

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра психології

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«ПСИХОЛОГІЧНІ ДЕТЕРМІНАНТИ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІВНИКІВ ІВЕНТ-АГЕНСТВА»

Студентка 2-го курсу, 2 групи
Спеціальності 053 Психологія
спеціалізації Психологія

Дробот Марина
Олексіївна

*підпис
студента*

Науковий керівник
доктор психологічних наук,
доцент

Миронець Сергій
Миколайович

*підпис
керівника*

Науковий консультант
канд. психол. наук, доцент

Капосльоз Григорій
Вікторович

*підпис
консультанта*

Гарант освітньої програми
доктор психол. наук,
професор

Корольчук Валентина
Миколаївна

*підпис
гаранта*

Київ 2020

ЗМІСТ

ЗМІСТ.....	1
ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ МОТИВАЦІЙНОЇ СФЕРИ ПРАЦІВНИКІВ ІВЕНТ АГЕНСТВ.....	6
1.1 Наукові підходи до формування мотиваційної сфери особистості.....	6
1.2 Сучасні підходи до формування мотиваційної сфери особистості.....	18
РОЗДІЛ 2 ОБГРУНТУВАННЯ ПРОЦЕДУР ТА МЕТОДІВ ДОСЛІДЖЕННЯ МОТИВАЦІЙНОЇ СФЕРИ ПРАЦІВНИКІВ.....	21
2.1 Психологічні особливості прояву мотиваційних компонентів працівників підприємства «Event Safe».....	21
2.2. Обґрунтування методик для емпіричного дослідження мотивації працівників підприємства «Event Safe»	25
2.3. Побудова та характеристика плану дослідження та контингенту досліджуваних.	25
РОЗДІЛ 3 АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ФОРМУВАННЯ МОТИВАЦІЙНОЇ ГОТОВНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ ПІДПРИЄМСТВА «EVENT SAFE»	30
3.1 Результати емпіричного дослідження компонентів мотиваційної сфери працівників працівників «Event Safe».....	30
3.1.1 Результати емпіричного дослідження компонентів мотиваційної сфери працівників працівників «Event Safe» за допомогою методики «Мотивація до успіху» Т. Елерса	30
3.1.2 Результати емпіричного дослідження компонентів мотиваційної сфери працівників «Event Safe» за допомогою методики К. Замфіра (за	32

модифікацією А. Реана)	
3.1.3. Результати емпіричного дослідження компонентів мотиваційної сфери працівників працівників «Event Cafe» за допомогою методики «Діагностика комунікативних і організаторських здібностей («КОС-2») (В. Синявський, Б. Федоришин)	34
3.1.4. Результати емпіричного дослідження компонентів мотиваційної сфери працівників працівників «Event Cafe» за допомогою методики «Діагностика емоційної спрямованості особистості» (Б.І. Додонова).....	37
3.1.5. Результати емпіричного дослідження компонентів мотиваційної сфери працівників працівників «Event Cafe» за допомогою методики «Визначення рівня емоційного інтелекту» (Н. Холл)	41
3.1.6 Результати емпіричного дослідження компонентів мотиваційної сфери працівників працівників «Event Cafe» за допомогою методики мотивів вибору професії методикою «Мотиви вибору професії» (за В. Семиченко)	44
3.2 Методичні рекомендації щодо покращення ситуації мотиваційної сфери.....	47
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	53
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	55
ДОДАТКИ.....	58

ВСТУП

Актуальність теми. Мотивація є ключовим фактором професійного зростання і напрямку людини на виконання певних завдань. Кожна людина може досягти успіху лише за умови настрою на роботу з віддачею, з певним рівнем підготовки (освіти), зацікавленості та бажання внести свою частку в роботу.

Однією з найважливіших завдань, що стоять перед керівництвом будь-якої компанії в сучасних ринкових умовах, є виявлення і подальше ефективне використання організаційних ресурсів. Особливу значимість цей процес набуває на тлі нестабільності зовнішнього середовища, що потребує постійного укріплення конкурентоспроможності та пристосування до швидких зовнішніх і внутрішніх змін. Основою ефективної діяльності компанії є раціональна організація управління, а головним джерелом, двигуном і резервом будь-яких змін в організації стає людський ресурс.

Тому забезпечення його максимального генерування і ефективного використання – це стратегічно важливий аспект в діяльності будь-якого підприємства. Якщо розглядати цей процес з точки зору його постійного посилення і вдосконалення, то слід зазначити, що ключова роль у ньому належить управлінню персоналом та безпосередньо однією з її найважливіших функцій – мотивації.

Тому обрана тема є актуальною. Підвищити результативність праці можна через пізнання структури мотивів і потреб працівників, через конкретні заходи щодо вираження їм визнання керівником і по стимулюванню на високі результати, через поліпшення інформаційної структури і структури прийняття рішень за допомогою поліпшення спілкування. Результативність працівників залежить не тільки від односторонніх вимог і заохочень, а й від взаємної уваги та партнерства.

Проблеми мотивації досить часто мають центральне значення в житті організації. Співробітники лише тоді вмотивовані, коли приносять користь організації з радістю, натхненням, готовністю виконувати завдання, захопленістю.

У будь-якій справі потрібен мотив, тому мотивацію можна розглядати як інструмент, що дозволяє стимулювати трудову діяльність працівника. Мотивація заснована на залучення до процесу зацікавленості бажань та інтересів, тому він може в цілому розглядатися з двох сторін. З одного боку виступають особисті потреби, що змушують знаходити джерела для їх задоволення. Джерело забезпечить дохід, тобто людина повинна працевлаштуватися, щоб отримувати можливість матеріального задоволення власних бажань і потреб. З іншого боку мотив може бути розглянутий як благо, яке може запропонувати організація працівникові, його розмір і ступінь співвідношення з бажаннями і потребами.

