояния и управление на бизнеса.....	121
1.3.	Демографски фактори, влияещи върху степента на иновативност .....	123
1.4.	Обобщение на факторите, влияещи върху индивидуалната иновативност...	125
2.	Цели, задачи и хипотези на изследването.....	128
2.1.	Основни цели .....	129
2.2.	Изследователски задачи .....	130
2.3.	Хипотези .....	131
3.	Обект на изследването .....	135
4.	Описание на извадката от изследването .....	137
4.1.	Демографски характеристики на респондентите .....	137
4.2.	Демографски характеристики на мениджърите и служителите .....	138
4.3.	Обобщение на демографските характеристики на изследваните лица .....	141
5.	Методология и инструментариум на изследването .....	146
5.1.	Предварителна подготовка, превод и културална адаптация на въпросника за изследването .....	146
5.2.	Използван инструментариум за оценка на иновационните нагласи на респондентите .....	148
5.3.	Обобщение за скалите от въпросника за оценка на личностните детерминанти на иновационните нагласи .....	163
5.4.	Дизайн на изследването и изследователска етика .....	164
5.5.	Методологически ограничения, недостатъци на дизайна и социална желателност в изследването .....	165

## **ГЛАВА ПЕТА**

### **АНАЛИЗ НА ЛИЧНОСТНИТЕ И ДЕМОГРАФСКИТЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ, ДЕТЕРМИНИРАЩИ ИНОВАЦИОННИТЕ НАГЛАСИ НА МЕНИДЖЪРИТЕ**

1. Статистически методи и модели за провеждане на изследването .....	167
2. Статистически анализ на изследователските хипотези .....	173
2.1. Влияние на демографската характеристика „трудов статус“ върху степента на възприета иновативност и ригидност на респондентите.....	174
2.2. Влияние на личностните детерминанти върху иновационните нагласи на респондентите .....	178
2.3. Субективно възприет контрол и връзка между трудовия статус и степента на иновативност и ригидност .....	182
2.4. Равнища на индивидуална активност и връзка между трудовия статус и степента на иновативност и ригидност .....	185
2.5. Ориентацията към риск и връзка между трудовия статус и степента на иновативност и ригидност .....	187
2.6. Влияние на демографските фактори и организационните характеристики върху степента на възприета иновативност и ригидност	189
3. Дискусия върху емпиричните данни от изследването .....	201
<b>ОБОБЩЕНИЯ И ИЗВОДИ .....</b>	<b>220</b>
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....</b>	<b>228</b>
<b>ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА .....</b>	<b>229</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ</b>	
<i>Въпросник за изследване на житейските нагласи .....</i>	<i>253</i>

<b>Списък на таблиците .....</b>	<b>5</b>
<b>Списък на фигурите .....</b>	<b>5</b>
<b>Списък на графиките .....</b>	<b>6</b>

## **УВОД**

Съвременните бизнес модели поставят на изпитание човешките възприятия с непрекъснатите промени и все по-конкурентните пазари. Глобализацията, технологиите, изкуственият интелект и динамичният пазар на човешки капитал се превръщат в източник на продължаващо развитие за хората и организациите посредством иновации. Все по-често иновацията се интерпретира като инструмент за създаване на конкурентно предимство, независимо от естеството и характеристиките на същата тази иновация. Необходимото условие за това е дадено нововъведение да бъде възприето като иновационно, различно и развиващо. С развитието на възгледа за иновациите, този феномен обхваща все по-широк спектър от бизнес моделирането – от продуктите и услугите, служителите и управлението, през организационната структура и маркетинга – до крайните клиенти. Това реформира до голяма степен и разбиранията за функциите и задачите на днешните бизнес лидери. Мениджърската роля при насочване на организационния фокус към „новото“ по всяка вероятност зависи от индивидуалните възприятия за иновациите, както и от способността на мениджъра уверено да управлява измененията в структурата на организацията.

Изследователският фокус в предложения дисертационен труд е поставен върху когнитивните процеси, осъзнатостта и изкристализираната представа за иновативност. Изследваните в рамките на настоящия теоретико-емпиричен модел личностни характеристики се явяват основните, които в специализираната литература се асоциират едновременно и с ефективното организационно управление, и с повишаването на иновативността. И макар емпиричното изследване да има своите ограничения, разработката предлага възможност да се проследи индивидуалната иновативност като личностна черта и обща тенденция на поведение, като осъзнат когнитивен стил, а не просто като сбор от фасети на иновативността. Чрез тях се разкрива степента на влияние на различни личностни, демографски и организационни характеристики, за които се предполага, че повишават индивидуалните иновационни нагласи.

## **ЧАСТ ПЪРВА**

### **Иновации и субективни възприятия за иновативност на мениджърите при управлението на бизнеса**

## **ГЛАВА ПЪРВА**

### **Иновациите и тяхното значение за управлението на бизнеса**

Все повече организации признават необходимостта от създаване на нови продукти и процедури във всички сектори, независимо от размера и типа на организационната структура. Заедно с тези промени се появява и едно ново мислене за

човека, който се позиционира като основен източник на развитието, като причина нещата да се движат напред. Той се превръща в носител на новото, непознатото и различното. Неговата индивидуална нагласа и способността му за възприемане на иновацията се явяват ключови за решението дали да бъде използвано дадено нововъведение. Нещо повече, сред основните задачи на мениджъра следва да е и подкрепата на индивидуалната иновативност и креативност на служителите, тъй като иновативността се възприема като източник на печалба и успех преди всичко в конкурентна среда (Urbanová, 2013).

Учените, които работят в тази област, се сблъскват с редица затруднения при изследването на иновациите, тъй като литературата по темата е огромна, хетерогенна и фрагментирана, а резултатите страдат от липса на интегрираност (Patterson, Kerrin, 2009). Тъй като не е възможно темата за иновациите да бъде изчерпана в рамките на едно изследване, в настоящата разработка вниманието ще бъде насочено към разкриване на взаимовръзките между иновационната нагласа и личността на мениджъра.

## 1. Иновациите и модерното управление на бизнеса

В първа глава на дисертационния труд се обсъжда проблема за иновациите в контекста на съвременните подходи за управление на бизнес. Заедно с иновацията, за просперитета на една организация ключов ресурс се явява и **времето**. Изследователите отреждат на иновацията специално място, посочвайки, че ако дадена организация не е в състояние непрекъснато да въвежда иновации, тя рискува да изостане и инициативата ще бъде поета от други (Urbanová, 2013).

От особено значение за съвременния мениджмънт е решаването на въпросите, свързани с **изграждането на успешен бизнес модел**, формирането на **обществена нагласа** посредством т.нар. „**инфлуенсъри**“ (от англ. Influencers) и развитието на **бренд**. Очертава се ролята и значението на **иновативния бизнес мениджър**, който следва да притежава цялостен поглед върху организацията и протичащите вътре и извън нея процеси. Наред с това се отделя специално внимание и на основните **трудности** при изследването на иновациите в организациите.

## 2. Същност и подходи за дефиниране на понятието „иновация“

След уточняване на позициите, които иновациите заемат в модерното управление на бизнеса, анализът логически се насочва към изясняване на същността и особеностите на това явление. Направен е опит да се проследят различните подходи за неговата научна експликация, разглеждащи иновацията като **материален продукт или процес**, като **възприятие** на потребителя или като **обхват на новостта**. Проследява се и **хронологичното развитие на концепцията** за иновация (вж. Таблица 1). Съвременният възглед за иновацията я разглежда като комбинация от „**продукт-пазар-технология-организация**“ (PMTO-combination) (Boer, During, 2001).

## 3. Характеристики и функции на иновациите

### 3.1. Общи, функционални и социални характеристики

Една от важните класификации за описание на **възприетите характеристики** на иновациите е тази на Роджърс (1983), която включва 5 основни аспекта:

относително предимство, съвместимост, сложност, простота на апробацията, наблюдаемост (Rogers, 1983). Разгърнати са по-детайлно и **социалните характеристики**, обобщени от Грийнхалг и колектив (2005), които отразяват взаимодействието между иновацията, предполагаемите последователи и конкретния контекст, определящ нивото на нейното приемане (Greenhalgh, Robert, Macfarlane, Bate, 2005, стр. 598).

### **3.2. Функции на иновациите**

Наред с изследването на същността на иновациите и техните характеристики се изясняват и техните **функции – изменение, възпроизводствена функция и стимулираща функция** (Пантелеева, 2013, стр. 29). Детайлното им описание е продиктувано от тяхната важност за бизнес практиката.

### **3.3. Интегративен подход за анализ на иновациите**

Успешният анализ на иновациите налага използването на интегративен подход за изследването на този феномен на индивидуално, групово и организационно ниво. Във връзка с това е разгледан моделът, предложен от Петров и Георгиев (2008), който съдържа 5 опорни точки, чрез които може да се изгради задоволителна представа за **същността на иновацията** (Петров, Георгиев, 2008, стр. 374).

## **4. Модели за класификация на иновациите**

Предложените модели за класификация на иновациите очертават една добра обща картина за основните тенденции и подходи, използвани при анализа на този феномен. Представените тук подходи са дело на различни автори и съобразно тях иновациите могат да се обособят **според приложимостта** им, във **връзка с вида стратегия и начина на изучаване, съобразно влиянието им върху потребителите и съобразно величината на промяната**, която внасят. Интерес представлява **класификационната схема на иновациите**, предложена от полския изследовател и икономист М. Хучек (1992), поместена в Таблица 2.

## **5. Концепцията за „новост“ и дифузия на иновацията**

**Новостта** на продукта може да се определи въз основа на потребителското възприемане на продукта като „нов“, независимо от неговите свойства и пазарните реалности. Разглеждат се няколко **подхода за моделиране на дифузията на иновациите** (Таблица 3), адаптирани по Барановский и Пузыревская (Барановский, Пузыревская, 2018, стр. 32). Изложението проследява по-детайлно и етапите в един от най-популярните модели за изследване на **дифузията на иновациите**, дело на американския социолог **Еверет Роджърс**. В анализирания от него шестстепенна структура се обобщава, че развитието на иновациите представлява съвкупност от всички решения и дейности и трябва да се отчита влиянието им при задоволяването на обективната потребност от намирането на нов продукт или услуга (Rogers, 1983).

## **6. Приемане на иновациите и формиране на иновационни нагласи**

### **6.1. Процес на приемане на иновациите от индивидите**

Процесът на приемане на иновациите като субективно преживяване се обуславя от различни фактори и съгласно Роджърс се разделя на **пет етапа**, възникващи



последователно (Rogers, 2003). Описаният от него процес на вземане на решение за приемане на конкретна иновация е по-скоро **процес на събиране и анализиране на информация**, при който индивидът получава достъп до определени характеристики на иновацията и обмисля дали да я приеме или да я отхвърли (The Evidence-Based Intervention Work Group, 2005). Процесът на приемане зависи от нагласата, която индивидът е изградил по време на процеса на вземане на решение, като особено голямо значение имат **когнитивните и афективните аспекти**. Самият процес на вземане на решение за приемане на иновацията е и „процес на намаляване на несигурността“ (Rogers, 2003, стр. 232).

### **6.2. Субективно възприятие за иновациите, иновативност и категории последователи**

**Иновативността** е свързана със степента, в която индивидът приема **сравнително по-рано** нови идеи, в сравнение с другите членове на системата (Rogers, 1983). Роджърс въвежда понятието „**категория последователи**“ и го описва като „**класификация на членовете на дадена социална система въз основа на иновативността**“ (Rogers, 2003, стр. 22). Фигура 1 представлява графично изображение на диаграмата на Роджърс и обхваща категориите **последователи, обособени въз основа на иновативността** и статистически значимите различия между отделните групи. Самите категории отразяват общи принципи на поведение и личностни особености на тези „**идеални типове**“ (Rogers, 1983, стр. 247).

Съществува специфичен начин, по който факторът „**време**“ се включва в дифузията на иновациите. За дифузията на иновациите от съществено значение са: **броят и характеристиките на участниците, броят и характерът на връзките между тях, сложността на структурата и мнението на лидерите**, а за тяхното успешно разпространение от голяма важност са ефективните комуникации (Пантелеева, 2013, стр. 247). Всичко това налага иновациите да бъдат изучавани в конкретен контекст – във връзка със специфични организационни характеристики и във връзка със субективните възприятия на членовете на социалната система.

### **6.3. Социална система и парадокс за потребност от иновации**

Приемането на иновациите не е събитие, а процес, при който могат да възникнат различни опасения, доминиращи отделните негови етапи (Greenhalgh, Robert, Macfarlane, Vate, 2005). Изследователите разглеждат един особен **парадокс в социалната система**, свързан с иновациите – онези индивиди, които най-много се нуждаят от ползите на новите технологически идеи (по-малко образовани, с по-нисък социален и икономически статус и прочие) като цяло са **последните**, които приемат иновациите. И обратно, единиците в системата, които първи приемат нововъведението, като цяло най-малко се нуждаят от ползите на дадената иновация (Rogers, 1995).

## **ГЛАВА ВТОРА**

### **Същност и характеристики на иновационните мениджърски нагласи**

#### **1. Същност на нагласите и модели за тяхното изследване**

В научната литература съществуват над 100 определения за термина „нагласа“ (Loudon, Della Bitta, 1979). Като цяло се приема, че нагласите представляват обобщена оценка за обекти, отразена в атрибутивни дименсии като „добро-лошо“, „вредно-полезно“, „приятно-неприятно“, „привлекателно-непривлекателно“ (Ajzen, 2001). Тук се проследява възникването и развитието на **понятието „нагласа“**, анализират се и **трите водещи подхода** за нейното изучаване (Loudon, Della Bitta, 1979). Приема се, че **три-компонентният модел на нагласата** е подходящ за трактовка за мениджърското поведение и именно той се използва при настоящия анализ. Всъщност, поради своята популярност, взаимодействието и взаимната зависимост между афективния, когнитивния и поведенческият компонент на нагласата заляга в обяснителните модели на много автори (Фишбайн, 1994; Чавдарова, 2010 и др.) В настоящия анализ се проследява и ваймовръзката между **когниции и „мета-познание“** („metacognition“)(Krumov, Larsen, Krumova 2016), както и отделни **модели за анализ на характеристиките на нагласите**, дело на различни изследователи (Loudon, Della Bitta, 1979, Sahney, 2017, Кросник, 1988, цит. по Левкова, 2013). Специално внимание се обръща на анализа на Ербер и Ходжис (1995), които допускат, че критериите за оценка на силата на нагласата се различават концептуално и имат различно отношение към нейната стабилност (Erber, Hodges, 1995, стр. 435).

## 2. Основни функции на нагласите

От социалнопсихологическа гледна точка, важна особеност на нагласите представлява фактът, че двама души могат да поддържат сходни нагласи към даден обект поради различни причини (Solomon и колектив, 2006). Определяйки светогледа и предначертавайки определени тенденции в поведението на индивида, нагласите, според Даниел Катц (1960), имат множество и **разнообразни функции**: (1) адаптивна, (2) защита на Его-то, (3) функция за изразяване на ценности и (4) познавателна функция (Loudon, Della Bitta, 1970).

## 3. Оценъчен и афективен аспект на нагласите

Интересно обобщение на факторите, водещи до **формирание на нагласите**, предлагат Соломон и колектив (Solomon et al., 2006, стр. 145). Специално внимание се отделя на разработките на Бодур, Бринберг и Купи (2000), които проследяват два **модела за детерминиране на нагласите – модел А и модел Б**, (Bodur, Brinberg, Couprey, 2000, стр. 17). Предложен е и мета-анализа на Ажзен (2001), проследяващ **развитието на възгледа за биполярността на афекта**, (Ajzen, 2001, стр. 30). Интерес представляват и разработките на Шейфър и Тейт (Schafer, Tait, 1986), според които факторите, влияещи върху **нагласите и поведението**, причиняват съответната **неконсистентност** (Schafer, Tait, 1986, стр. 3-4). Наред с това се изяснява, че като цяло индивидите поддържат **съгласувано отношение** между своите убеждения, ценности и нагласи (Schafer, Tait, 1986) и са склонни да имат **положителна нагласа** към обекти в средата, които ги възнаграждават и **отрицателна нагласа** към обекти, които ги наказват (Sahney, 2017).