Отже, актуальність теми випускної кваліфікаційної роботи обумовлена тим, що проблема мотивації персоналу протягом багатьох років залишається однією з найважливіших в ряду проблем управління персоналом. Кожен керівник прагне до того, щоб персонал працював більш результативно. Готовність і бажання персоналу виконувати свою роботу є одним з ключових факторів успіху організації. Практика показує, що механічний примус до праці не може дати високого позитивного результату. Всупереч волі і бажанням людини від нього не можна домогтися повної віддачі. Маючи певне розташування, бажання і настрої, виходячи з певної системи цінностей, слідуючи певним нормам і правилам поведінки, людина персоніфікує кожную задачу. Все вищезазначене й обумовило вибір теми, мети і завдань дослідження.

Метою випускної кваліфікаційної роботи є аналіз механізму функціонування мотивації трудової діяльності працівників підприємства «Event Cafe».

Мета передбачає вирішення таких завдань:

- здійснити теоретичний аналіз класичних і сучасних наукових підходів до психологічних чинників формування мотиваційної сфери особистості;
- вивчити особливості мотиваційної сфери і готовності до діяльності працівників підприємства «Event Cafe».
- сформувати та обґрунтувати методичний інструментарій;
- запропонувати тренінгову програму, яка дозволить покращити мотивацію та емпіричним шляхом обґрунтувати ефективність її застосування.

Об'єктом дослідження є мотиваційна сфера особистості.

Предметом дослідження є детермінанти формування мотиваційної сфери організації працівників на прикладі підприємства «Event Cafe».

Структурно робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел.

Вступ визначає актуальність, мету і завдання, об'єкт і предмет дослідження.

Перший розділ присвячений розкриттю теоретичних-методологічних засад мотиваційної сфери особистості.

Другий розділ містить аналіз основних факторів, що впливають на мотивацію та підбору методик для дослідження факторів; розробка плану дослідження та підбору контингенту досліджуваних.

Третій розділ висвітлює висновки, аналіз результатів емпіричного дослідження та підбору тренінгових вправ для покращення мотивації працівників підприємства «Event Cafe».

Висновок містить підсумки та пропозиції за темою дослідження.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ МОТИВАЦІЙНОЇ СФЕРИ ПРАЦІВНИКІВ ІВЕНТ АГЕНСТВ

1.1 Наукові підходи до формування мотиваційної сфери особистості

Мотивація – сукупність стійких мотивів, спонукань, що визначають зміст, спрямованість і характер діяльності людини, її поведінку [2].

Формування мотивації є невід’ємною частиною розвитку особистості.

Вперше термін «мотивація» був вжитий німецьким вченим А. Шопенгауером у своїй статті «Чотири принципи достатньої причини» (1900-1910 р.р.). Він використовувався як інструмент для пояснення причини поведінки людини.

Виходячи з визначення, можна сказати, що метою мотивації є створення системи таких умов, які б спонукали особистість до здійсненню дій, спрямованих на найбільш ефективно досягнення цілей.

Коли говорять про мотивацію і стимулювання праці, також мають на увазі такі поняття як потреба, мотиви, стимул і цілі.

Потреби - це стан людини, зазнає нужди в будь-якому об’єкті, який необхідний для його життєдіяльності. Можна сказати, що потреби визначають активність людини, вони є причиною його цілеспрямованих дій.

Мотиви – це внутрішні спонукання людини до дії, спрямовані на будь-які результати або цілі. Стимул, навпаки, є зовнішнім спонуканням людини до дії через інтереси.

У свою чергу, цілі - це бажаний об’єкт або його стан, до яких прагне людина. Іншими словами, мета, як правило, є усвідомленою потребою, яка має певну форму. Оскільки мотив завжди розглядається як основа діяльності людини – його дослідженню присвячували свої роботи значна кількість психологів та педагогів.

Розглянемо різні підходи до визначення терміну «мотивація». Найвідомішою концепцією у психології на нашу думку є концепція ієрархічних рівнів потреб А. Маслоу [18]. А. Маслоу у своїй теорії виокремлює ряд потреб, які розташовані у ієрархічній послідовності (рис. 1).



Рис. 1.1 Піраміда потреб за А. Маслоу [18]

Ієрархія потреб за А. Маслоу представляє собою таку послідовність: фізіологічні потреби (задоволення потреб тіла); потреба в безпеці, захисті; базові соціальні потреби включають до себе приналежності до соціуму, любові, сім'ї; потреба у повазі, визнанні, самоактуалізації, знанні; та естетичні потреби [19]. За А. Маслоу будь-яка потреба визначається задоволеністю попередньої потреби. Також А. Маслоу не тільки не визнає, а й заперечує роль свідомості людини у процесі функціонування мотиваційним процесом.

У книзі «До психології Буття» Маслоу пізніше додав список вищих потреб, які він позначив як потреби зростання (буттєві цінності). Однак Маслоу зазначає, що вони погано піддаються опису, так як всі вони пов'язані між собою і не можуть бути повністю відокремлені один від одного, тому, визначаючи одну з них, необхідно звертатися до іншої. У список буттєвих

цінностей, по Маслоу, входять: цілісність, досконалість, завершеність, справедливість, життєвість, багатство проявів, простота, краса, добро, індивідуальна своєрідність, істинність, невимушеність, схильність до гри, чесність, самодостатність. На думку Маслоу, буттєві цінності часто є потужним мотивом людської діяльності і входять в структуру особистісного зростання.

Також відомим діячем у сфері мотивації можна виділити К. Роджерса [24]. Самоактуалізація по Роджерсу – це гармонійне поєднання в людині природнього потенціалу та умов, що сприяють його розкриттю.

К. Роджерс вважав, що природі людини властива тенденція до зростання і розвитку так само, як в насінні рослини закладена тенденція до зростання і розвитку. Все, що потрібно для росту і розвитку закладеного в людині природнього потенціалу - тільки створити відповідні умови. Також, К. Роджерс вірив, що найкращі результати росту і розвитку особистості будуть не при жорстокому тиску, а при гармонічному поєднанні допомоги та гуманності.

Методи мотивації також були запропоновані Г. Фордом, американським підприємцем, власником автомобільних заводів з світовим ім'ям, винахідником та автором 161 патентів у США.

У книзі Г. Форда «Моє життя, мої досягнення» [25] описано дуже багато методів мотивації і стимулювання, але з якоїсь причини в Україні зараз вони не використовуються, а основне завдання стимулювання це - підвищення ефективності діяльності підприємства. Якщо використовувати методи, які були запропоновані Г. Фордом, це в кілька разів може підвищити продуктивність підприємства, забезпечити його кваліфікованими робітниками і новими ідеями. Також, Г. Форд розробив власну теорію, яка називається «фордизм», головними положеннями цієї теорії є:

- висока оплата праці кожного працівника, чітке слідкування за часом роботи працівника: ні менше, ні більше;

- забезпечення комфортних умов праці, чистота, навіювання своїм працівникам поваги до оточуючих (клієнтів) та самих себе.

Ці принципи Г. Форда описані в двох його книгах: «Мое життя, мої досягнення», «Сьогодні і завтра».

Дослідження Е. Мейо, [27] представника Гарвардської соціологічної школи, якого також у літературі називають «Хоторнський експеримент», що досліджував мотивацію з точки зору нематеріальних стимулів, заклав фундамент для дослідження мотивації іншими науковцями. Е. Мейо провів ряд експериментів на фабриці «Вестерн Електрикс» в США. Головною метою дослідження було виявлення залежності між фізичними умовами праці та продуктивністю праці. Експеримент умовно можна поділити на дві стадії:

– перша стадія: вчені визначили, що покращення освітленості приміщення, збільшенні кількості коротких перерв та тривалості перерв позитивно впливала на продуктивність праці і навпаки, тобто вчені спочатку покращили умови праці робітників, тим самим зросла продуктивність праці, далі умови почали погіршувати, відповідно продуктивність праці почала падати;

– на другій стадії було встановлено, що через деякий час продуктивність повернулася на колишній рівень, проте це відбувалося вже під впливом соціальних норм (наприклад, дотримання норми «не робити більше, ніж сусід поруч»), але результати були все одно якісно краще, ніж до початку експерименту.

Е. Мейо у результаті цього експерименту дійшов висновку, що зміна умов соціально-психологічного клімату впливає на продуктивність праці більше, ніж деякі технологічні фактори виробничого процесу.

Будь-який працівник, незалежно від займаної ним посади, розраховує на відповідність витрачених зусиль і отриманої винагороди. В цьому і полягає теорія справедливості С. Адамса [26].

Людина, яка вважає, що йому несправедливо недоплачують, відноситься до роботодавця відповідним чином. Його погляди поширюються і на колег. Тут не йдеться про лояльне ставлення до компанії. У такого працівника у самого немає мотивації, він забирає її і у інших.

Якщо людині переплачують за роботу, він відчуває почуття провини. Він вважає, що на нього поклали занадто багато надій, але він їх не виправдав. З одного боку, так і є. Компанія зазнає певних збитків, виплачуючи більше, ніж потрібно. А незадоволений працівник розкладає дисципліну, погано впливає на інших співробітників. В цьому і полягає основна ідея теорії Адамса про справедливість до працівників.

Д. МакГрегор [21] відмічав у своїх працях, що якщо вдасться досягти співпадіння потреб індивідів з потребами груп і організацій, то від працівників буде така віддача, яку не забезпечить ніякий примус. Теорії Х і У характеризують два можливих варіанти ставлення людини до праці. Відповідно до першого варіанту (теорія Х) сукупність характеристик працівника виглядає наступним чином: середній індивід тупуватий, прагне ухилитися від виконання своїх обов'язків, роботу не любить, пасивний, воліє бути керованим, не бажає приймати на себе ризик і відповідальність, орієнтується тільки на особисту безпеку і матеріальну вигоду, тобто, це «економічна людина». Виходячи з цього, більшість людей необхідно примушувати, строго контролювати, щоб забезпечити досягнення цілей організації. На противагу керівників теорії Х, які вважають своїм головним обов'язком управляти службовцями, керівники-послідовники теорії У прагнуть допомагати службовцям набути навички самоврядування.

Теорія У передбачає, що є інша категорія працівників. Для них витрати фізичної і розумової праці так само природні і необхідні, як гра або відпочинок, тому вони не уникають трудових зусиль. Такі працівники не тільки не ухиляються від відповідальності, але і прагнуть до неї, не потребують контролю і здатні самі себе контролювати, виявляють фантазію, винахідливість, ініціативу.

Таким чином, можемо зробити порівняльний аналіз теоретичних підходів до поняття «мотивація».

Таблиця 1.1

Порівняльна характеристика підходів до мотивації

№	Науковці	Суть ідей, підходів до проблеми мотивації
1.	А. Маслоу (1950-ті рр.)	Особистість тяжіє до мотивації задля наповнення життя осмисленням, особистісних цілей.
2.	К. Роджерс (1940-і рр.)	Мотивація людини закладена її природою, підкреслює не жорстокі види мотивації, а гуманні.
3.	Г. Форд (1920-1930 рр.)	Практичні підходи до мотивації: потрібно задовольняти матеріальні, соціальні, фізіологічні потреби працівників для стимуляції продуктивності праці.
4.	Е. Мейо (1930-1950-ті рр.)	Виявлення уваги до потреб, комфорту людей задля підвищення продуктивності праці.
5.	С. Адамс (1960-ті рр.)	Людина – соціальна істота, потребує суспільства, а суспільство потребує регуляції, тому створює регуляцію справедливості, яка впливає на мотивацію особистості.
6.	Д. МакГрегор (1950-ті рр.)	Потреба у врахуванні та створенні комфортних умов праці, які задовольняють не лише фізіологічні та соціальні потреби, але й особистісні.