## 4. Промяна на нагласите и съгласуваност с поведението

Анализът в този параграф е посветен на проблемите за **устойчивостта на нагласите, груповото влияние и атитюдната промяна**. Разгледан е моделът на Келман (1963) за **социално влияние** и обособените **три основни типа ангажираност** (commitment) с агента на промяната - **съгласие, идентификация и интернализация** (Solomon и колектив, 2006, стр. 146). Отчетено е и влиянието и на т.нар. „**лидери на мнението**“ (“opinion leaders”), които се появяват и проявяват, за да задоволят обективните потребности от познание, информация и доверие (Cohen, 1964). По отношение на иновационните нагласи се прави връзка и с модела на Е. Роджърс (1983), който също поставя акцент върху значимостта на „лидерите на мнение“ (Rogers, 1995).

Изложението проследява и **принципа за когнитивна съгласуваност** на Фишбайн (1963), съгласно който се разграничават най-малко три типа съгласуваност на поведението и реакцията (Fishbein & Ajzen, 1975). Анализът продължава с идеята, че **нагласите са предиспозиции** и обикновено се разглеждат като **латентни или основни променливи**, за които се смята, че насочват или влияят върху поведението (Fishbein & Ajzen, 1975). Анализът обхваща и **модела за двойната нагласа**, в който се застъпва тезата, че може да се формира нова нагласа към даден обект без тя да измести старата (Ajzen, 2001). Засегнат е и въпросът за „**възприетия контрол над поведението**“ – конструкт, който се проявява като детерминант на поведенческото намерение (Hansen, 2008), и който отразява субективното възприятие на индивида по отношение на реализацията на определен поведенчески акт.

## 5. Формиране на нагласи - модели

В този параграф се анализира възгледа на Доуб за **нагласите като ненаблюдаем отговор на обект**, който възниква преди или в отсъствието на явна реакция (Doob, 1947). Наред с това се проследява и **модела за когнитивна съгласуваност** на Фишбайн (1963), изследващ начините, по които оценъчно-опосредстваните отговори се комбинират, за да се създаде цялостна нагласа (Fishbein, Ajzen, 1975). Засегната е и концепцията **на Толмън** (1932), съгласно която индивидите заучават „**очакванията**“ (Fishbein, Ajzen, 1975), както и **експлицитния модел за очакваната стойност на нагласите** (Розенберг, 1956), определящ нагласата като относително стабилен афективен отговор на даден обект (Fishbein, Ajzen, 1975). Внимание е отделено и на **принципа за съответствие на Осгуд и Таненбаум** (1955), който предполага, че когато е налице състояние на несъгласуваност, оценките за два обекта са склонни да се променят в посока към съгласуваност (Fishbein, Ajzen, 1975). Разгледани са още **теорията за когнитивния дисонанс на Фестингер (1957)**, **модела за когнитивен баланс** на Фриц Хайдер (1946,1958) (Solomon и колектив, 2006), както и **функционалната теория на нагласите** (Katz, 1960). Описанието и изясняването на въпросите, свързани с формирането на нагласите и атитюдната промяна е необходимо, тъй като изводите и обобщенията, направени в този контекст, са общовалидни и приложими по отношение на иновациите.

## ГЛАВА ТРЕТА

### Детерминанти на иновативното мениджърско управление

#### 1. Дефиниране на понятието „управление на иновациите“

Анализът на проблема за личностните детерминанти на иновационните нагласи при мениджърите изисква да се постави акцент върху два различни аспекта на мениджърското поведение – „*управление на промяната*“ и „*управление на иновацията*“. За постигането на тази цел в този параграф детайлно са изяснени същността и особеностите на термините „*иновационно управление*“, „*иновационен мениджмънт*“, „*управление на иновациите*“ и „*управление на промяната*“. В определени случаи те се използват като взаимно заменяеми и в по-тесен организационно-психологически контекст, като се държи сметка за широките им интердисциплинарни тълкувания и приложения.

## **2. Организацията като детерминант на иновативното мениджърско поведение**

Постановката, че организационният феномен е детерминант на иновативното мениджърско поведение, имплицитно присъства както в класическите (Лорънс и Лорш, 1967;-да се провери този цитат; Rafaeli, 1996), така и в съвременните възгледи за организацията. В днешно време тази постановка е твърде усложнена, тъй като всяка организация се разглежда в *културален контекст*, което ще рече, че в нея има определени ценности, норми, регулационни механизми, система от убеждения и кодекс за поведение, чрез които тя ръководи и контролира поведението на членовете си (Obiekwe, 2018). Съвременната организация е отворена система, в която информацията протича свободно, а процесите се медиират посредством културата. Това с пълна сила важи за иновативната организация, чието функциониране предполага наличието и неотменната връзка между нейната вътрешна и външна динамика.

### **2.1. Организационна промяна, риск и управление на иновации**

Организационната промяна до голяма степен е зависима от типовете *управленски задачи*, които всъщност я детерминират (Nickols, 2016, стр. 2). За изясняването на нейната същност и функции се използва един сравнително нов *подход за анализ на иновационните управленски практики*, който е предложен от Гофин и Мичъл (2005) под наименованието „*Иновативна рамка за Пентатлон*“ (Innovation Pentathlon Framework) (Goffin, Mitchell, 2017). Моделът, създаден по аналогия с олимпийската дисциплина „Петобой“, се състои от 5 елемента, които детайлно са описани от двамата автори (Goffin, Mitchell, 2017, стр.28-30). Наред с това е посочено и значението на фактора „*риск*“ по отношение на организационната промяна. Тук също така е представен и подходът на Грийн и Сербейн (1983) за изясняване на *источниците на риск* вътре и извън организацията (Green, Serbein, 1983), както и *систематичния подход за управление на риска*, предложен от Едърдс и Боуен (2005) (Edwards, Bowen, 2005). Анализът обхваща още *процеса за управление на риск*, обобщен от Шмит и Мерит (2002) (Smith, Merritt, 2002).

### **2.2. Иновативна организационна култура и иновацията като основна ценност**

Организационната култура притежава собствени характеристики, проявявани по различни начини в различните социални групи, страни и региони (Krumov, Larsen, 2013). Приема се, че „*организационната култура*“ е термин, който трудно може да бъде определен еднозначно (Давидков, 2015). Поради това тук се проследява неговият произход и развитие, като в същото време се представя един обобщаващ *модел за същността и характеристиките* на организационната култура (Давидков, 2015, стр.

7). Разглеждат се още различни нейни аспекти като **равнища, ценности** (Котър и Хъскет, 1992, цит. по Йорданова, 2010) и **пазарен контекст** (Бърт и колектив, 1994, цит. по Sørensen, 2002), и се посочват онези **фактори** (Mullins, 1993, цит. по Давидков, 2015, стр. 12-13), които оказват директно или индиректно влияние върху нея. Очертават се също така и различните **типове интервенции** в организационната култура, които следва да се имплементират с цел развитие на иновациите (Николов, 2014, стр.425).

### **2.3. Организационно поведение и личен бранд на иновативния мениджър**

Тази част от дисертационния труд е посветена на проблемите на **организационното поведение** и **планираното иновационно мениджърско поведение**, както и на стратегиите за изграждане на **личен бранд**. Проследяват се трудностите с дефинирането на понятието „**поведение**“ в психологията (Bergner, 2011; Uher, 2017; Bergner, 2011, стр. 148), а **иновационното поведение** се разглежда като процес, който е конституиран от няколко етапа (Carmeli, 2006, цит. по Abdullah, Omar, Panatik, 2016, стр.179). Освен това се обсъжда и **значението на иновативността** за организацията, както и **теорията за планираното поведение** и **концепцията за личен бранд**. Допуска се, че колкото по-хомогенно и последователно е поведението на формалните лидери по отношение на иновациите, толкова по-интегриран е иновативният подход на управление като възприет от околните.

### **2.4. Предприемаческа организационна култура и иновационен мениджмънт**

Анализът на иновационните нагласи на мениджъра е тясно свързан с изясняването на същността и особеностите на т.нар. „**предприемаческа култура**“, като част от организационната култура. Във връзка с това е направен **сравнителен анализ между традиционната и предприемаческата организационни култури**, в контекста на концепцията на Корнуол и Пърлман (Cornwall, Perlman, 1990, стр. 67). Взето е под внимание и мнението на други автори, които утвърждават, че организационната култура е един от най-критичните фактори за повишаване на иновативността (Kaplan, 2009).

## **3. Психологически особености на иновативната личност**

### **3.1. Иновативен потенциал и личностни особености на мениджъра**

Индивидуалните различия между хората дават основание да се допусне, че при някои личности са налице характеристики, които хармонично кореспондират с характеристиките на иновациите и мениджмънта, докато при други подобна тенденция отсъства. Съобразно това допускане е разработен и **интегративния модел** на Патерсън, Керин и Гато-Роисард (2009), основаващ се на мета-анализ **за идентифициране на характеристиките и поведението на иновативните индивиди в организациите** (Patterson, Kerrin, Gatto-Roissard, 2009, стр. 9-15). На този модел е отделено специално внимание, тъй като той позволява да се направи своеобразна дисекция на личността съобразно нейния иновационен потенциал.

### **3.2. Иновативната личност и моделът на Големите 5**

Анализът на иновативната личност изисква да бъде хвърлен мост към **таксономията на Големите пет характеристики на личността** (The Big Five model of personality). Във връзка с това са представени и обстойно разгледани популярните пет личностни характеристики:

#### **3.2.1. Невротизъм (Neuroticism)**

Дименсията **Невротизъм** обхваща индивидуалните различия в оценките и емоционалната стабилност (Zhao, Seibert, 2006). Има сравнително малко информация за връзката между невротизма, креативността, иновациите и субективния контрол над вътрешните състояния. Някои изследователи са по-склонни да приемат, че умерените нива на тревожност могат да повишат иновационния потенциал (Patterson, Kerrin, 2009, стр. 12).

### **3.2.2. Екстраверсия/Интроверсия (Extraversion/Introversion)**

Това измерение описва степента, в която хората са асертивни, доминантни, енергични, активни, разговорливи и ентузиазирани (Costa & McCrae, 1992). Изследванията, реализирани в организационен контекст, свидетелстват, че екстраверсията е положително свързана с иновациите и се смята, че връзката между двата феномена е контекстуално обусловена (Patterson, Kerrin, 2009, стр. 12).

### **3.2.3. Сътрудничество/Доброжелателност (Agreeableness)**

Дименсията отразява междуличностната ориентация на индивидите, като личностите с високи резултати по този показател се характеризират с доверие, прошка, загриженост, алтруизъм и лековерие (Zhao, Seibert, 2006). Няколко изследвания демонстрират отрицателна връзка между добросъвестността и иновациите, като иноваторите се характеризират с високо ниво на социална независимост (Patterson, Kerrin, 2009).

### **3.2.4. Съзнателност (Conscientiousness)**

**Съзнателността** отразява уменията на личността за самоконтрол, отговорност към другите, трудолюбие, подреденост и придържане към правилата (Roberts, Jackson, Fayard, Edmonds, & Meints, 2009). По-високите резултати по тази скала са предиктор на по-големи постижения в бизнеса, тъй като съзнателността се състои от конструкти като „**мотивация за постижения**“ и „**надеждност**“ (Zhao, Seibert, 2006). По-голямата част от изследванията демонстрират, че липсата на съзнателност е свързана с иновациите, тъй като индивидите с високи резултати са по-резистентни на промяна в работата и е вероятно да се съобразят с актуалните организационни норми (Patterson, Kerrin, 2009).

### **3.2.5. Отвореност към опита (Openness to Experience)**

**Отвореност към опита** е най-обхватната дименсия в модела на Големите пет и описва тенденцията на личността да бъде любопитна, да търси нови преживявания и да изследва нови идеи. Отвореността към опита е най-важната личностна черта, предиктор на склонността към иновации, макар да съществува известна неконсистентност в резултатите и да се допуска, че връзката е модерирана от контекстуални фактори (Patterson, Kerrin, 2009). Изграждането на предприемаческа ориентация вероятно включва съвкупност от черти като мотивация за постижения, вътрешен локус на контрол, поемане на риск, иновативност, самоувереност и екстраверсия (Mukhtar, Naveed, 2016).

## **3.3. Дименсиите „отвореност към опита“ и „съзнателност“ като предиктори на иновационно мениджърско поведение**

Изложени са редица изследвания в областта на емоциите и иновативността, които извеждат на преден план **ролята на положителните и отрицателните афекти** за повишаването или намаляването на креативността и иновационното поведенческо намерение. Посочено е и **значението на амбивалентните емоции** за повишаването на креативността и иновативността. Направена е връзка и с концепцията за **емоционалното заразяване** и **моделът за емоциите като социална информация**

(Rothman, Wiesenfeld, 2007). Съобразно интегративният модел на Патерсън, Керин и Гато-Роисард (2009) се показва, че **интелигентността** е необходимо, но не задължително условие за иновации, както и че високите нива на интелигентността намаляват **креативността** след определена степен (Patterson, Kerrin, Gatto-Roissard, 2009). Изследва се още **дивергентното мислене** като важен аспект на отвореността към опита, тъй като се предполага, че то е най-тясно свързано с креативността (Barron & Harrington, 1981). Анализира се **трансформационното лидерство**, за което се приема, че е положително свързано с креативността и с иновациите на организационно ниво (Rank, Frese, 2008). Проследява се по-задълбочено и **връзката между отвореността и креативността**, тъй като креативното решаване на проблеми изисква определена психическа и емоционална нагласа, свобода на мисълта и независимост на индивидуалната перцепция (Woodman, 1981).

Другата широко застъпена дименсия по темата за иновациите, мениджмънта и иновативността, е **съзнателността**. Някои автори приемат, че съзнателността е добър **предиктор за цялостното представяне** на работното място, тъй като се асоциира с усилия в работата, мотивация за постижения и самодисциплина (Paunonen, 2003). Според Сиаверела и колектив (2004), за да просперира дадено начинание в дългосрочен план, е необходимо **предприемачът да еволюира в мениджър** (Ciavarella et al., 2004). Представен е също така и **мета-анализа** на Пан, Беерс, Клайнкнет (2003), който свидетелства, че съвременните бизнес модели претърпяват **реорганизация на структурата** в зависимост от етапа, на който се намира **иновацията** (Panne, Beers, Kleinknecht, 2003). Анализът дава основания да се допусне, че дименсиите „отвореност към опита“ и „съзнателност“ влияят върху индивидуалната иновативност в различна степен, като съществена роля в този случай играят и редица контекстуални и организационни фактори.

### **3.4. Екстраверсия, невротизъм, сътрудничество и ефективно иновационно управление**

Анализът в този параграф завършва с обсъждане на отношението между екстраверсията, невротизма и сътрудничеството като цяло и управлението на бизнеса. В тази връзка се визира постановката, съобразно която повечето изследователи приемат, че **интроверсията** е свързана по-скоро с артистичните прояви, докато **екстраверсията** е по-добър предиктор на креативността и иновацията (Yesil, Sozbilir, 2013). Чаморо-Примузик и Фърнам (2003) откриват, че **невротизмът** може да понижи академичните постижения, а Патерсън и колектив твърдят, че има неконсистентни резултати за последиците от невротизма върху иновациите поради контекстуалната зависимост на невротизма (Yesil, Sozbilir, 2013). По отношение на дименсията **„сътрудничеството/доброжелателност“** се приема, че индивидите се стараят да се разбират с другите и да бъдат в добри отношения, като изпитват висока потребност да отвръщат на организацията за подкрепящата социална среда (Matzler et al., 2011, цитат по Yesil, Sozbilir, 2013, стр. 244). В заключение може да се каже, че описаните дотук личностни черти имат по-силно изразен контекстуален характер по отношение на иновациите и влияят както положително, така и отрицателно върху индивидуалните нива на иновативност.