Джерело: [авторська розробка на основі 18, 19, 25, 27, 26, 21]

Таким чином, на сьогоднішній день існує безліч експериментальних даних, які висвітлюють розуміння феномену мотивації досягнення. Кожна з розглянутих теорій вносить свій внесок в розвиток уявлень про цей найважливіший конструкт, висвітлюючи ті чи інші його аспекти і проблеми.

1.2 Сучасні підходи до формування мотиваційної сфери особистості

Розвиток ринкових відносин та кінцеві результати виробництва залежать від рівня мотивації персоналу, його виробничої праці, разом з науково-технічним рівнем виробництва, що визначає основну властивість виробничого процесу – працездатність людини (від якої залежить як продуктивність праці, так і якість виготовленої продукції або надання послуг). У зв'язку з цим, людський фактор, слід розглядати як вияв

сукупності якостей особистості, що впливають на його трудову активність. Така позиція дає можливість розглядати управління розвитком працівників «Event Cafe» через позитивну мотивацію працівників на основі виявлення та підкріплення їх потреб і трудової поведінки. Адже в основі спрямованості працівника лежить задоволення його потреб. І лише знання та застосування керівником ефективних методів стимулювання особистих і колективних інтересів працівників, задоволення їх потреб може забезпечити високу продуктивність праці, досягнення визначеної підприємством мети.

Якщо говорити про сучасників – належну увагу питанню мотивації приділяв С. Максименко [20]. Науковець виділяв внутрішні і зовнішні стандарти мотивації та необхідність створення певних умов для розвитку і реалізації людей. В мотивах поведінки людини завжди криється мета діяльності особистості. Автор стверджує, що об'єкт, який може задовольнити потреби особистості, асоціюється в свідомості людини як мета. У разі якщо людина чітко розуміє свою життєву мету і робить кроки до її реалізації – можна говорити про перспективу особистості. Дії людини можна вважати чіткими, впевненими, якщо вони наповнені перспективністю. При відсутності перспективи людину може переслідувати стан дискомфорту, відчаю, фрустрації. При цьому людина вже не може об'єктивно оцінювати життєвий досвід, з'являється агресія, незадоволення. Також такий стан може говорити про завищену самооцінку. Тоді людина обирає складні цілі, зазнає невдач та переходить у стан відчаю. Якщо оцінка адекватна – людина вибирає життєві цілі адекватні, які відповідають її можливостям. При заниженій самооцінці демонструється невпевненість, тому людина фокусується на простих цілях, це негативно впливає на розвиток, він може бути вповільнений.

Л. Карамушка є відомим фахівцем в сфері організаційної та економічної психології. Вона розробила ряд практичних концепцій, такі як: психологічні основи управління освітніми організаціями, психологічно-управлінського консультування, виявлення та профілактики синдрому

«професійного вигорання», показала, що формування управлінських команд на підприємстві є необхідною умовою життєдіяльності підприємства, але мало розкритими питаннями залишилися характерні відмінності управлінських команд від звичайних команд, ефективність формування управлінських команд.

На думку Л. Карамушки [4] мотивація розглядається як гармонійне поєднання внутрішніх і зовнішніх мотивів особистості. Якщо лише один мотив вступає в дію (або внутрішній, або зовнішній) – результат буде неповноцінний. Саме тому потрібно знаходити раціональний підхід щодо урегулювання цього питання. Таким чином, ефективність формування професійно-важливих якостей повинно супроводжуватися мотивацією до вибору професії, якості відношення до своєї професії, аналіз та впровадження заходів щодо підвищення професійної кваліфікації, розкриття нових можливостей для реалізації набутих знань у процесі набуття знань, реалізації та перепідготовки.

А. Бандура [13] виділяв самоефективність як поєднання особистості і соціуму, тим самим наголошуючи, що існує індивідуальна ефективність та колективна. За А. Бандурою, самоефективність – це переконання особистості у здатності управляти подіями, які впливають на її життя. В основі концепції лежить ідея про віру в здатність впоратись з певним видом діяльності, яка є необхідною мотиваційною умовою. Але ключовою детермінантою соціальної поведінки особистості є її самоефективність.

Вона визначається як судження людини про свої здібності на підприємстві та виконання ряду дій, які необхідні для досягнення встановлених заздалегідь видів діяльності. Колективна ефективність, у свою чергу, розкриває впевненість людини в тому, що їх сумісна ефективність впливає на соціальні зміни. Вчений вважає, що самоефективність розкривається через віру у власну ефективність, швидше знаходити помилки в роботі, ставити перед собою реальні цілі, з тим рівнем складності, яким

людина зможе впоратись, мобілізувати потрібні ресурси для досягнення мети [13].

Також вчений виділяє наступні властивості самоефективності, які безпосередньо впливають на поведінку індивіда: рівень, сила та узагальненість. Рівень свідчить про певну ієрархію уявлення людини про свої здібності, як вона справляється з різними рівнями складності справи. Сила говорить про рівень впевненості людини у тому на що вона здатна у професійній діяльності. Включає в себе також впевненість у свої сили, не зважаючи на негативний досвід, автор також підкреслює думку, що слабкі очікування зникають у вигляді провалу, а сильна самоефективність є стимулом до подальшого розвитку діяльності.