#### 4. Личностни детерминанти на иновационното мениджърско поведение

##### 4.1. Психологическа особеност на поведението на мениджъра като предприемач и ръководител

Сред основните допускания на настоящия труд е съществуването на **разлики в тенденциите на поведение** между мениджърите, собственици на бизнес, мениджърите, управляващи бизнес като нает персонал и служителите на не-ръководни позиции. Отправна точка за подобно допускане са предходни изследвания в областта, при които се доказва, че **предприемачите се държат различно от мениджърите** в големите организации, и че наблюдаваните тенденции са съществени (Filion, 1999, цит. по Nekka, Fayolle, 2010).

Представеният анализ защитава схващането, че е необходимо съвременните мениджъри да развиват едновременно поведения, характерни както за ефективното предприемачество, така и за успешния мениджмънт, за да могат да адаптират бизнес модела си към измененията в средата.

##### 4.2. Личностни характеристики на мениджърите и предприемачите

Отделните изследователски подходи разкриват съществуването на обективни характеристики, които очертават приликите и различията между личността на мениджъра и предприемача (Malach-Pines и колектив, 2002; Kerr, P., Kerr, W., Xu, T., 2017). Във връзка с това е представен мета-анализът на Кер и колектив (2017), демонстриращ **развитието на възгледите за мениджъра и предприемача**, в опит да се проследят основните различия между тях. (вж. Таблица 6).

Приемайки, че и мениджърите, и предприемачите оперират в сходни бизнес условия, може да се допусне, че съществуват определени прилики между двата личностни профила и свързаните с управленските задачи поведения. Основанието за това допускане се разкрива в изследването на Цветан Давидков (2005), сравняващо ценностните равнища на предприемачите в България за периода 1991- 2004.

##### 4.3. Съвременните бизнес лидери и концепцията за самолидерство

В този параграф се обсъжда ролята на формалния лидер, за който се приема, че е ключов фактор за корпоративната ефективност (Krumov et al., 2015). Разглежда се концепцията за „**самолидерството**“ (self-leadership), като вниманието е насочено главно към **трите типа стратегии за самолидерство** (Carmeli, Meitar, Weisberg, 2006). Важен аспект на този конструкт е **когнитивната оценка** на личните убеждения, мисли, емоции и поведения и съгласуването на компонентите на Аз-а със средата. Ключовото умение, върху което се акцентира, се свързва най-общо с понятието **самоконтрол**. **Концепцията за контрола** е централна по отношение на иновационното управление, тъй като се разглежда и като **реакция** към някакво затруднение (Malin, Littlejohn, 2012).



## ЧАСТ ВТОРА

### Личностни детерминанти на иновационните нагласи при мениджъри - емпирично изследване

#### ГЛАВА ЧЕТВЪРТА

#### Дизайн, методология и обект на изследването

##### 1. Теоретична обосновка на емпиричното изследване

Модерното бизнес управление изисква от съвременния мениджър да се справя с предизвикателства от **личностен, организационен, групов, производствен, вътрешно-комуникационен и външно-комуникационен план**. Успехите в **иновационното бизнес моделиране** предпоставят наличието на способност за решаване на проблеми, които имат комплексен характер. Това е така, защото на управленско равнище всяка, дори незначителната промяна, представлява своеобразна иновация – било то в процесите и процедурите, в производството или в предлаганите услуги. Мениджърските умения за усвояване и прилагане на иновации в голяма степен предопределят крайния успех и постигането на организационните цели. Ето защо очертаването на един ефективен профил на мениджъра-иноватор би било адекватен отговор на изискванията на модерното бизнес управление.

Във връзка с това съвсем правомерно звучи тезата, че иновационните нагласи са важна предпоставка за мениджърската ефективност, тъй като личните предпочитания на мениджърите - нагласите им към новото и непознатото, като цяло се отразяват директно върху техния управленски стил и са важно конкурентно предимство.

Съобразно представения теоретичен анализ иновационната нагласа се интерпретира като комплексен интрапсихичен феномен, формиращ се въз основа на **личностни предиспозиции** (отвореност към опита, иновативност, креативност), **личен опит** (достъп до иновации и умения за боравене с тях), **проактивност** (стременеж към активно движение), **самоконтрол** (над мисли, чувства и емоции), както и в зависимост от актуалните **социално-икономически и организационно-културни предпоставки**. Подобна постановка на проблема предпоставя във фокуса на изследователското внимание да попаднат онези феномени, които кореспондират с основни страни от личностния профил на индивида-иноватор.

##### 1.1. Личностни черти от модела на Големите 5 фактора и иновационно мениджърско поведение

###### 1.1.1. Креативност и иновативност

Съобразно визираната теоретична ориентация на изследването, иновативността се разглежда в съгласие с концепцията на Роджърс, при която така наречените „иноватори“ и „изоставащи“ последователи са разположени в двата края на един и същ континуум (Rogers, 1995). Заедно с това се дискутира още и проблема за **креативността**, възприемана като **способност за създаване**, като **нагласа** или

способност да **се приеме промяната** и новото, като **готовност за боравене с идеи** и възможности, като **гъвкавост на възгледите**, като **процес** или **продукт** (Okpara, 2007).

#### **1.1.2. Ниво на активност**

Личностната характеристика „**ниво на активност**“ се възприема като част от скалата за екстраверсия в модела на Големите 5 личностни детерминанти. Отвореността и ангажираността с активности според Хоган и колектив (2012) са свързани с възприетата по-висока когнитивна способност, като отвореността към опита има пряк ефект върху изкристализираната интелигентност (Hogan, Staff, Bunting, Deary, Whalley, 2012).

#### **1.1.3. Стремех към постижения**

Конструктът „**стремех към постижения**“ или „потребност от постижения“ е заимстван от разработките на Макклелънд (1961) и е свързан с предприемаческото поведение, при което индивидите с потребност от постижения имат силно желание за успех и поставят предизвикателни стандарти пред себе си (Sajilan, Hadi, Tehseen, 2015). Специално внимание се обръща на изследването на Харт и колектив (2007), които констатирали наличието на две страни на мотивацията за постижения – **вътрешна и външна**. Резултатите от това проучване свидетелстват, че факторите от Големите 5 са по-добър предиктор на вътрешната мотивация за постижения, в сравнение с външната мотивация за постижения (Hart, Stasson, Story, 2007).

#### **1.1.4. Локус на контрол**

Личностната черта „**локус на контрол**“ е силен предиктор на поведението (Ajzen, 2002). Според Ротър (Rotter, 1966), локусът на контрол (**външен и вътрешен**) отразява степента, в която индивидите могат да влияят върху средата. Предложени са редица изследвания, изучаващи **влиянието на локуса на контрол на мениджъра** върху неговите решения и поведение и са посочени последиците за организацията. Разгледан е и мета-анализа, направен от Ескалера-Чавес и колектив, според който **видът локус на контрол на мениджърите**, зависи от това дали те са служители или собственици на бизнес (Escalera-Chaves et al., 2015).

#### **1.1.5. Ориентация към риск**

В специализираната литература понятието „**риск**“ се тълкува по различни начини, като най-общо дефинициите обхващат 3 големи аспекта (Цветков, 2014, стр. 388-389), описани в дисертационния труд. Проследяват се и резултатите от изследвания за отношенията между **риска, положителните и отрицателните афекти**, както и данните за връзката между **вътрешния и външния локус на контрол и рисковото поведение**.

### **1.2. Възприет контрол върху вътрешните състояния и управление на бизнеса**

**Субективният контрол над вътрешните състояния** отразява степента, в която индивидите чувстват, че имат контрол върху собствените си емоции, мисли, физически реакции (Pallant, J. F., 2000). **Възприетият самоконтрол** е сложен конструкт, който обхваща редица характеристики и поведения. С оглед прецизността на анализа е дискутиран модела на Мардийоно и колектив (2011), който дефинира **характеристиките на възприетия контрол** и установява връзка между конструкта и 11 ключови концепта (Mardiyono, Songwathana, Petpichetchian, 2011). Представен е и подробен анализ на **субдименсиите на възприетия контрол**, разработен от Грийн и колектив (2014).

### **1.3. Демографски фактори, влияещи върху степента на иновативност**

Приема се, че иновативността не е постоянна, генетична характеристика и може да бъде повлияна от социалната система и от действието на определени демографски фактори (Noh, Hamzah, Abdullah, 2016). Във връзка с това са дискутирани данните от редица изследвания, доказващи влиянието на факторите „пол“, „възраст“, „образование“ и „предишен опит“ върху иновативността.

#### **1.4. Обобщение на факторите, влияещи върху индивидуалната иновативност**

Обобщени са променливите, които оказват влияние върху иновационните нагласи и мениджърското поведение, насочено към ефективното управление на иновациите. Представен е и мета-анализът на Зеноуче и колектив (2014), който установява, че **факторите, влияещи върху иновациите**, се изследват на три нива: **индивидуално, групово и организационно** (Zennouche, Zhang, Wang, 2014, стр. 38).

## **2. Цели, задачи и хипотези на изследването**

### **2.1. Основни цели**

Главната цел на настоящото изследване е да се очертае обобщен профил на **иновативния мениджър**, включващ в себе си онези личностни и демографски характеристики, които се разкриват като детерминанти на неговите иновационни нагласи. Резултатите от подобно проучване биха имали измерими практически последици за бизнеса, тъй като ще разкрият факторите, които оказват най-силно влияние върху процеса на иновационно управление. Именно с този практически аспект на изследването е свързана и **втората основна цел** – да се докаже кои характеристики се явяват **най-силните предиктори на иновационните нагласи** и повишават присъщата готовност на мениджърите да приемат „новото“.

### **2.2. Изследователски задачи**

Във връзка с основните цели на изследването бяха поставени следните изследователски задачи:

- ✚ Да се проследи влиянието на демографската характеристика „трудов статус“, върху иновационните нагласи на индивидите в групата на мениджърите и служителите;
- ✚ Да се изследва влиянието на трудовия статус върху иновационните нагласи на мениджърите, които притежават и управляват собствен бизнес и мениджърите, наети като служители на различни нива (ниско, средно, високо);
- ✚ Да се проследи влиянието на трудовия статус върху възприетата ригидност между представителите на групите на мениджърите и служителите, както и между индивидите, които управляват собствен бизнес и индивидите, наети като ръководни кадри;
- ✚ Да се изследват взаимовръзките между независимите променливи в изследването („ориентация към риск“, „висока активност“, „инертност“, „висок емоционален самоконтрол“, „нисък емоционален самоконтрол“) и тяхното влияние върху възприетата иновативност и ригидност;
- ✚ Да се провери дали съществуват индиректни връзки между трудовия статус и степента на иновативност и ригидност, медирирани от отделните личностни черти, обект на изследването;
- ✚ Да се изследва влиянието на демографските характеристики („пол“, „възраст“, „образование“, „трудов опит“, „доходи“, „размер на организацията“ и „вид на

организацията”) върху степента на възприета иновативност и ригидност на респондентите.

### **2.3. Хипотези**

#### **Хипотеза 1:**

*Допуска се, че демографската характеристика “трудов статус” детерминира иновационните нагласи като влияе върху степента на възприета иновативност и ригидност.*

**Хипотеза 1.1:** Допуска се, че мениджърите ще имат по-високи резултати по скалата за иновативност от служителите.

**Хипотеза 1.2:** Допуска се, че мениджърите ще имат по-ниски резултати по скалата за ригидност от служителите.

**Хипотеза 1.3:** Допуска се, че мениджърите, които управляват собствен бизнес ще демонстрират по-високи резултати по скалата за иновативност от мениджърите, които управляват бизнес като служители.

**Хипотеза 1.4:** Допуска се, че мениджърите, които управляват собствен бизнес ще демонстрират по-ниски нива по скалата за ригидност от мениджърите, наети като служители.

#### **Хипотеза 2:**

*Допуска се, че личностните характеристики “ориентация към риск”, “висока активност”, “инертност”, “висок емоционален самоконтрол” и “нисък емоционален самоконтрол” оказват статистически значимо влияние и детерминират иновационните нагласи като влияят върху степента на иновативност и ригидност на индивидите.*

**Хипотеза 2.1:** Допуска се, че характеристиката “ориентация на риск” влияе по-силно и положително върху иновативността и по-слабо, негативно върху ригидността.

**Хипотеза 2.2:** Допуска се, че характеристиките, свързани с нивото на активност, влияят върху иновативността и ригидността, като очакванията са “високата активност” да има по-силно, положително влияние върху иновативността и по-слабо, негативно върху ригидността, а “инертността” да оказва по-силно положително влияние върху ригидността и по-слабо, негативно върху иновативността.

**Хипотеза 2.3:** Допуска се, че характеристиките, свързани със субективно възприетия контрол над вътрешните състояния ще оказват влияние върху иновативността и ригидността, като “висок емоционален самоконтрол” се очаква да влияе по-силно и положително върху иновативността и по-слабо, негативно върху ригидността, а “нисък емоционален самоконтрол” - да влияе по-силно и положително върху ригидността и по-слабо, негативно върху иновативността.

#### **Хипотеза 3:**

*Допуска се, че съществува индиректна връзка между трудовия статус и степента на иновативност и ригидност, медирана от субективно възприетия контрол над вътрешните състояния и неговите измерения “висок емоционален самоконтрол” и “нисък емоционален самоконтрол”.*

**Хипотеза 3.1:** Приема се, че високият и ниският емоционален самоконтрол имат медираща роля в причинно-следствената връзка между позицията на мениджърите и служителите и тяхната възприета иновативност.

**Хипотеза 3.2:** Приема се, че високият и ниският емоционален самоконтрол имат медираща роля в причинно-следствената връзка между позицията на мениджърите и служителите и тяхната възприета ригидност.

**Хипотеза 4:** Допуска се, че съществува индиректна връзка между трудовия статус и степента на иновативност и ригидност, медирана от нивото на активност на индивида.

**Хипотеза 4.1:** Приема се, че високата активност и инертността имат медираща роля в причинно-следствената връзка между позицията на мениджърите и служителите и тяхната възприета иновативност.

**Хипотеза 4.2:** Приема се, че високата активност и инертността имат медираща роля в причинно-следствената връзка между позицията на мениджърите и служителите и тяхната възприета ригидност.

**Хипотеза 5:**

*Допуска се, че съществува индиректна връзка между трудовия статус и степента на иновативност и ригидност, медирана от ориентацията към риск на индивида.*

**Хипотеза 5.1:** Приема се, че ориентацията към риск има медираща роля в причинно-следствената връзка между позицията на мениджърите и служителите и тяхната възприета иновативност.

**Хипотеза 5.2:** Приема се, че ориентацията към риск има медираща роля в причинно-следствената връзка между позицията на мениджърите и служителите, и тяхната възприета ригидност.

**Хипотеза 6:**

*Допуска се, че демографските фактори “пол”, “възраст”, “образование”, “трудов опит”, “доходи” и “размер на организацията” влияят върху степента на възприета иновативност и ригидност.*

### **3. Обект на изследването**

Обект на настоящето изследване са български мениджъри и служители, представители на държавни и частни структури, както и собственици на микро, малък и среден бизнес. Респондентите изпълняват обособени роли и функции в организациите и заемат разнообразни длъжности. Разделът е посветен на изясняване на спецификата на проведеното онлайн изследване, както и на основните предизвикателства, свързани с намирането на подходящи респонденти, доброволното им участие и социалната желателност.

### **4. Описание на извадката от изследването**

#### **4.1. Демографски характеристики на респондентите**

В настоящето изследване взеха участие общо 968 души, а разпределението на респондентите във връзка с основните демографски характеристики може да бъде проследено в Таблица 7.

Таблица 7: Демографски характеристики на респондентите от извадката

Демографски характеристики		Разпределение на респондентите	
		Брой	Процент
Пол	Жена	681	70,4
	Мъж	287	29,6
Възраст	До 25 години	110	11,4
	От 26 г. до 35 г.	438	45,2
	От 36 г. до 45 г.	256	26,4
	От 46 г. до 55 г.	122	12,6
	Над 55 г.	42	4,3
Завършена степен на образование	Висше, степен "магистър"	519	53,6
	Висше, степен "бакалавър"	259	26,8
	Доктор	30	3,1
	Средно специално	81	8,4
	Средно	76	7,9
	Основно	1	0,1
	Нямам завършено образование	2	0,2
Трудов статус	В момента не работя	80	8,3
	Имам собствен бизнес, но не го управлявам аз	9	0,9
	Нает/а съм като мениджър от ниско ниво	41	4,2
	Нает/а съм като мениджър от средно ниво	79	8,2
	Нает/а съм като ТОП-мениджър	28	2,9
	Притежавам собствен бизнес и го управлявам сам/а	146	15,1
	Управлявам бизнеса си в съдружие	62	6,4
	Служител съм в държавна организация	100	10,3
	Служител съм в частна организация	423	43,7
Размер на организацията	В момента не работя	64	6,6
	Голяма (над 250 работещи)	220	22,7
	Средна (от 55 до 250 работещи)	163	16,8
	Малка (от 5 до 55 работещи)	283	29,2
	Микро (от 1 до 5 работещи)	238	24,6
Трудов стаж	1-3 г.	82	8,5
	3-5 г.	124	12,8
	6-10 г.	213	22
	11-15 г.	213	22
	16-20 г.	147	15,2
	Над 21 г.	156	16,1
	Под 1 г.	22	2,3
	Нямам трудов стаж	11	1,1
Доходи	В момента нямам доходи	35	3,6
	На максималния праг	61	6,3
	Над максималния праг	90	9,3
	Над средния праг	338	34,9
	На средния праг	366	37,8

	На минималния праг	59	6,1
	Под минималния праг	19	2,0

#### **4.2. Демографски характеристики на мениджърите и служителите**

За целите на настоящото проучване респондентите от изследването бяха разделени на две групи – **мениджъри и служители**, във връзка с отговора, който са посочили за своя трудов статус. Демографското описание на респондентите, поместено в Таблица 8, проследява тяхното групиране като служители на ръководни и неръководни позиции и мениджъри, създаващи и/или управляващи собствен бизнес, сами или в съдружие.

#### **4.3. Обобщение на демографските характеристики на изследваните лица**

Обобщени са тенденциите в демографските профили на отделните групи изследвани лица в зависимост от техния трудов статус. Проследяват се и тенденциите спрямо отделните демографски променливи на всяка субгрупа.

### **5. Методология и инструментариум на изследването**

Съставената за целите на дисертацията батерия за измерване на личностните детерминанти се състои от скали, разработени в оригинал от различни изследователски екипи на английски език. Това наложи предварителна процедура по превод и културална адаптация, която протече в няколко етапа, описани по-долу.

#### **5.1. Предварителна подготовка, превод и културална адаптация на въпросника за изследването**

Бяха спазени всички принципи за превод на чуждестранна методика, като в процеса бяха включени различни експерти от сферата на езикознанието и психологията. Готовите скали, представени на респондентите, са поместени в **Приложение 1: Въпросник за изследване на житейските нагласи**. Самата процедура по превод и адаптация протече в няколко последователни етапа, представени детайлно в раздела.

#### **5.2. Използван инструментариум за оценка на иновационните нагласи на респондентите**

Батерията от въпросници за изследване на личностните детерминанти на иновационните нагласи на мениджърите е конструирана за целите на настоящото проучване и съдържа следните 7 (седем) оригинални скали:

- Скала за иновативност
- Скала за креативност
- Скала за ниво на активност
- Скала за стремеж към постижения
- Скала за ориентация към риск
- Скала за локус на контрола
- Скала за възприет контрол върху вътрешните състояния

Конструираният въпросник, предоставен на изследваните лица, включва общо 94 въпроса, като 83 въпроса съставляват седемте скали, а останалите 11 въпроса се отнасят до демографски характеристики. Въпросникът беше предоставен на изследваните лица чрез онлайн форма за попълване. Основните канали за разпространение са социалните мрежи. Обърнато е внимание и на специфичните аспекти на използваните скали и

айтеми, както и ограниченията по отношение на субективните възприятия и интерпретацията на резултатите.

### **5.2.1. Скали за самооценка на личностни черти**

Част от използваните скали в батерията са от модела на АйПИП (IPIP – International Personality Item Pool), разработен от екип експерти, начело с Люис Голдбърг (2005) (Goldberg, 2005). Характеристиките на методиката са детайлно описани в дисертационния труд, а за целите на настоящата разработка бяха използвани следните скали с добри психометрични характеристики:

#### **✚ Стремеж към постижения (0.78)**

Скалата се състои от общо 10 айтема и отразява аспектите на личността, които са пряко свързани с мотивация за постижение, насоченост към резултати и реализиране на цели. Отразява възприетото ниво на полагани усилия и стремеж към постижения в личен и работен план.

#### **✚ Ниво на активност (0.71)**

Скалата за Ниво на активност обхваща 10 айтема, с които респондентите оценяват собственото си възприятие за това доколко са активни в ежедневието си и дали приемат, че имат висок енергиен заряд за извършване на няколко дейности паралелно. Отразява възможностите на личността да насочва съзнанието си в посока активност или покой в ежедневието си.

#### **✚ Креативност (0.81)**

Скалата за креативност включва също 10 айтема, отразяващи менталното възприятие по отношение на демонстрираното ниво на креативно мислене. Отразява афинитета на личността към абстрактни и философски размишления, както и да търси отговори на сложни въпроси.

#### **✚ Локус на контрол (0.61)**

Макар скалата да е съставена само от 5 айтема, те имат своето място, тъй като отразяват рационалистично възприемането на факторите, които направляват живота на индивида. Скалата за локус на контрол отразява склонността на индивида да предприема действия с убеждението, че държи нещата под контрол.

#### **✚ Поемане на риск (0.78)**

Скалата за ориентация към риск съдържа 10 айтема, които отразяват тенденцията на личността към поемане на риск. Съгласно обобщенията от теоретичната част, поемането на риск вероятно е сред най-асоциираните с предприемачеството и бизнес управлението личностни черти.

Анализът на скалите от модела на АйПИП показва, че айтемите от батерията всъщност отразяват когнитивен стил в различни измерения (креативност, стремеж към постижения, склонност към риск, локус на контрол, ниво на активност). Общото между предложените скали е **поведенческото намерение и личната активност**. Всички айтеми описват склонността на индивида да мисли и действа активно, да търси нови идеи, нови събития и да приема, че има контрол над решенията и поведението си.

Във връзка с основните цели и задачи на изследването беше направен **експлораторен факторен анализ с фиксирани три фактора** върху скалите от АйПИП батерията. Решението за разделянето на оригиналните скали на три фактора беше взето въз основа на допускането, че факторите отразяват три аспекта на личната готовност за поведение (*склонност към риск, нагласа за активно поведение и нагласа за пасивно*



поведение). За определяне на броя фактори беше използван метода Velicer MAP. Анализите потвърдиха допускането за разделянето на скалата на три фактора, отразяващи проактивно поведение и мислене, инертно поведение и ориентация към риск. Факторният анализ беше проведен с ротация, за да бъде проверена корелацията между скалите. Трите фактора обясняват 23% от вариацията във въпросите. Фактор 1, наречен за краткост „**висока активност**“, съдържа въпроси с факторни тегла от 0,32 до 0,63, а фактор 2 – „**склонност към риск**“, съдържа въпроси с факторни тегла от 0,33 до 0,67. Фактор 3, „**инертност**“, съдържа въпроси с факторни тегла с абсолютна стойност от 0,34 до 0,78. Разпределението на айтемите в новите фактори е отразено в Таблица 9 в дисертационния труд.

### 5.2.2. **Скала за възприета иновативност**

Скалата за самооценка на иновативността е разработена от Хърт, Джоузеф и Куук (Hurt, Joseph и, & Cook, 1977). Въпросите от скалата за иновативност отразяват степента, в която даден индивид демонстрира желание за възприемане на новото и приемане на промяната. Скалата използва като основа модела на Е. Роджърс за дифузия на иновациите (1983), и в съгласие с него иновативността се дефинира като нормално дистрибутиран, *основополагащ личностен конструкт*, който авторите интерпретират като „**желание/готовност за промяна**“ (Hurt, Joseph и, Cook, 1977). Континуумът обхваща иновативността от най-ниските до най-високите нива и всеки айтем може да бъде поставен директно в една от 5-те категории последователи по модела на Роджърс (1983) (Menold, Jablolkow, Purzer, Ferguson, Ohland, 2014). В обобщение, иновативността тук се измерва като генерална личностна черта, а не като множество фасети на иновативността.

Във връзка с целите на изследването и издигнатите хипотези, беше сметнато за необходимо да се проследят само 2 фактора по отношение иновациите, които очертават присъщата тенденция на личността – да се приближава или отдалечава от концепцията за „ново“. За тази цел въпросникът за възприета иновативност беше подложен на експлораторен факторен анализ с фиксирани два фактора. Решението за разделянето на оригиналната скала на два фактора беше взето въз основа на теоретичната обосновка съгласно модела на Роджърс (1983) за „иноваторите“ и „изоставащите“, както и чрез използването на традиционни методи за определяне на броя фактори, като Velicer MAP. Анализите потвърдиха разделянето на скалата на два фактора. Факторният анализ беше проведен с ротация, за да бъде проверена корелацията между скалите. Двата фактора обясняват 40% от вариацията във въпросите, което е силен показател за 2 фактора. Фактор 1, наречен „**иновативност**“, съдържа въпроси с факторни тегла между 0.51 и 0.67, докато Фактор 2, „**ригидност**“ съдържа въпроси с факторни тегла между 0.46 и 0.73. Факторите имат средно силна отрицателна корелация от -0.48. **Скалата за иновативност** съдържа общо 12 въпроса и има силна вътрешна валидност от  $\alpha = 0.87$ . **Скалата за ригидност** съдържа общо 8 въпроса и също има силна вътрешна валидност от  $\alpha = 0.84$ . Разпределението на айтемите в двата фактора е поместено в таблица 10.

Скалите за иновативност и ригидност са с добри психометрични характеристики и позволяват да се разкрият индивидуалните иновационни нагласи на респондентите. Високите резултати по **скалата за иновативност** ще свидетелстват за желание и готовност за промяна, което може да се тълкува като поведенческо намерение, основано на съществуваща, положителна нагласа на индивида към иновациите.

Обратно, високите резултати по **скалата за ригидност** ще служат като индикатор за липса на готовност, за съзнателна съпротива към промяната и отказ от приемане. Този когнитивен стил е заложен в самата айтемна структура на скалата.

### **5.2.3. Скала за възприет контрол над вътрешните състояния**

Скалата за **възприет контрол над вътрешните състояния** е разработена от Палант за измерване на степента, в която хората чувстват, че имат контрол над своите вътрешни състояния (емоции, мисли и физически реакции) (Pallant, 2000). Възприетият контрол включва убеждението, че човек може да се самооцени и да повлияе върху собственото си състояние, средата си или да постигне желаните резултати (Pallant, 2000). Скалата има отлични психометрични характеристики (Pallant, 2000). Оригиналният дизайн на скалата предполага наличието на 2 фактора, детерминиращи различни аспекти на поведение. **Фактор 1** обхваща убежденията на индивида, че притежава различни технически умения, необходими за оказване на контрол над вътрешните състояния, а **фактор 2** се отнася до по-общите разбирания на личността за цялостното субективно възприятие за контрол над емоциите (Pallant, 2000, стр. 325).

Тук отново се сметна за необходимо да се направи експлораторен факторен анализ с фиксирани два фактора върху оригиналната скала за възприет контрол над вътрешните състояния. Анализите потвърдиха разделянето на скалата на два фактора, но част от айтемите се разпределиха по по-различен начин, показан в таблица 11. Факторният анализ беше проведен с ротация, за да бъде проверена корелацията между скалите. Двата фактора обясняват 41% от вариацията във въпросите, което е силен показател за 2 фактора. Фактор 1, **висок контрол на емоционалните състояния**, съдържа въпроси с факторни тегла между 0.36 и 0.91, докато Фактор 2, **нисък контрол на емоционалните състояния**, съдържа въпроси с факторни тегла между 0.53 и 0.67. Факторите имат силна отрицателна корелация от -0.70.

Скалата за висок контрол на емоционалните състояния съдържа общо 11 въпроса и има силна вътрешна валидност от  $\alpha = 0.88$ , а скалата за нисък контрол на емоционалните състояния съдържа общо 6 въпроса и има вътрешна валидност от  $\alpha = 0.75$  (вж. Таблица 11). Факторите „висок емоционален самоконтрол“ и „нисък емоционален самоконтрол“ отразяват тенденцията на личността да възприема субективно личните си умения за справяне с емоциите и вътрешното напрежение. Допуска се, че индивидите, които имат високи резултати по скалата за висок емоционален самоконтрол, ще демонстрират ниски резултати по скалата за нисък самоконтрол.

### **5.3. Обобщение за скалите от въпросника за оценка на личностните детерминанти на иновационните нагласи**

След направените факторни анализи, въпросникът за оценка на личностните и демографски характеристики, влияещи върху субективната иновативност, съдържа следните скали:

- ✚ Иновативност ( $\alpha=0.87$ ; 12 айтема);
- ✚ Ригидност ( $\alpha=0.84$ ; 8 айтема);
- ✚ Висок емоционален самоконтрол ( $\alpha= 0.88$ ; 11 айтема);
- ✚ Нисък емоционален самоконтрол ( $\alpha= 0.75$ ; 6 айтема);
- ✚ Висока активност ( $\alpha= 0.80$ ; 20 айтема);
- ✚ Инертност ( $\alpha = 0.69$ ; 12 айтема);
- ✚ Склонност към риск ( $\alpha = 0.80$ ; 10 айтема)

Изведените характеристики са обект на емпиричното изследване, в резултат на което ще бъде разкрита връзката им с индивидуалната иновативност.

#### **5.4. Дизайн на изследването и изследователска етика**

Представен е детайлно дизайна на изследването, метода на предоставяне и скалата за отговори (вж. Приложение 1). Отражена е и съблюдаваната изследователска етика за провеждане на подобно проучване.

#### **5.5. Методологически ограничения, недостатъци на дизайна и социална желателност в изследването**

Като всяко друго изследване и настоящето има своите ограничения по отношение на методологията, дизайна, инструментариума, надеждността и валидността на предоставените данни и изследователските пристрастия, детайлно описани в раздела.