М. Корольчук [7] розглядав мотивацію як з боку змістовного аспекту – аналізу її регулятивної функції, що здійснюється різними механізмами і детермінантами, так і з боку динамічного аспекту – виникнення і трансформації мотиваційного спонукання в ході функціонування мотивації. Науковець зазначав, що успіх роботи на даний момент, як ніколи, залежить від рівня організації мотиваційної сфери, патріотизму, свідомості та професійної готовності, спрямованості на якісне оволодіння спеціальністю та ефективного виконання професійної діяльності в будь-яких умовах, діяльність сьогодні має виражений колективний характер. М. Корольчук підкреслював, що, використання сучасних технологій дуже спрощує діяльність команди, адже функції розподіляються на весь колектив. Тут має велике значення психологічна сумісність людей. Окрім набутого професіоналізму працівник повинен бути командним гравцем: лагодити з усіма людьми в колективі, ефективно взаємодіяти. Також в роботах М. Корольчука зазначається, що дуже часто успіх роботи однієї людини впливає на успіх всього колективу, але якщо говорити про вклад окремого спеціаліста – потрібно враховувати ряд «середовище – людина – техніка».

У дослідженнях О. Леонтьєва [17] представлена змістова модель механізмів і закономірностей мотивації. У змісті визначення механізмів

мотивації він включає відображення в психіці фізіологічних, фізичних, соціальних та інших об'єктивних чинників, закономірностей людської взаємодії з навколишнім середовищем. Він вважає, що «психологічний механізм - це суб'єктивний «опис» (або відображення на суб'єктивному рівні) тих об'єктивних процесів і явищ, які розгортаються «в природі людської взаємодії з навколишнім середовищем» [17, ст. 61]. У структурі мотиваційних механізмів він виділяє гомеостатичний (відновлення порушеної рівноваги при активності організму); механізм спонтанної активності (пошук необхідних умов для прояву активності); динамічної рівноваги (активність породжується активністю); евристичний.

Якщо розглядати мотиваційну сферу особистості як найвищу ієрархічну систему функціонування психіки, то сутність її розвитку полягає в оволодінні суб'єктом засобами спонукання, структурування, перебудови своїх психічних функцій у відповідності зі змінами в умовах навколишньої дійсності. О. Леонт'єв в якості подібного засобу розглядав потреби. Їх механізм полягає в пізнанні і емоційному сприйнятті безумовних подразників, окремих впливів і властивостей предмета, здатних задовольнити потреби. Виявлення потреб особистості полягає в набутті мотиваційного значення численними умовними подразниками, що виявляють у досвіді індивіда зв'язок з безумовними впливами і забезпечують перемикання переживання образу, що стає мотивуючим [17].

Отже, наглядно основні ідеї науковців представлено в табл. 1.2.

Таблиця 1.2

Найбільш вживані ідеї щодо розвитку мотивації персоналу сучасними науковцями

№	Науковець	Основні ідеї, підходи до мотивації
1.	С. Максименко [20]	Мотивація розглядається через життєвий досвід, перспективу. Виділяє самооцінку як фактор мотивації.
2.	Л. Карамушка [4]	Гармонійне поєднання внутрішніх і зовнішніх мотивів дає ефективний результат у професійній діяльності.
3.	А. Бандура [13]	Виділяв самоефективність та колективну ефективність. Мотивація самоефективності – віра в здатність успіху в певному виді діяльності, яка є необхідною мотиваційною умовою. Мотивація колективної ефективності – віра в те, що спільні дії в певній сфері впливають на соціальні зміни.
4.	М. Корольчук [7]	Мотивація розглядалася як з боку змістовного аспекту – аналізу її регулятивної функції, що здійснюється різними механізмами і детермінантами, так і з боку динамічного аспекту – виникнення і трансформації мотиваційного спонукання в ході функціонування мотивації.
5.	О. Леонт'єв [17]	Мотиваційна сфера – найвища ієрархічна система функціонування психіки, основним засобом функціонування є потреба.

Джерело: [авторська розробка на основі 20,4,13,7,17]

Отже, теоретичний аналіз проблеми дозволив сформулювати гіпотезу дослідження про те, що мотиваційна сфера особистості є структурним і цілісним утворенням, що обумовлює процес особистісного розвитку в цілому. Разом з тим, виникають якісно нові форми і типи комунікативних відносин працівників в різних умовах психічної діяльності і емоційно-чуттєві прояви, що визначають саморегуляцію діяльності.

Отже, відповідно до завдання теоретичний аналіз показує, що у різні часи мотиваційна сфера особистості досліджувалася по-різному. Свій внесок зробили такі зарубіжні вчені як: А. Маслоу, К. Роджерс, Г. Форд, Е. Мейо,

С. Адамс, Д. МакГрегор. У підрозділі 1.1 детально розглянуті їх дослідження.

На ряду з цим, проблема була досліджена такими вітчизняними вченими як: С. Максименко, Л. Карамушка, А. Бандура, М. Корольчук, О. Леонтєв. Їхні концепції були проаналізовані у підрозділі 1.2. Проаналізувавши весь вищезазначений теоретичний базис та підходи до поняття «мотивація», досвід як зарубіжних, так і вітчизняних науковців можна зробити висновок, що у цілому, проблемі мотивації приділена велика кількість робіт та проблема розглянута досить ретельно, але мотиваційна сфера працівників івент-сфери не досліджена зовсім. Це приводить нас до висновку, що необхідно на основі вже отриманого теоретико-практичного базису розглянути формування та функціонування системи мотивації працівників підприємства «Event Cafe».