## **ГЛАВА ПЕТА**

### **Анализ на личностните и демографските характеристики, детерминиращи иновационните нагласи на мениджърите**

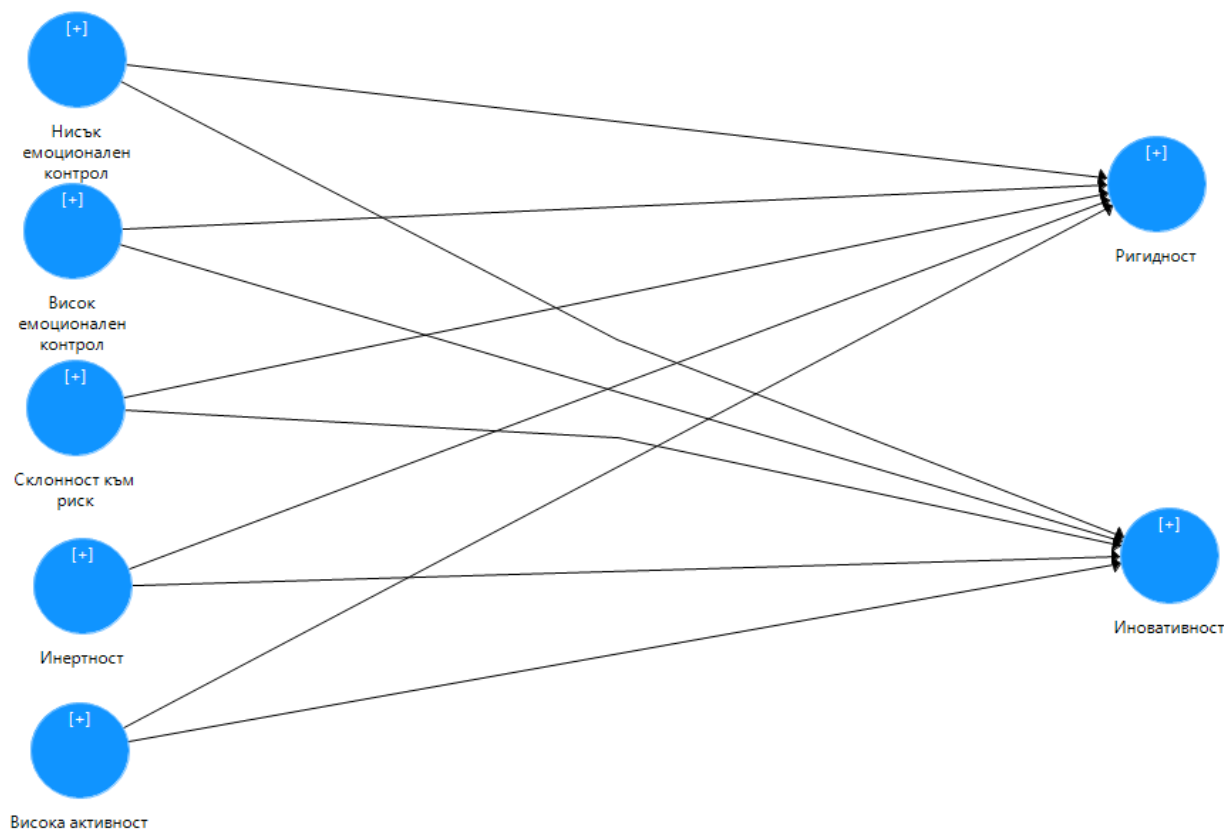
#### **1. Статистически методи и модели за провеждане на изследването**

Теоретичната обосновка на изследваните проблеми, обобщенията от специализираната литература, както и факторният анализ на инструментариума, изведоха общо пет големи области от личностни черти, детерминанти на поведението (**ориентация към риск, висок емоционален самоконтрол, нисък емоционален самоконтрол, висока активност, инертност**), за които се очаква да влияят независимо една от друга върху двете нива на възприетата иновативност – **иновативност и ригидност**.

С цел по-задълбочено изучаване на връзките и отношенията между отделните конструкти и тяхното влияние върху иновативността и ригидността, беше създаден структурен изчислителен модел по метода на частичните най-малки квадрати (PLS-SEM), посредством софтуер, специално предназначен за подобни модели - SmartPLS. Тази методология беше избрана пред използването на стандартни ковариационни структурни модели, защото PLS-SEM-моделът е по-подходящ при предвиждането и изграждането на теоретичен модел, какъвто е предложението в настоящата дисертация, и защото концептуално кореспондира по-добре с множествената регресия (Hair et al, 2014, р. 140). Моделът може да бъде детайлно разгледан на Фигура 2.

Мултиколинearността в настоящото изследване е проверена посредством VIF-индекса. В Таблица 12 са представени резултатите, според които всички VIF-стойности са под 10 и може да се приеме, че няма наличие на мултиколинearност, съгласно утвърдените научни стандарти (Hair et al., 2011). Корелационния анализ на независимите променливи показва, че **съществуват корелации** между тях, но те не са достатъчно силни, за да нарушат принципа за липса на мултиколинearност (вж. Таблица 13).

Фигура 2: Структурен изчислителен модел, използван в изследването за оценка на влиянието на независимите променливи върху зависимите



За да бъде проверено наличието на нормално разпределение на двете зависимы променливи, беше направен анализ на остатъците от регресията чрез P-P тест. От резултатите за иновативността като зависима променлива, създадена със SPSS 23, е видно, че стойностите на резултатите по иновативност лежат на 45 градуса (вж. Графика 1), което е още едно условие за провеждане на регресионен анализ. Сходни са и резултатите по отношение на ригидността като зависима променлива, видимо в Графика 2.

Структурният изчислителен модел беше проверен и с индекса SRMR, тъй като това е индекс за значимост на модела, представен от софтуера SmartPLS. Така SRMR представлява стандартизираната разлика между наблюдаваната корелация и предвижданата такава, понеже стойност под 0.08 се приема като индикативна за добър модел (Hu & Bentler, 1999). Настоящият модел е с пет независими и две зависимы променливи и има SMRM от 0.07, което може да се приеме за добра стойност. Беше сметнато, че за нуждите на настоящото проучване, предложеният структурен изчислителен модел за регресионен анализ на личностните детерминанти и тяхното влияние върху индивидуалната степен на иновативност и ригидност, отговаря на основните статистически изисквания и може да бъде надеждно използван за оценка на извадката с изследваните променливи.

## 2. Статистически анализ на изследователските хипотези

Анализът и обработката на емпиричните данни от изследването бяха извършени с различни статистически методи:

- + **Дескриптивна статистика** – за изследване на честотните разпределения на респондентите по изследваните демографски фактори;
- + **Структурен изчислителен модел по метода на частичните най-малки квадрати** (PLS-SEM) – регресионен модел за изучаване на връзките и отношенията между независимите променливи и двете нива на зависимата променлива;
- + **Тест за Мултиколинеарност** - проверена посредством VIF-индекса;
- + **Проверка на значимостта на модела посредством индекса SRMR** - представен от софтуера SmartPLS.
- + **Анализ на остатъците от регресията чрез P-P тест** - за проверка на наличието на нормално разпределение на двете зависими променливи;
- + **Коефициент „алфа на Кронбах“** – за проверка на вътрешната валидност на формираните фактори;
- + **T-тест на Стюдънт за независими извадки** (Independent Samples T-Test) – за сравняване на средните стойности на изследваните характеристики между две групи изследвани лица;
- + **Еднофакторен дисперсионен анализ** (one-way ANOVA) – за сравняване на средни стойности на изследваните характеристики при повече от две групи;
- + **Процедура за множествено сравнение на променливи** (Tukey's HSD (honestly significant difference) test) - използван след еднофакторен анализ ANOVA за установяване на средни стойности, които статистически се различават една от друга;
- + **Корелационен анализ** – за изследване на взаимозависимости между променливите;
- + **Медиационни анализи посредством метода на частичните най-малки квадрати** – чрез макроса за SPSS PROCESS, създаден с цел проверка на индиректна причинно-следствена връзка между два фактора, опосредствана от един или два фактора;
- + **Експлораторен факторен анализ с фиксирани фактори** - за определяне на факторните тегла и структура на използваните оригинални скали;

Статистическите анализи бяха извършени с два работни софтуера за статистическа обработка – SmartPLS и IBM SPSS Statistics 23. С цел по-добро представяне на резултатите, данните от анализите за всяка хипотеза и прилежащите към нея подхипотези са поместени в отделни подраздели.

### 2.1. Влияне на демографската характеристика „трудова статус“ върху степента на възприета иновативност и ригидност на респондентите

Издигнатата **Хипотеза 1** беше проверена с помощта на T-тест на Стюдънт за независими извадки (Independent Samples T-Test). Резултатът от проведения T – тест за изследване на **Хипотеза 1.1** показва, че **трудовият статус на респондентите води до статистически значим различия в нивата на присъщата им иновативност** ( $t(886)$

= 6,35;  $p < 0,001$ ) (вж. Фигура 3). Средните стойности на мениджърите ( $M = 48,69$ ;  $SD = 6,51$ ) са по-високи от тези на служителите ( $M = 45,6$ ;  $SD = 7,53$ ).

Анализът на **Хипотеза 1.2** показва, че мениджърите ( $M = 17,00$ ,  $SD = 5,29$ ) имат статистически значими по-ниски резултати по скалата за ригидност от служителите ( $M = 18,53$ ,  $SD = 6,00$ ) ( $t(886) = -3,90$ ,  $p < 0,001$ ), като резултатите са поместени във Фигура 4. Резултатите, отразени във фигури 3 и 4, **потвърждават изцяло Хипотеза 1.1. и Хипотеза 1.2.**, според които мениджърите демонстрират по-високи нива по скалата за иновативност и по-ниски нива по скалата за ригидност от служителите.

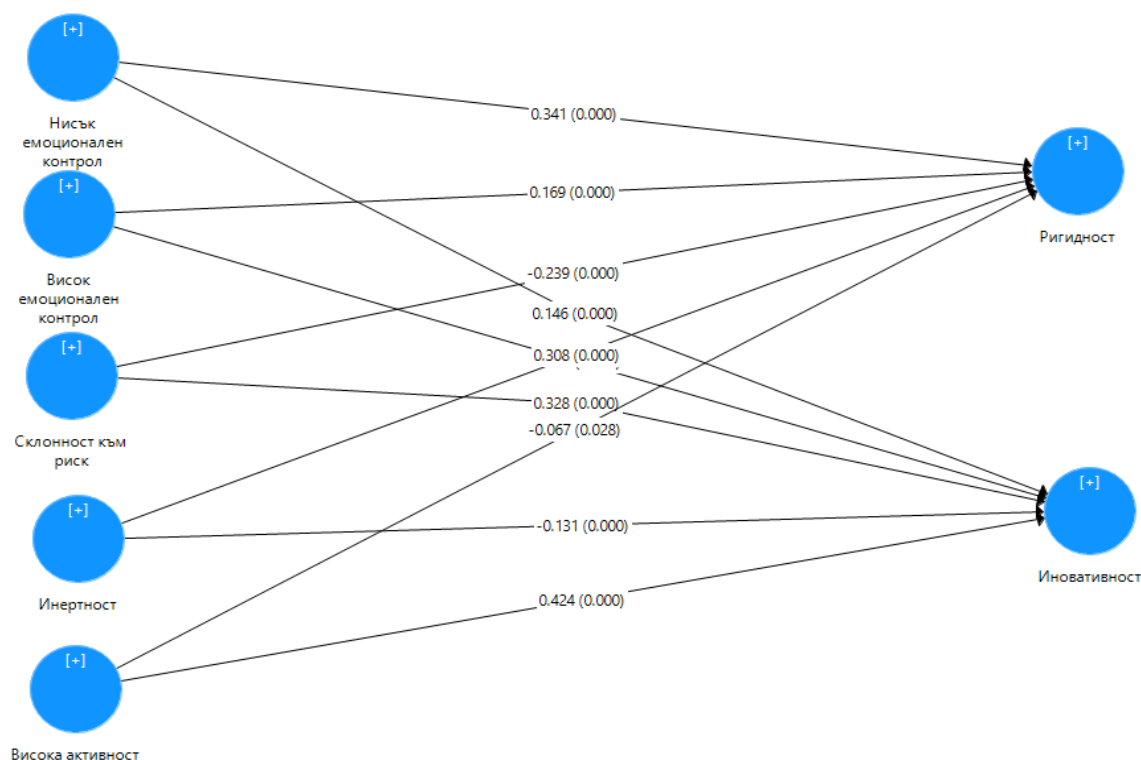
Анализът на резултатите по отношение на **Хипотеза 3** и **Хипотеза 4** даде достатъчно основания да бъдат отхвърлени допусканията, че мениджърите, собственици на бизнес, ще имат статистически значими различия спрямо наетите мениджъри по скалите за иновативност и ригидност. Данните сочат, че мениджърите, собственици на бизнес ( $M = 48,96$ ,  $SD = 6,70$ ) *нямат статистически значими по-високи резултати* от наетите мениджъри ( $M = 48,30$ ,  $SD = 6,22$ ) ( $t(363) = 0,95$ ,  $p = 0,34$ ) по скалата за иновативност (Фигура 5). Сходни са и резултатите по скалата за ригидност, видими във Фигура 6, като мениджърите, собственици на бизнес ( $M = 16,64$ ,  $SD = 5,25$ ) *нямат статистически значими по-ниски резултати* от наетите мениджъри ( $M = 17,54$ ,  $SD = 5,31$ ) ( $t(363) = -1,60$ ,  $p = 0,11$ ).

Подробни данни от Т-теста на Стюдънт за независими извадки по демографската променлива „трудов статус“ във връзка с Хипотеза 1 и нейните 4 подхипотези по отношение на двете скали са поместени в Таблица 14. В заключение, **факторът „трудов статус“ се явява предиктор на иновационните нагласи на мениджърите** когато сравнението се прави между индивиди, заемащи ръководни и не-ръководни позиции, но не предсказва по-висока иновативност между ръководещите собствен бизнес и наетите за тази цел като служители лидери.

## **2.2. Влияние на личностните детерминанти върху иновационните нагласи на респондентите**

Издигнатата **Хипотеза 2** беше подложена на анализ посредством използването на структурен изчислителен модел по метода на частичните най-малки квадрати (PLS-SEM), осъществен чрез софтуера SmartPLS, специално предназначен за подобни случаи. Резултатите за отношенията между независимите и зависимите променливи, съгласно Хипотеза 2 и нейните подхипотези, може да се види във Фигура 8.

Фигура 8: Отношения между независимите и зависимите променливи със стандартизирани стойности.



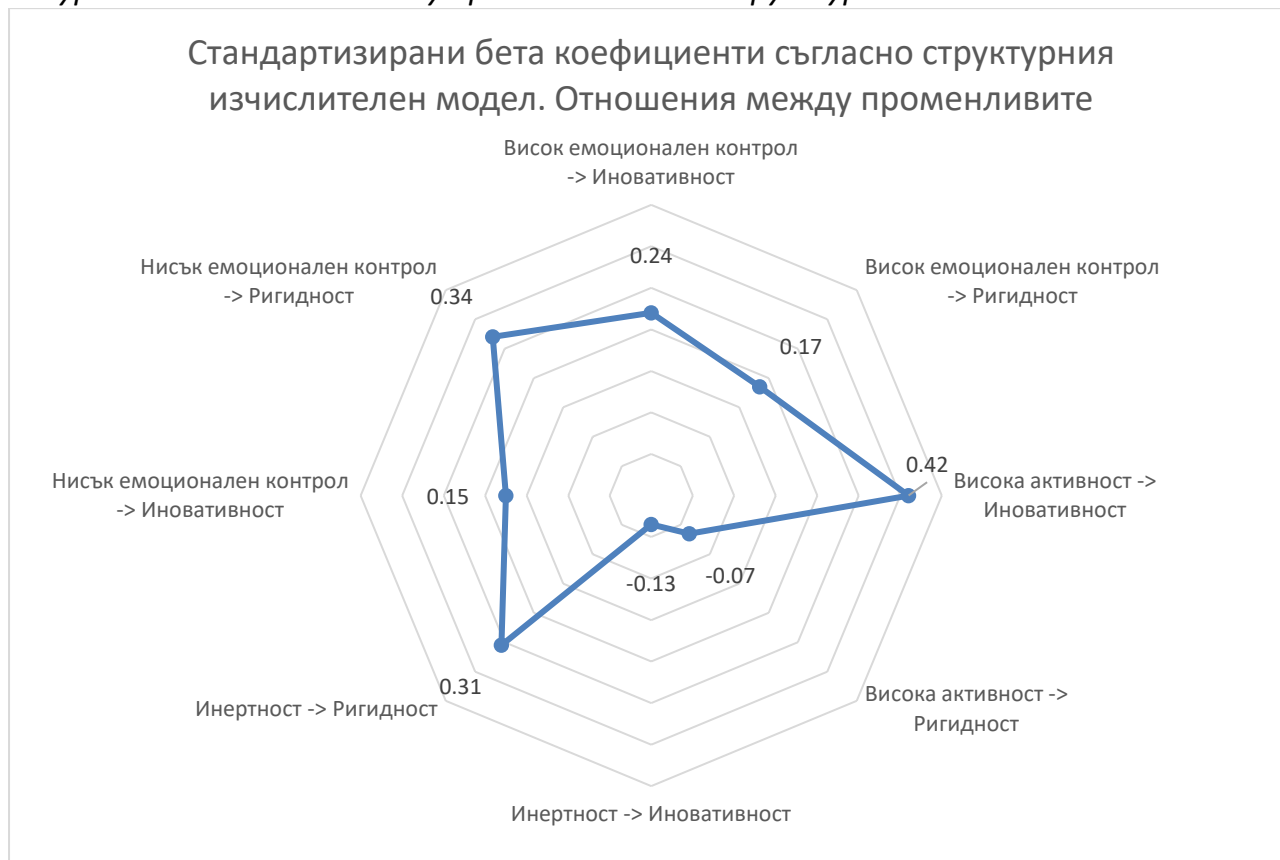
Резултатите за стандартизираните стойности на зависимите и независимите променливи, според структурния изчислителен модел, са разположение в Таблица 15.