РОЗДІЛ 2

ОБГРУНТУВАННЯ ПРОЦЕДУР ТА МЕТОДІВ ДОСЛІДЖЕННЯ МОТИВАЦІЙНОЇ СФЕРИ ПРАЦІВНИКІВ

2.1 Психологічні особливості прояву мотиваційних компонентів працівників підприємства «Event Cafe»

Формування професійних цілей пов'язано з розвитком і вдосконаленням мотивів діяльності і включає в себе:

- вивчення системи життєвих цілей співробітника;
- постановку і роз'яснення цілей діяльності і завдань;
- стимулювання особового складу до самостійної і творчої роботи;
- навчання особового складу прийомам і методам цілеспрямованої роботи;
- боротьбу з негативними мотивами роботи;
- спонукання співробітників до самовиховання.

Вивчення мотивації – справа складна, так як іноді має місце розбіжність між істинною мотивацією і словесним виразом. Для того щоб з'ясувати справжнє ставлення співробітника до своєї професії, необхідно вивчити його всебічно, у багатьох життєвих ситуаціях. При цьому необхідно постійно зіставляти слова зі справами, поведінкою.

Івент-менеджер – це управлінець, який створює та розвиває масштабні заходи, які включають в себе: конференції, конвенції, концерти, виставки, фестивалі, церемонії та тощо. Управління заходами передбачає визначення цільової аудиторії, формулювання концепції, планування загальної логістики події та ведення проектного менеджменту свята в цілому. Сюди також включається управління групами людей, відповідальними за кожну функцію, бюджет та нагляд за виконанням заходу. Івент-менеджери також контролюють послуги всіх зовнішніх постачальників та професіоналів, які передбачають планові заходи.

Івент-менеджери повинні у процесі діяльності спілкуватися з клієнтами, дізнаватися цілі заходів, аудиторію, бюджет та отримувати повну картину очікувань замовників. Далі, за допомогою мозкового штурму знайти ідеальний концепт заходу. В цілому, вміти творчо мислити, завжди мати в голові ідеї, для так званого «плану «Б». Після затвердження проекту заходу з клієнтом потрібно його реалізувати: прорахувати витрати, зібрати всіх підрядників – технічне, звукове, відеозабезпечення, артистів, програм, поставників матеріалів – та проконтролювати їх роботу. Також важливим аспектом є прорахунок ризиків та вміння їх запобігти.

Робота івент-менеджера потребує гармонічної взаємодії аналітичної та творчої частини завдання для безпомилкового прорахунку бюджету та написання креативного сценарію заходу під конкретну аудиторію.

Згідно з метою вирішення поставлених завдань, для проведення емпіричного дослідження ми будемо використовувати 4 компоненти, які мають найбільший вплив і формують результати праці івент-менеджера: комунікативний, вольової саморегуляції, мотиваційний та типологічний.

Комунікативний елемент включає в себе такі уміння як: стеження за логікою викладу інформації співрозмовника (клієнта), вміння співвіднесення почутого з придбанням знань, зв'язувати конкретні факти з висновками і доносити їх до співрозмовника (клієнта).

Комунікативний елемент передбачає функцію впливу комунікативних якостей розмови, які, на наш погляд, більш значимі, оскільки розмова, яка має певний вплив на інших людей, потребує цілеспрямованості, усвідомлення мотивації. Такі речові навички, в яких розвинені комунікативні якості, сприяють формуванню мовленнєвої активності, самостійності та більш відкритої самооцінки комунікатора. Низький рівень розвитку комунікативного компонента характеризується у відсутності потреби до розвитку комунікативних якостей мови, ці якості розвинені слабо, не виражають своє відношення до того, що відбувається, відсутнє вміння виражати свою позицію. Таким чином, комунікативні уміння розвинені

слабо, що являється основною проблемою при розвитку культури мовлення. Високий рівень розвитку комунікативного елемента полягає у вмінні виражати свою позицію, захищати її, вмінні працювати з запереченнями, тенденція до вдосконалення своїх комунікативних навичок [22].

Емоційно-вольовий компонент [22] надійності співробітника івент-сфери є відображенням його відносини або в цілому до професійної діяльності, або до окремих професійно значущим якостям своєї особистості і діяльності в зв'язку з його потребами і мотивами. Зміст емоційно-вольового компонента професійної надійності івент-менеджера представлений у вигляді професійного інтересу, ставлення та самооцінки.

Інтерес мотивує роботу, розвиток навичок і вмінь, інтелект і творчі прагнення. Будучи сполучною ланкою суб'єкта до обраної діяльності, він впливає на її результати, які, в свою чергу, впливають на його розвиток. Ставлення виступає як потужний стимул професійного і особистісного саморозвитку та самовдосконалення. Залежно від характеру відносин до різних об'єктів соціальної дійсності співробітники івент-сфери виявляють моральні, інтелектуальні та естетичні почуття. Результатом роботи емоційно-вольового компонента професійної надійності є переживання суб'єктом своїх досягнень: як то успіх або не успіх, прагнення до досягнення цілей того ступеня складності, на яку менеджер вважає себе здатним.

Мотиваційний компонент - це обов'язкова складова практично будь-якої діяльності особистості, що обумовлює професійне становлення менеджерів.

Мотиваційний компонент виконує спонукальну (потреби суб'єкта як джерела активності в навчальній і дослідницькій діяльності) і спрямовуючу (мотиви як суб'єктів незалежні відносини в структурі професійної спрямованості особистості) функції [22].

Формування професійної спрямованості відбувається на основі реалізації актуальних для суб'єкта потреб у професійній діяльності як оптимальному і найбільш доступному соціально прийнятному способі їх

задоволення. Формування мотиваційного компонента професійного становлення майбутніх фахівців є актуальною проблемою всієї системи професійної освіти, що знаходиться на етапі реформування та розбудови в зв'язку з існуючою потребою підвищення якості підготовки майбутніх фахівців. Вирішення цього завдання забезпечить їх конкурентоспроможність на сучасному ринку праці.