Таблица 15: Стандартизирани стойности според структурен изчислителен модел

	Бета-стойности	Стандартни отклонения	Т-статистика	Р-стойност
Висок емоционален контрол -> Иновативност	0.24	0.03	7.974	< 0,001
Висок емоционален контрол -> Ригидност	0.17	0.04	4.265	< 0,001
Висока активност -> Иновативност	0.42	0.02	17.558	< 0,001
Висока активност -> Ригидност	-0.07	0.03	2.206	0.028
Инертност -> Иновативност	-0.13	0.03	4.921	< 0,001
Инертност -> Ригидност	0.31	0.03	9.467	< 0,001
Нисък емоционален контрол -> Иновативност	0.15	0.03	5.225	< 0,001
Нисък емоционален контрол -> Ригидност	0.34	0.04	8.889	< 0,001

Отношенията между променливите в предложения структурен изчислителен модел могат да се визуализират с цел по-добро онагледяване на модела, показано във фигура 9.

Фигура 9: Отношения между променливите в структурния изчислителен модел



Както се вижда от данните, поместени в таблица 15 и графики 7 и 8, **Хипотеза 2.1. изцяло беше потвърдена.** Резултатите свидетелстват, че характеристиката „склонност към риск“ ще има положително влияние върху иновативността ( $b = 0,33$ ,  $p < 0,001$ ) и отрицателно влияние върху ригидността ( $b = -0,24$ ,  $p < 0,001$ ). Освен това се потвърждава допускането, че влиянието на склонността към риска ще е по-силно върху иновативността, отколкото върху ригидността. Може да се каже, че действително личностната характеристика „склоност към риск“ е предиктор на иновационните нагласи на индивидите.

Данните от анализа на **Хипотеза 2.2.** показаха, че **тази хипотеза също е изцяло потвърдена.** Резултатите, поместени в таблица 15 и графики 7 и 8 свидетелстват, че **високата активност** има положително влияние върху резултатите по скалата за иновативност ( $b = 0,42$ ,  $p < 0,001$ ) и негативно влияние върху резултатите по скалата за ригидност ( $b = -0,07$ ,  $p = 0,03$ ). Обратни са резултатите при **инертността**, която има негативно влияние върху резултатите по скалата за иновативност ( $b = -0,13$ ,  $p < 0,001$ ) и положително влияние върху резултатите по скалата за ригидност ( $b = 0,31$ ,  $p < 0,001$ ). Може да се каже, че личностната характеристика „висока активност“ детерминира иновационните нагласи на мениджърите.

Анализът по отношение на **Хипотеза 2.3** установи, че **високият емоционален контрол** има положително влияние както върху резултатите по скалата за



иновативност ( $b = 0,24, p < 0,001$ ), така и върху резултатите по скалата за *ригидност* ( $b = 0,17, p < 0,001$ ).

Прави впечатление, че за разлика от направеното допускане по хипотеза 2.3, *високият емоционален контрол има положително влияние и върху двете зависими променливи*, а не само върху иновативността. Подобна е ситуацията и в случая с **ниския емоционален контрол**. Той има *положително* влияние върху *ригидността*, както беше допуснато в Хипотеза 2.3 ( $b = 0,34, p < 0,001$ ), а също така и върху *иновативността*, но в по-малка степен ( $b = 0,15, p < 0,001$ ). Това означава, че **Хипотеза 2.3 се потвърждава частично**. За Хипотеза 2.3. може да се обобщи, че **и високият емоционален контрол, и ниският емоционален контрол са предиктори на иновативността**, като високият емоционален самоконтрол има по-силно влияние върху иновативността в сравнение с ниския емоционален самоконтрол.

### 2.3. Субективно възприет контрол и връзка между трудовия статус и степента на иновативност и ригидност

Хипотези от 3 до 5 бяха проверени чрез макроса за SPSS PROCESS, създаден с цел по-лесното провеждане на медиационни анализи, посредством метода на частичните най-малки квадрати (Hayes, 2013). Илюстрация на модела на медиацията може да бъде видяна на графика 3, като за проверка на хипотезите са използвани медиационни анализи с един медиатор и множествени медиационни анализи с два каузално свързани помежду си медиатора.

За проверка на издигнатата **Хипотеза 3** са използвани два медиационни модела с два каузално свързани медиатора. **Хипотеза 3.1** допуска, че високият (M1) и ниският емоционален самоконтрол (M2) имат медираща роля в причинно-следствената връзка между позицията на мениджърите и служителите (X) и тяхната възприета иновативност (Y), демонстрирани във фигура 9. Поредицата от регресионни модели показва, че **позицията на изследваните лица има статистически значимо влияние** върху резултатите по скалата за *висок емоционален самоконтрол*, като обяснява 2% от вариациите в него ( $R^2 = 0,02, \beta = 0,26; p < 0,001$ ). **Позицията** също така има *статистически значимо влияние* и върху втория медиатор - *ниското ниво на емоционален контрол*, като и в този случай обяснява 2% от вариацията в него ( $R^2 = 0,02, \beta = -0,28; p < 0,001$ ).

Отчитането на директното влияние на независимата променлива (трудов статус) и двата медиатора (висок и нисък емоционален контрол) върху зависимата променлива (иновативност) в регресионния модел показва, че и *трите променливи имат статистически значимо влияние върху иновативността*. Заедно, независимите променливи обясняват 25% от вариацията в зависимата променлива. Ниското ниво на емоционален контрол има най-високо влияние върху скалата за иновативност ( $\beta = 0,52; p < 0,001$ ) в сравнение с позицията на изследваните лица ( $\beta = -0,31; p < 0,001$ ) и високото ниво на самоконтрол ( $\beta = 0,12; p < 0,001$ ). Фактът, че статистически значимото влияние на позицията на изследваните лица не изчезва след влагането на медиаторите, показва, че трябва да се търси наличие на частична медиация.

След отчитане на индиректния ефект в модела (Med. Effect -0,84 при доверителен интервал CI [от -1,29 до -0,40]) става ясно, че **е налице статистически значима частична медиация** от страна на *високите и ниските нива на емоционален самоконтрол* по

отношение на влиянието на **трудовия статус** върху резултатите по скалата за **иновативност** (Фигура 9).

**Хипотеза 3.2** допуска, че високият (M1) и ниският емоционален самоконтрол (M2) имат медираща роля в причинно-следствената връзка между позицията на мениджърите и служителите (X) и тяхната възприета ригидност(Y) (вж. Фигура 10).

Поредицата от регресионни модели показва, че **позицията на изследваните лица** има *статистически значимо влияние* върху резултатите по скалата за **висок емоционален самоконтрол**, като обяснява 2% от вариациите в него ( $R^2 = 0,02$ ,  $\beta = 0,26$ ;  $p < 0,001$ ). **Позицията** също така има *статистически значимо влияние* и върху втория медиатор - **ниското ниво на емоционален контрол**, като и в този случай обяснява 2% от вариацията в него ( $R^2 = 0,02$ ,  $\beta = -0,28$ ;  $p < 0,001$ ).

Отчитането на директното влияние на независимата променлива (трудова статус) и двата медиатора (висок и нисък емоционален контрол) върху зависимата променлива (иновативност) в регресионния модел показва, че *и трите променливи имат статистически значимо влияние върху иновативността*. Заедно, независимите променливи обясняват 18% от вариацията в зависимата променлива. Високото ниво на емоционален контрол има най-силно влияние върху скалата за иновативност ( $\beta = 0,46$ ;  $p < 0,001$ ) в сравнение с позицията на изследваните лица ( $\beta = 0,17$ ;  $p = 0,01$ ) и ниското ниво на самоконтрол ( $\beta = 0,10$ ;  $p = 0,01$ ).

Фактът, че статистически значимото влияние на позицията на изследваните лица не изчезва след влагането на медиаторите показва, че трябва да се търси наличие на частична медиация. След отчитане на индиректния ефект в модела (Med. Effect 0,53 при доверителен интервал CI [от 0,21 до 0,88]) става ясно, че е налице **статистически значима частична медиация** от страна на **високите и ниските нива на емоционален самоконтрол** по отношение на влиянието на **трудовия статус** върху резултатите по скалата за **ригидност**.

#### 2.4. Равнище на индивидуална активност и връзка между трудовия статус и степента на иновативност и ригидност

За проверка на издигнатата **Хипотеза 4** са използвани два медиационни модела с два каузално свързани медиатора. **Хипотеза 4.1** допуска, че високата активност (M1) и инертността (M2) имат медираща роля в причинно-следствената връзка между позицията на мениджърите и служителите (X) и тяхната възприета иновативност (Y) (Вж. Фигура 11).

Поредицата от регресионни модели показва, че **позицията на изследваните лица** има *статистически значимо влияние* върху резултатите по скалата за **инертност**, като обяснява 3% от вариациите в него ( $R^2 = 0,03$ ,  $\beta = 0,33$ ;  $p < 0,001$ ). **Позицията** също така има *статистически значимо влияние* и върху втория медиатор - **висока активност**, като и в този случай обяснява 2% от вариацията в него ( $R^2 = 0,02$ ,  $\beta = -0,31$ ;  $p < 0,001$ ). Заедно, независимите променливи обясняват 41% от вариацията в зависимата променлива. Високата активност има най-силно влияние върху скалата за иновативност ( $\beta = 0,57$ ;  $p < 0,001$ ) в сравнение с позицията на изследваните лица ( $\beta = -0,20$ ;  $p < 0,001$ ) и инертността ( $\beta = -0,16$ ;  $p < 0,001$ ).

Фактът, че статистически значимото влияние на позицията на изследваните лица не изчезва след влагането на медиаторите показва, че трябва да се търси наличие на

частична медиация. След отчитане на индиректния ефект в модела (Med. Effect - 1,66 при доверителен интервал CI [от -2,31 до -1,04]) става ясно, че **е налице статистически значима частична медиация** от страна на **високата активност** и **инертността** по отношение на влиянието на **трудовия статус** върху резултатите по скалата за **иновативност**.

**Хипотеза 4.2** допуска, че високата активност (M1) и инертността (M2) имат медираща роля в причинно-следствената връзка между позицията на мениджърите и служителите (X) и тяхната възприета ригидност (Y), видимо от фигура 12. Поредицата от регресионни модели показва, че **позицията на изследваните лица има статистически значимо влияние** върху резултатите по скалата за **инертност**, като обяснява 3% от вариациите в него ( $R^2 = 0,03$ ,  $\beta = 0,33$ ;  $p < 0,001$ ). **Позицията** също така **има статистически значимо влияние** и върху втория медиатор - **висока активност**, като и в този случай обяснява 2% от вариацията в него ( $R^2 = 0,02$ ,  $\beta = -0,31$ ;  $p < 0,001$ ). Отчитането на директното влияние на независимата променлива (трудова статус) и двата медиатора (висока активност и инертност) върху зависимата променлива (ригидност) в регресионния модел показва, че при включването на медиаторите, позицията на изследваните лица вече няма статистическо значимо влияние върху резултатите по скалата за ригидност ( $\beta = 0,08$ ;  $p = 0,18$ ), докато такава е налице без тях ( $\beta = 0,26$ ;  $p < 0,001$ ).

След отчитане на индиректния ефект в модела (Med. Effect - 1,05 при доверителен интервал CI [от 0.67 до 1.45]) става ясно, че **е налице статистически значима пълна медиация** от страна на **високата активност** и **инертността** по отношение на влиянието на **трудовия статус** върху резултатите по скалата за **ригидност**.

## 2.5. Ориентация към риск на индивида и връзка между трудовия статус и степента на иновативност и ригидност

За проверка на издигнатата **Хипотеза 5** са използвани два медиационни модела с един медиатор. **Хипотеза 5.1** допуска, че склонността към риск (M) има медираща роля в причинно-следствената връзка между позицията на мениджърите и служителите (X) и тяхната възприета иновативност (Y), демонстрирани във фигура 13. Поредицата от регресионни модели показва, че **позицията на изследваните лица има статистически значимо влияние** върху резултатите по скалата за **склонност към риска**, като обяснява 1% от вариациите в него ( $R^2 = 0,01$ ,  $\beta = -0,16$ ,  $p = 0,02$ ). Заедно, независимите променливи обясняват 26% от вариацията в зависимата променлива, като в общия модел склонността към риск има по-голямо влияние ( $\beta = 0,46$ ,  $p < 0,001$ ) от позицията на изследваните лица ( $\beta = -0,35$ ,  $p < 0,001$ ). Когато не е добавен медиатор, позицията на изследваните лица има по-голямо влияние върху възприетата иновативност ( $\beta = -0,42$ ,  $p < 0,001$ ). Това означава, че ако има медиация, тя ще бъде частична. След отчитане на индиректния ефект в модела (Med. Effect - -0,54 при доверителен интервал CI [от -0,99 до -0,08]) става ясно, че **е налице статистически значима частична медиация** от страна на **склонността към поемане на риск** по отношение на влиянието на **трудовия статус** върху резултатите по скалата за **иновативност**.

**Хипотеза 5.2** допуска, че склонността към риск (M) има медираща роля в причинно-следствената връзка между позицията на мениджърите и служителите (X) и тяхната възприета ригидност (Y), видимо от Фигура 14. Поредицата от регресионни

моделите показва, че **позицията** на изследваните лица *има статистически значимо влияние* върху резултатите по скалата за **склонност към риска**, като обяснява 1% от вариациите в него ( $R^2 = 0,01$ ,  $\beta = -0,16$ ,  $p = 0,02$ ). Заедно, независимите променливи обясняват 15% от вариацията в зависимата променлива, като в общия модел склонността към риск има по-голямо влияние ( $\beta = -0,37$ ,  $p < 0,001$ ) от позицията на изследваните лица ( $\beta = 0,20$ ,  $p < 0,001$ ). Когато не е добавен медиатор, позицията на изследваните лица има по-голямо влияние върху възприетата иновативност ( $\beta = 0,26$ ,  $p < 0,001$ ). Това означава, че ако има медиация, тя ще бъде частична. След отчитане на индиректния ефект в модела (Med. Effect - 0,34 при доверителен интервал CI [от 0,06 до 0,64]) става ясно, че **е налице статистически значима частична медиация** от страна на **склонността към поемане на риск** по отношение на влиянието на **трудовия статус** върху резултатите по скалата за **ригидност**.

## 2.6. Влияние на демографските фактори и организационните характеристики върху степента на възприета иновативност и ригидност

Издигнатата **Хипотеза 6** беше проверена с помощта на Т-тест на Стюдънт за независими извадки (Independent Samples T-Test) при наличие на две групи, и еднофакторен дисперсионен анализ ANOVA (one-way ANOVA) при повече от две групи по изследваната променлива. По отношение на променливата „**пол**“, резултатът от проведеня Т – тест на Стюдънт показва, че тази демографска характеристика на респондентите **не води до статистически значими различия** в нивата на възприетата им иновативност ( $t(966) = -1,72$ ;  $p = 0,086$ ) (Фигура 15). Средните стойности на мъжете ( $M = 47,37$ ;  $SD = 7,27$ ) са по-високи от тези на жените ( $M = 46,48$ ;  $SD = 7,33$ ), но няма статистически значима разлика. Подобна е и ситуацията при скалата за ригидност, като резултатите са видими на Фигура 16. Мъжете ( $M = 18,12$ ,  $SD = 5,90$ ) имат малко по-високи стойности от жените ( $M = 18,03$ ,  $SD = 5,75$ ), но разликите **не са статистически значими** ( $t(966) = -0,224$ ,  $p = 0,823$ ). Детайлните данни от Т-теста на Стюдънт по променливата „пол“ са отразени в Таблица 16.

Таблица 16: Резултати от Т-тест на Стюдънт за променливата „пол“ по скалите за иновативност и ригидност

Скала	Пол	Брой изследвани лица	Средна стойност	Стандартно отклонение	T	Sig
Ригидност	Жена	681	18.03	5.75	-0.224	0.823
	Мъж	287	18.12	5.90		
Иновативност	Жена	681	46.48	7.33	-1.718	0.086
	Мъж	287	47.37	7.27		

Променливата „**възраст**“ също **няма статистическо значимо влияние** по отношение на резултатите по скалата за **иновативност** ( $F(4,963) = 1,558$ ,  $p = 0,183$ ) (вж. Фигура 17). Не бяха открити статистически значими различия по фактора „**възраст**“ и по скалата за **ригидност** ( $F(4,963) = 0,493$ ,  $p = 0,741$ ), видими от Фигура 18. Резултатите на

респондентите от дисперсионния анализ по демографската променлива „възраст“ са разположени в Таблица 17.

Таблица 17: Резултати от дисперсионния анализ по променливата „възраст“ и резултатите по скалите за иновативност и ригидност

Скала	Възрастова група	Брой изследвани лица	Средна стойност	Стандартно отклонение	F	Sig
Ригидност	До 25 г.	110	18.59	5.76	0,838	0,540
	Над 55 г.	42	18.43	5.85		
	26 г. - 35 г.	438	17.99	5.90		
	36 г. - 45 г.	256	18.11	5.93		
	46 г. - 55 г.	122	17.59	5.09		
Иновативност	До 25 г.	110	47.99	6.23	1,558	0,635
	Над 55 г.	42	48.14	6.61		
	26 г. - 35 г.	438	46.45	7.44		
	36 г. - 45 г.	256	46.76	7.36		
	46 г. - 55 г.	122	46.16	7.88		

Демографската характеристика „степен на образование“ също **няма статистическо значимо влияние** по отношение на резултатите по скалата за иновативност ( $F(4,961) = 0,719$ ,  $p = 0,635$ ) (Фигура 19). Не бяха установени и различия по този фактор и по скалата за **ригидност** ( $F(4,961) = 0,838$ ,  $p = 0,540$ ) (Фигура 20). Резултатите на респондентите от дисперсионния по демографската променлива „образователна степен“ са разположени в Таблица 18.

Таблица 18: Резултати от дисперсионния анализ за променливата „образователна степен“ по скалите за иновативност и ригидност

Скали	Образователна степен	Брой изследван и лица	Средна стойност	Стандартно отклонение	F	Sig
Ригидност	Висше, степен „магистър“	519	17.89	5.47	0.838	0.54
	Висше, степен „бакалавър“	259	18.38	6.17		
	Доктор	30	16.93	6.29		
	Нямам завършено образование	2	19.50	3.54		
	Основно	1	17.00			
	Средно специално	81	18.95	5.91		
	Средно	76	17.55	6.27		

<b>Иновативност</b>	Висше, степен „магистър“	519	46.65	6.99	0.719	0.635
	Висше, степен „бакалавър“	259	46.71	7.40		
	Доктор	30	48.43	10.56		
	Нямам завършено образование	2	46.50	0.71		
	Основно	1	58.00			
	Средно специално	81	46.41	7.80		
	Средно	76	47.01	7.35		

Променливата „**трудова опит**“ няма статистическо значимо влияние по отношение на резултатите по скалата за **иновативност** ( $F(7,960) = 0,724$ ,  $p = 0,651$ ) (вж. Фигура 21). Бяха установени различия във връзка с променливата „**трудова опит**“ по скалата за **ригидност** ( $F(7,960) = 2,198$ ,  $p = 0,032$ ), видими от Фигура 22.

Постхок (Post-hoc) тестовете обаче не показват никакви статистически значими разлики между отделните групи (Таблица 19). По принцип може да има различни обяснения на посочената ситуация:

- Малък размер на групите;
- Голям брой на групите;
- Ниска статистическа значимост на основния ефект от дисперсионния анализ.

**Факторът „доходи“ оказва статистическо значимо влияние** по отношение на резултатите на респондентите по скалата за **иновативност** ( $F(6,961) = 4,211$ ,  $p < 0,001$ ), видими от Фигура 23. Бяха установени различия по фактора „**доходи**“ и по скалата за **ригидност** ( $F(6,961) = 5,207$ ,  $p < 0,001$ ), поместени на Фигура 24.

Постхок тестът на Tukey показва, че **има статистически значими разлики** по скалата за **иновативност** между групата на лицата с доходи на максималния праг ( $M = 48,95$ ,  $SD = 6,50$ ) и тези на средния праг ( $M = 45,50$ ,  $SD = 7,47$ ), както и между лицата с доходи над средния праг (но под максималния) ( $M = 47,65$ ,  $SD = 7,24$ ). Постхок тестът на Tukey показва, че **има статистически значими разлики** по скалата за **ригидност** между лицата, които са нямали налични доходи към момента на попълване на изследването ( $M = 21,00$ ,  $SD = 5,56$ ), лицата с доходи над средния ( $M = 17,09$ ,  $SD = 5,27$ ) и над максималния праг ( $M = 16,98$ ,  $SD = 5,58$ ). Резултатите от анализите за фактора „**доходи**“ са поместени в таблица 20.

**Размерът на организацията има статистическо значимо влияние** върху **ригидността** на изследваните лица ( $F(4,963) = 5,293$ ,  $p < 0,001$ ) (вж. Фигура 25). Факторът „**размер на организацията**“ **не влияе върху резултатите по скалата за иновативност** ( $F(4,963) = 1,943$ ,  $p = 0,101$ ), видимо от Фигура 26.

Постхок тестът на Tukey показва, че заетите в микро организации **имат статистически значими по-ниски резултати по скалата за ригидност** от заетите във всички други типове организации. Средните стойности могат са показани в Таблица 21.

Таблица 21. Резултати от дисперсионния анализ за променливата „размер на организацията“ по скалите за иновативност и ригидност

Скали	Размер на организацията	Брой изследвани лица	Средна стойност	Стандартно отклонение	F	Sig
Ригидност	В момента не работя	64	19.77	5.39	4,963	< 0,001
	Голяма (над 250 работещи)	220	18.42	5.99		
	Малка (от 5 до 55 работещи)	283	18.26	6.05		
	Микро (от 1 до 5 работещи)	238	16.71	5.27		
	Средна (от 55 до 250 работещи)	163	18.52	5.62		
Иновативност	В момента не работя	64	45.78	7.04	1,943	0,101
	Голяма (над 250 работещи)	220	46.30	7.16		
	Малка (от 5 до 55 работещи)	283	47.10	7.80		
	Микро (от 1 до 5 работещи)	238	47.56	6.66		
	Средна (от 55 до 250 работещи)	163	45.90	7.62		

Резултатите от анализа на Хипотеза 6 свидетелстват, че факторите „пол“, „възраст“, „степен на образование“, и „трудов опит“, нямат статистическо значимо влияние върху възприетата иновативност и ригидност на респондентите. Вероятно различията между индивидите се дължат на личностни и контекстуални фактори.

Интерес представлява фактът, че характеристиката „доходи“ демонстрира статистически значими различия по отношение на иновативността и ригидността като индивидите с максимални доходи са по-иновативни и по-малко ригидни от останалите индивиди. От друга страна, респондентите без доходи към момента на попълване на въпросника са демонстрирали най-ниска ригидност.

Друг неочакван резултат е влиянието на фактора „размер на организацията“ върху степента на ригидност. Респондентите, заети в микро организации, имат статистически значими *по-ниски резултати* по тази скала. От друга страна, размерът на организацията не оказва никакво влияние върху иновативността на респондентите. Вероятно фактът, че представителите на микро организации до 10 души демонстрират най-малко ригидност в извадката, се дължи както на личностни, така и на ролеви организационни фактори.

Данните по отношение на Хипотеза 6 ни дават основание да приемем, че демографските характеристики, обект на изследването, **не оказват съществено влияние** върху степента на иновативност на респондентите и **не могат да бъдат използвани надеждно като предиктор за иновационно поведение**. Част от демографските аспекти обаче демонстрираха умерено влияние върху степента на ригидност на индивидите. Получените данни могат да послужат като предпоставка за очаквано поведенческо намерение в посока „избягване“ на иновации.

### 3. Дискусия върху емпиричните данни от изследването

Резултатите от проведеното изследване на личностните черти на индивидите, заемащи ръководни и не-ръководни позиции в организациите, в голяма степен подкрепят съществуващите до момента емпирични резултати, като заедно с това се разкриват интересни аспекти на проблема в контекста на извадката. Иновациите и иновативността се изследват във връзка с влиянието на мениджърската иновативност върху иновативността и креативността на служителите в организацията. Акцентът тук е по-скоро върху присъщата на мениджърите иновативност като генерална личностна черта и когнитивен стил за вземане на решения. Обобщение на резултатите от анализите на изследователските хипотези е поместено в Таблица 22.

Таблица 22: Обобщение на резултатите от анализите на изследователските хипотези

Изследователска хипотеза	Резултат от анализа	Обобщение на резултатите
Хипотеза 1.1	Изцяло потвърдена	Мениджърите <b>имат по-високи резултати</b> по скалата за иновативност от служителите.
Хипотеза 1.2	Изцяло потвърдена	Мениджърите <b>имат по-ниски резултати</b> по скалата за ригидност от служителите.
Хипотеза 1.3	Изцяло отхвърлена	Мениджърите, които управляват собствен бизнес, <b>НЕ</b> демонстрират по-високи резултати по скалата за иновативност от мениджърите, които управляват бизнес като служители.
Хипотеза 1.4	Изцяло отхвърлена	Мениджърите, които управляват собствен бизнес, <b>НЕ</b> демонстрират по-ниски нива по скалата за ригидност от мениджърите, наети като служители.
Хипотеза 2.1	Изцяло потвърдена	Факторът <b>“ориентация към риск”</b> влияе по-силно и положително върху иновативността и по-слабо, негативно върху ригидността.
Хипотеза 2.2	Изцяло потвърдена	Факторът <b>“висока активност”</b> има по-силно, положително влияние върху иновативността и по-слабо, негативно върху ригидността, а <b>“инертността”</b> оказва по-силно положително влияние върху ригидността и по-слабо, негативно върху иновативността.
Хипотеза 2.3	Частично потвърдена	Факторът <b>“висок емоционален самоконтрол”</b> има <b>положително влияние</b> и върху иновативността, и върху ригидността. Факторът <b>“нисък емоционален самоконтрол”</b> влияе <b>положително</b> и върху ригидността, и върху иновативността.
Хипотеза 3.1	Частична медиация	<b>Високият и ниският емоционален самоконтрол имат частична медираща роля</b> в причинно-следствената връзка между позицията на мениджърите и служителите и тяхната възприета иновативност.
Хипотеза 3.2	Частична медиация	<b>Високият и ниският емоционален самоконтрол имат частична медираща роля</b> в причинно-следствената връзка между позицията на мениджърите и служителите и тяхната възприета ригидност.



<b>Хипотеза 4.1</b>	<i>Частична медиация</i>	<b>Високата активност и инертността имат частична медираща роля</b> в причинно-следствената връзка между позицията на мениджърите и служителите и тяхната възприета иновативност.
<b>Хипотеза 4.2</b>	<i>Пълна Медиация</i>	<b>Високата активност и инертността имат медираща роля</b> в причинно-следствената връзка между позицията на мениджърите и служителите и тяхната възприета ригидност.
<b>Хипотеза 5.1</b>	<i>Частична медиация</i>	<b>Ориентацията към риск има частична медираща роля</b> в причинно-следствената връзка между позицията на мениджърите и служителите и тяхната възприета иновативност.
<b>Хипотеза 5.2</b>	<i>Частична медиация</i>	<b>Ориентацията към риск има частична медираща роля</b> в причинно-следствената връзка между позицията на мениджърите и служителите и тяхната възприета ригидност.
<b>Хипотеза 6</b>	<i>Частично потвърдена</i>	Факторите „пол“, „възраст“, „степен на образование“ и „трудов опит“, <b>нямат статистическо значимо влияние</b> по отношение на възприетата иновативност и ригидност на респондентите. Характеристиката „доходи“ демонстрира статистически значими различия по отношение на иновативността и ригидността. Факторът „размер на организацията“ влияе върху степента на ригидност на част от респондентите.

В анализа са включени и аналогични изследвания във връзка с всеки отделен конструкт, което позволява да се съпоставят данните от настоящото проучване с предходните резултати. Резултатите от проведеното изследване, потвърждаването или отхвърлянето на хипотезите, дават възможност да се очертаят интересни тенденции. Така например бяха открити различия в нивата на иновативност и ригидност между мениджърите и служителите, но не и между мениджърите, управляващи собствен бизнес и мениджърите, наети като служители. Интерпретациите и сравнителният анализ с изследванията на други автори дават основание да се предположи, че организационният феномен и бизнесът като такъв в определена степен унифицират поведението. Тук е интересно да се добави, че от друга страна, в рамките на настоящото изследване, мениджърите, които управляват бизнес като нает персонал, не демонстрират по-висока ригидност в сравнение с мениджърите, които управляват собствен бизнес.

Интерес представлява и потвърждаването на хипотеза 2.1., която се отнася до влиянието на конструкта „**склонност към риск**“ върху иновативността. Склонността към риск оказва *отрицателно* влияние върху **ригидността**, което в голяма степен произтича от факта, че зад този конструкт стоят действеност и активност, насоченост на поведението към новото и непознатото. С оглед по-задълбочено проучване на конструкта бяха издигнати **хипотеза 5 и нейните две подхипотези**, чрез които беше проследена медиращата роля на склонността към риск в причинно-следствената връзка между фактора „трудов статус“ и двете измерения на възприетата иновативност – „иновативност“ и „ригидност“. Беше разкрита статистическа значима връзка между

позицията на мениджърите и служителите и тяхната иновативност и ригидност, а установената **частична медиация** по всяка вероятност свидетелства за това, че част от различията във възприетата иновативност *донякъде произтичат от склонността на индивидите да поемат рискове*. И макар склонността към риск **в някаква степен да детерминира иновативността** на мениджърите и служителите, тя не може да се използва надеждно като предиктор за иновационно поведение, без да се вземат предвид и другите фактори, които, в рамките на изследването, оказаха положително влияние върху иновативността.