Професійний компонент включає мотиви, пов'язані безпосередньо з цінностями професії [22]. Різноманітну спрямованість, принесення користі суспільству засобами даної професії, надання блага конкретній людині, праця в цілому, праця в рамках даної професії на підприємстві, різні предмети праці (людина, природа, техніка та інше), сам процес, оволодіння працею в ході навчання, можливість самому приймати рішення, відсутність жорсткої регламентації вибору способів роботи, різноманітність праці, пошук нових методів, право на помилки і тощо.

Отже, підсумовуючи, психологічні умови формування професійних якостей івент-менеджерів розглядається з визначенням їх компонентів – комунікативного, мотиваційного, вольової саморегуляції та типологічного, що в цілому, формують мотиваційну сферу працівника підприємства «Event Cafe».

2.2. Обґрунтування методик для емпіричного дослідження мотивації працівників підприємства «Event Cafe»

Сучасна психодіагностика задає високу планку професійних психологів в плані конструювання і адаптації психодіагностичного інструментарію. Адже від того наскільки якісною буде інформація, що отримується за допомогою психологічної методики, залежить і якість прийняття рішень фахівцями в тій чи іншій сфері діяльності. Методики дають можливість не тільки оцінити ті чи інші психологічні якості людини, а й розкривають інформацію, недоступну неозброєному спостерігачеві.

На жаль, важко назвати загальноприйняту класифікацію мотивів особистості. Значимі для психології представники різних психологічних шкіл формулювання не цілком збігаються з класифікацією. Проте, на рівні найбільш глобальних потреб є більше згоди, ніж в класифікації мотивів, актуальних для конкретного віку, починаючи вже з підліткового. І це не випадково, так як мотиваційна сфера особистості розвивається по шляху диференціації - виділення все нових, предметно специфічних мотивів (спрямованих на різні предмети).

В результаті виявлення компонентів ми можемо скласти набір методик дослідження. Для нашого дослідження актуальним є блок методик саме для визначення професійних якостей івент-менеджерів.

Мотиваційний компонент дослідимо за допомогою двох методик: методики К. Замфіра (за модифікацією А. Реана) [6] та «Методики діагностики особистості на мотивацію до успіху Т. Елерса» [9].

Методика використовується для діагностики мотивації професійної діяльності. В основу покладена концепція внутрішньої та зовнішньої мотивації. Нагадаємо, що про внутрішній тип мотивації слід говорити, коли для особистості має значення діяльність сама по собі. Якщо ж в основі мотивації професійної діяльності лежить прагнення до задоволення інших потреб, зовнішніх по відношенню до змісту самої діяльності (мотиви соціального престижу, зарплати і т. д.), то в даному випадку прийнято говорити про зовнішню мотивацію.

Зовнішні мотиви поділяються на зовнішні позитивні та зовнішні негативні. Зовнішні позитивні мотиви, безсумнівно, більш ефективні та більш бажані з усіх точок зору, ніж зовнішні негативні мотиви.

Також, мотиваційна сфера представлена «Методикою діагностики особистості на мотивацію до успіху Т. Елерса». Методика спрямована на визначення рівня сформованості мотивації до успіху. Автор виділяє: низький рівень, середній, високий і надто високий. При діагностиці особистості на виявлення мотивації до успіху Елерс виходив з положення: особистість, у

якої переважає мотивація до успіху, вважає за краще середній або низький рівень ризику. Їй властиво уникати високого ризику. При сильній мотивації до успіху, надії на успіх зазвичай скромніші, ніж при слабкій мотивації до успіху, однак такі люди багато працюють для досягнення мети, прагнуть до успіху.

Комунікативна сфера представлена «Діагностикою комунікативних і організаторських здібностей» (В. Синявський, Б. Федоришин) [5], вона допомагає виявити вміння чітко і швидко налагоджувати ділові та товариські контакти, бажання розширити їх, впливати на людей, проявляти ініціативу. Методика включає в себе питання ступеню як комунікативних, так і організаторських здібностей, тому вона досить ємка. Автор виділяє п'ять рівнів: низький, нижче середнього, середній, високий, дуже високий.

Емоційно-вольова сфера вивчалася за допомогою психодіагностичної методики «Діагностика емоційної спрямованості особистості» (Б.І. Додонова) [19] та «Визначення рівня емоційного інтелекту» (Н. Холл) [5].

До емоційної спрямованості Б. Додонов відносив такі емоції, які у свідомості людей формують цінні переживання. Б. Додонов запропонував розрізняти такі типи емоційної спрямованості:

- альтруїстична – характеризує схильність до переживань, пов'язаних із реалізацією потреби у допомозі іншим.
- комунікативна – орієнтація на співрозмовника, пов'язана з потребою в дружньому спілкуванні.
- глорична – схильність до переживань, пов'язаних із потребою у самоствердженні, славі.
- практична – коли для людини емоційно привабливою є сама діяльність незалежно від її результатів або тих благ, які вона приносить (практична спрямованість).
- пугнічна – орієнтація на подолання перешкод; пов'язана з схильністю до емоційних переживань, що виникають при подоланні різних труднощів.
- романтична – схильність до таємничого, незвичайного.

- пізнавальна – прагнення до пізнання, розв’язання важких завдань.
- естетична – прагнення людини до гармонії з навколишнім світом, до переживання відчуття прекрасного.
- гедоністична – переважання потреби у тілесному та душевному комфорті.
- акізивна – емоційні переживання, пов’язані з володінням речами та їх накопиченням без вагомої потреби в них.