Данните от изследването демонстрират и обективни разлики в тенденциите за възприета иновативност и ригидност между мениджъри и служители. Това повдига редица въпроси за факторите на организационната среда, както и за социално-културните фактори, които вероятно оказват директно или индиректно влияние върху индивидите. Иновативността действително е **по-скоро личностна характеристика**, присъща в по-голяма степен на мениджърите, отколкото на служителите от изследването. В този смисъл е резонно да се допусне, че съществуват контекстуални и организационни фактори, които повишават ригидността и инертността на служителите и намаляват тяхната иновативност, като в същото време повишават иновативността на мениджърите и намаляват тяхната ригидност.

Данните, получени по отношение на конструкта **индивидуална проактивност на личността, също дават основание за интересни интерпретации**. В него се включват стремежът към постигане на цели и действеното и активно начало, подведени под обобщаващото название „проактивност“ с двете му измерения като независими променливи – „висока активност“ и „инертност“. Резултатите от корелационните анализи свидетелстват, че индивидите с по-високи резултати по скалата за висока активност е по-вероятно да демонстрират по-ниски резултати по скалата за инертност. За да се изследва влиянието на проактивността върху възприетата иновативност, беше издигната **Хипотеза 2.2**, чрез която се установи, че **високата активност има положително влияние** върху резултатите по скалата за иновативност и негативно влияние върху резултатите по скалата за ригидност. Заедно с това беше установено и негативното влияние на инертността върху резултатите по скалата за иновативност и положително ѝ влияние върху резултатите по скалата за ригидност.

Медиращата роля на проактивността посредством измеренията „висока активност“ и „инертност“ по отношение на степента на иновативност и ригидност на мениджърите и служителите, беше изследвана чрез **Хипотеза 4** и нейните подхипотези. Резултатите (**Хипотеза 4.1**) свидетелстват, че високата активност и инертността в **определена степен детерминират иновационните нагласи** на мениджърите, но не могат да бъдат изцяло използвани като предиктор на иновационното поведение. От друга страна, резултатите (**Хипотеза 4.2**) демонстрираха, че е налице **пълна медиация** по отношение на ригидността. Като предиктивна стойност, този резултат се явява най-категоричен в сравнение с останалите фактори. Така може да се допусне, че **разликите в степента на ригидност между мениджърите и служителите се дължи именно на тяхната инертност**. И докато върху личната иновативност влияят редица фактори от личностен и контекстуален характер, то за степента на тяхната ригидност *най-голямо влияние оказва инертното поведение*.

Изследваният личностен конструкт „**субективно възприет контрол над вътрешните състояния**“ с неговите две измерения също е предмет на интересни интерпретации. Предположението (**Хипотеза 2.3**), че факторите „висок емоционален самоконтрол“ и „нисък емоционален самоконтрол“ влияят върху възприетата иновативност и ригидност на респондентите беше **частично потвърдено**. При това се оказва, че високият емоционален контрол влияе положително както върху иновативността, така и върху ригидността. Ниският емоционален самоконтрол също влияе положително и върху ригидността, и върху иновативността, но в по-малка степен. Вероятно този резултат може да се обясни частично с факта, че променливата „висок емоционален контрол“ отразява субективните възприятия на индивида за ефективно справяне с емоционалните състояния. От друга страна, и иновативността, и ригидността отразяват присъщата тенденция на личността към иновациите в посока „избягване“ или „приближаване“. Конструктът „възприета иновативност“ беше третиран като изкристализирала, осъзната готовност за приближаване към новото, като генерална личностна черта, но същевременно и като обща нагласа на индивида. Разгледани поотделно, резултатите за субективния самоконтрол могат да бъдат интерпретирани както следва: 1/ индивидите с по-висок самоконтрол са способни да управляват съзнателно емоционалните си състояния в посока приближаване или избягване на иновациите; 2/ индивидите с нисък емоционален самоконтрол не могат да управляват добре емоционалните си състояния и това влияе върху тяхното приближаване или избягване на иновациите.

От научна гледна точка твърде значим се явява отговорът на въпроса дали действително съществува обективна връзка между възприетия емоционален самоконтрол и нивата на иновативност между мениджърите и служителите (**Хипотези 3.1 и 3.2**). Макар в определена степен получените данни да дават възможност за двупосочно тълкуване, в крайна сметка възприетият контрол *не може да бъде използван като надежден предиктор* на иновационните нагласи и **детерминира само донякъде различията** в личната иновативност на мениджърите.

За социалната практика е много важно да бъде внесена яснота по въпроса дали определени демографски фактори (**“пол”, “възраст”, “образование”, “трудов опит”, “доходи”, “размер на организацията”**) оказват влияние върху възприетите иновативност и ригидност. Данните от изследването показват, че в това отношение не се разкриват *статистически значими различия* между мениджърите и служителите от гледна точка на **пола, възрастта, образованието и трудовия опит**. При другите два фактора – **„доходи“** и **„размер на организацията“**, *бяха установени определени тенденции в отговорите на изследваните лица*. По отношение на демографската характеристика **„образование“** редица изследователи установяват, че колкото по-високо е нивото на образованието, толкова по-голяма е готовността от приемане на иновациите (Noh, Hamzah, Abdullah, 2016). В настоящото изследване обаче не бяха установени различия в степента на иновативност, основаващи се на тази променлива, но вероятно това се дължи на факта, че самите респонденти са предимно с висше образование.

За разлика от образователния ценз, данните, получени по фактора **„доходи“** показват, че лицата с по-високи доходи демонстрират по-високи резултати по скалата за иновативност, а лицата без доходи – по-високи по скалата за ригидност. Не бяха

открити и статистически значими различия в степента на иновативност на респондентите по отношение на фактора „**размер на организацията**“. Наблюдава се обаче *статистически значима разлика* по отношение на **ригидността**, където индивидите в микро организациите демонстрираха значително по-ниски резултати спрямо индивидите от организациите с друг размер. Както се вижда, независимо от нюансите в получените от изследването данни, няма достатъчни основания на дадена демографска характеристика да бъде приписан статут на детерминиращ фактор по отношение на възприетите иновативност и ригидност.

## **Обобщения и изводи**

Основните обобщения и изводи, които могат да се направят въз основа на резултатите, получени от изследването, са следните:

- Характеристиката „**трудов статус**“ е най-силният статистически значим предиктор на иновационните нагласи;
- Мениджърите имат статистически значими по-високи резултати по скалата за иновативност и статистически значими по-ниски резултати по скалата за ригидност в сравнение със служителите;
- **Не бяха открити статистически значими различия** по нито един от изследваните аспекти между мениджърите, управляващи собствен бизнес и мениджърите, управляващи като служители;
- **Личностните черти** „склонност към риск“, „висока активност“, „инертност“, „висок емоционален самоконтрол“ и „нисък емоционален самоконтрол“ **имат статистически значимо влияние върху иновативността** и ригидността;
- **Личностните черти** „склонност към риск“, „висока активност“, „инертност“, „висок емоционален самоконтрол“ и „нисък емоционален самоконтрол“ **могат в различна степен да детерминират положително или отрицателно поведението** на мениджърите и служителите по отношение на иновациите и иновационните им нагласи в посока приближаване или отдалечаване;
- **Факторът „инертност“** влияе върху ригидността на служителите по статистически значим начин в сравнение с резултатите на мениджърите;
- Демографските фактори „**пол**“, „**образование**“, „**възраст**“, „**трудов стаж**“ **не оказват влияние върху степента** на възприета иновативност и ригидност на индивидите.
- Демографските фактори „**размер на организацията**“ и „**доход**“ **влияят до известна степен** върху ригидността, но не и върху равнището на иновативност;
- **Възприетата иновативност** е сложен феномен, тъй като личната иновативност може да бъде повлияна в определена степен от способността на индивида да контролира емоциите и поведението си в посока на приближаване или отдалечаване от обекта на иновационни нагласи;
- Върху степента на възприета иновативност **влияят множество фактори**, както от личностен и демографски, така и от организационен, характер;
- Конструираната батерия от тестове, използвана в настоящото изследване, дава възможност да се проследят личностните тенденции по отношение на важни управленски характеристики като иновативност, креативност, ниво на активност,

склонност към риск, стремеж към постижения, локус на контрол и възприет самоконтрол над вътрешните състояния.

## **Заключение**

Иновативността и креативността предполагат активно и действено поведение, насоченост към новото. Вземането на решение във връзка с „новото“ предполага оценка на рисковете и екстраполиране на последиците от неговото внедряване. Реализирането и прилагането на иновации се улеснява значително, когато лидерът е ориентиран към тях и се стреми съзнателно да взема решения за осъществяването на организационните цели. Иновационното поведение е детерминирано от личностните характеристики на индивида, от когнитивните умения и иновационните нагласи на лидера, но независимо от това трябва да се има предвид, че организационният феномен като такъв, организационната среда също оказва натиск в посока възприемчивост към новото. Индивидуалните различия по отношение на възприетата иновативност вероятно се дължат на личностни, генетични, социални и организационно фактори.

Осмислянето на иновацията като основен двигател на съвременния бизнес провокира различни очаквания към новите лидери – целенасочено да търсят и откриват нови възможности, да внедряват и управляват нововъведенията, да провокират организационната промяна, да поощряват активността на своите служители, насочена към търсене на нестандартни идеи и решения. В този процес ключови се явяват личните качества и умения, иновационните нагласи и осъзнатото, действено начало, които диктуват тенденциите в поведението на съвременните иновативни мениджъри.

## Основни приноси на дисертационния труд

1. Направен е задълбочен психологически анализ на конструкта „иновативен мениджър“, като на индивидуално, групово и организационно равнище в контекста на съвременните тенденции за бизнес управление са изяснени неговата същност и особености.
2. За реализацията на емпиричното изследване е оформена културално адаптирана и валидизирана методика с добри психометрични характеристики, която позволява да се проследят по нов начин взаимовръзките между изследваните конструкти в специфичен български организационен контекст.
3. Чрез проведеното емпирично изследване се доказва, че в сравнение със служителите в организациите, българските мениджъри имат по-високи показатели по скалата за иновативност и по-ниски по скалата за ригидност.
4. На емпирично равнище се доказва, че по отношение на иновативността и ригидността не съществуват значими различия между мениджърите, които управляват собствен бизнес и онези, които управляват бизнес като служители.
5. Резултатите от проведеното емпирично изследване категорично доказват, че факторите „ориентация към риск“ и „висока активност“ имат по-силно положително влияние върху иновативността и по-слабо негативно влияние върху ригидността, докато „инертността“ оказва негативно влияние върху иновативността и по-силно положително влияние върху ригидността.
6. Анализът на данните от проведеното емпирично изследване показва, че в български условия няма достатъчно основания полът, възрастта, образователния ценз, трудовия опит и размера на организацията, да бъдат третираны като надеждни детерминанти по отношение на иновативността и ригидността.

## Публикации по темата на дисертационния труд

### Самостоятелни публикации:

1. **Novkova, J.** (2019). *Attitudes towards innovations among managers, entrepreneurs and employees*. Paper submitted for the 15th Scientific Conference Days of Applied Psychology, September 27th and 28th 2019, University "Ćirila i Metodija", Niš, Republic of Serbia.
2. **Новкова, Ю.** (2019). *Тенденции в иновационните нагласи на мениджъри и служители*. Доклад за 18-та Международна научна конференция „Приложна Психология: възможности и перспективи“, 21 – 23 Юни 2019, ВСУ „Черноризец Храбър“, Варна.
3. **Новкова, Ю.** (2018). *Личностни характеристики на иновационния лидер. Образование, детско развитие и консултиране, 1- 2, 72–88*.
4. **Новкова, Ю.** (2018). *Значение на иновационните нагласи на мениджъра за управлението на бизнеса. Иновации, предприемачество и устойчиво развитие. 2017, кн. 2 (под печат)*.
5. **Новкова, Ю.** (2018). *Мениджърът като носител на иновативно и креативно бизнес управление. Мениджмънт, консултиране и организационно развитие, 1- 2, 25–39*.
6. **Новкова, Ю.** (2014). *Джендърни стереотипи в бизнеса и социална идентичност на мениджърите*. В: Крумов, К., Каменова, М., Маркович, М. *Индивид и общество: предизвикателствата на социалната промяна*. ECBES, ISBN 978-954-411-151-9.
7. **Новкова, Ю.** (2013). *Възгледите на Й. Шумпетер за иновациите и връзката им с предприемачеството. Психологията – традиции и перспективи, Философски Факултет, Научна конференция с международно участие, 2-ро издание, ISSN: 1314-9792, с. 204 – 209*.
8. **Златева, Ю.** (2013). *Самооценка и социални нагласи към образа на жената мениджър. Мениджмънт, консултиране и организационно развитие, 2013, 1-2*.
9. **Златева, Ю.** (2013). *Ефективното лидерство и емоционалната интелигентност - инструменти на образователния мениджмънт. Организация и управление на училището и детската градина, бр. 3/2013 г. с. 28-36*.

### Публикации в съавторство:

1. Krumov, K., Hristova, P., Krumova, A., & **Novkova, J.** (2014). *Perceptions of Bulgarian women's motives for involvement in entrepreneurial business. Journal of management, consulting and organizational development, 1-2, pp. 49- 55*.
2. Krumov, K., Hristova, P., Krumova, A., & **Novkova, J.** (2016). *Stress, stressors and organizational commitment*. In: Krumov, K. (ed.) *Human resources, leadership and organizational management – Volume 1*. ECBES, pp. 73-93.
3. Krumova, A., Hristova, P., & **Novkova, J.** (2013) *Public opinion about motives for women entrepreneurship: Cross-cultural research*. In: Grozdanic, R., Ivkovic, D., & Djuricic, Z. (Eds.). *Employment, education and entrepreneurship (Vol. 1)*, Gender, IT and Marketing Issues in Entrepreneurship, (pp. 61-74)., ISBN 978-86-6069-095-3,

4. Krumov, K., Larsen, K., Atanassova, M., Krumova, K., Hristova, P., Negruti, A., Juhasz, M., Takacs, V., **Novkova, J.**, and Smilkova, D. (2014). Beliefs about women entrepreneurs: an exploratory cross-national study. *Journal of management, consulting and organizational development*, 1-2, pp. 3 – 17.
5. Krumov, K., Larsen, K., Hristova, P., Negruti, A., Krumova, A., Juhasz, M., Smilkova, D., Gatzova, V., Gospodinova, P., **Novkova, J.** (2015). Women entrepreneurs: theoretical analysis and cross-national research, *Journal of Innovation, Entrepreneurship and Sustainable Development*, 1-2, pp. 3-43.
6. Krumov, K., M. Radovic-Markovic, K. Haralampiev, A. Krumova, P. Hristova, S. Shopova, & **J. Novkova** (2014). Work motivation and value of labour. In: Krumov, K., M. Kamenova, K. S. Larsen, M. Markovic, J. F. Schneider (Eds.), *Innovative behavior, entrepreneurship and sustainable development*. ECBES, ISBN 978-954-621-247-4.
7. Krumov, K., Radovic-Markovic, M., Larsen, K., Atanasova, M., Krumova, A., Hristova, P., Juhasz, M., Negruti, A., Takacs, V., **Novkova, J.**, Barnoczki, A. (2014). Psychological research of attitudes toward women entrepreneurship - cross-national specifics, *Astitva International Journal of Commerce, Management and Social Sciences*, Vol 3, 1, 111 – 128
8. Krumov, K., Schneider, J., Larsen, K., Haralampiev, K., Hristova, P., Krumova, A., Vazov, R., **Novkova, J.**, Smilkova, D. (2015). First version of the questionnaire for measuring attitudes toward women entrepreneurship. *Journal of Management, Consulting and Organizational Development*, 1-2, pp. 3 – 14.
9. Hristova, P., Krumova, A., **Novkova, J.** (2014). Role stressors and organizational commitment: empirical research. In Mirjana Radovic Markovic, Sladjana Vujicic, Dragan Ivkovic (Eds.), *Employment, education and entrepreneurship* (pp. 261-274). Faculty of Business Economics and Entrepreneurship, Belgrade, ISBN 978-86-6069-106-6, 2014.