Тип загальної емоційної спрямованості особистості, який виступає в якості одного із системоутворюючих чинників всієї психологічної структури, відображається на особливостях емоційної сфери людини. Емоційна сфера, у свою чергу, впливає на сприйняття людиною навколишнього середовища, на її мрії та плани, на вибір діяльності, друзів тощо.

Методика «Визначення рівня емоційного інтелекту» (Н. Холл) [5] спрямована на виявлення здатності розуміти відносини особистості, які репрезентуються в емоціях, і управляти емоційною сферою на основі ухвалення рішень. Вона складається з 30 тверджень і включає 5 шкал:

- емоційна обізнаність;
- управління своїми емоціями (емоційна відхідливість, емоційна неригідність);
- самомотивація (довільне управління своїми емоціями);
- емпатія;
- розпізнавання емоцій інших людей (уміння впливати на емоційний стан інших людей).

Методика складається з ряду тверджень, які відображають різні сторони життя особистості. Ранжування відповідей від -3, де «повністю не згоден» до +3, де «повністю згоден».

Професійні якості менеджерів івент-агенст визначаємо за методикою «Мотиви вибору професії» (за В. Семиченко) [8]. Методика спрямована на вивчення мотиву вибраної професії, включає в себе оцінку внутрішніх і зовнішніх мотивів. Автор методики пропонує типологію: низький (1 бал),

нижче середнього (2 бали), середній (3 бали), вище середнього (4 бали), високий (5 балів), також включає в себе 4 блоки питань, ранжування від 1 до 5.

Отже, для проведення емпіричного дослідження було сформовано набір методик під кожен компонент мотиваційної сфери особистості. Мотиваційний компонент дослідимо за допомогою двох методик: методики К. Замфіра (за модифікацією А. Реана) та «Методики діагностики особистості на мотивацію до успіху Т. Елерса». Комунікативна сфера буде досліджена за методикою «Діагностика комунікативних і організаторських здібностей» (В. Синявський, Б. Федоришин). Емоційно-вольову сферу будемо вивчати за допомогою методики «Діагностика емоційної спрямованості особистості» (Б.І. Додонова) та «Визначення рівня емоційного інтелекту» (Н. Холл) та професійні якості менеджерів івент-агенств визначаємо за методикою «Мотиви вибору професії» (за В. Семиченко).

2.3. Побудова та характеристика плану дослідження та контингенту досліджуваних.

Виходячи з теоретичних аспектів, які були проаналізовані у 1 розділі та підбору набору методик дослідження експерименту, проаналізовані у розділі 2 для нашої організації, можна скласти план, за яким ми будемо слідувати протягом всього дослідження. План окреслить кордони нашого дослідження, допоможе скоротити область дослідження, тим самим ефективізувати цей процес.

Концептуальна модель включає в себе теоретико-методологічні підходи до мотивації, а саме: психодіагностичний інструментарій, факторний аналіз, професійно ідентифікаційний підхід.

План нашого дослідження буде виглядати згідно табл. 2.1:

Таблиця 2.1

**Етапи дослідження мотиваційної сфери працівників підприємства
«Event Cafe»**

№	Заходи
1.	Виділення особливостей в роботі івент-менеджера.
2.	В результаті отриманих даних - вибір методик дослідження.
3.	Проведення пілотажної методики дослідження.
4.	Опрацювання результатів дослідження методик.
5.	Отримання і опрацювання результатів за допомогою методів математичної статистики.
6.	Приведення набору тренінгових вправ, заходів для дослідження.
7.	Виведення висновків дослідження та пропозицій.

Джерело: [авторська розробка].

У процесі дослідження було виділено чотири основні компоненти професійно важливих якостей: комунікативний, мотиваційний, типологічний, емоційно-вольовий. Визначення компонентів важливе для проведення дослідження і формування набору тренінгових вправ, а саме: мозкові штурми, тренінг спілкування та НЛП, тренінг лідерського потенціалу та особистісного росту.

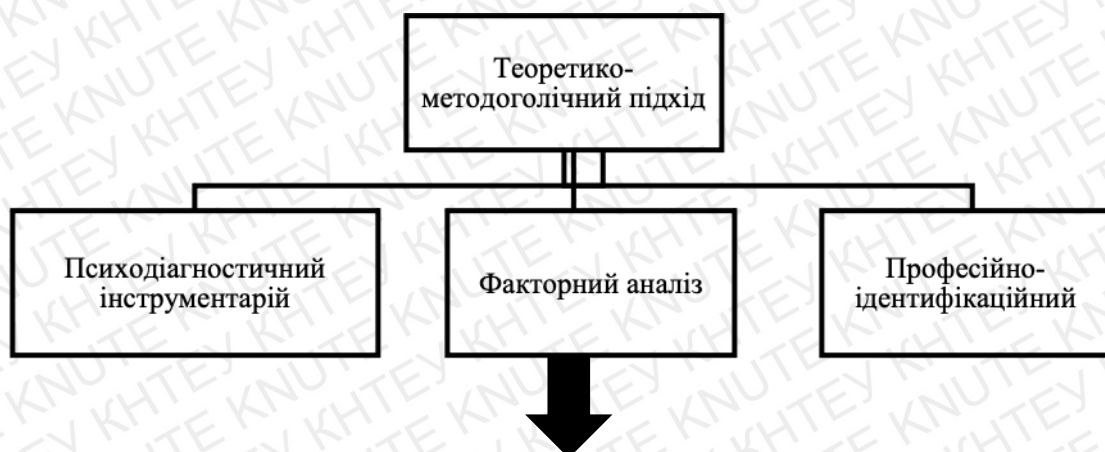


Рис. 2.1. Концептуальна модель дослідження буде виглядати так (рис 2.1) [авторська розробка]

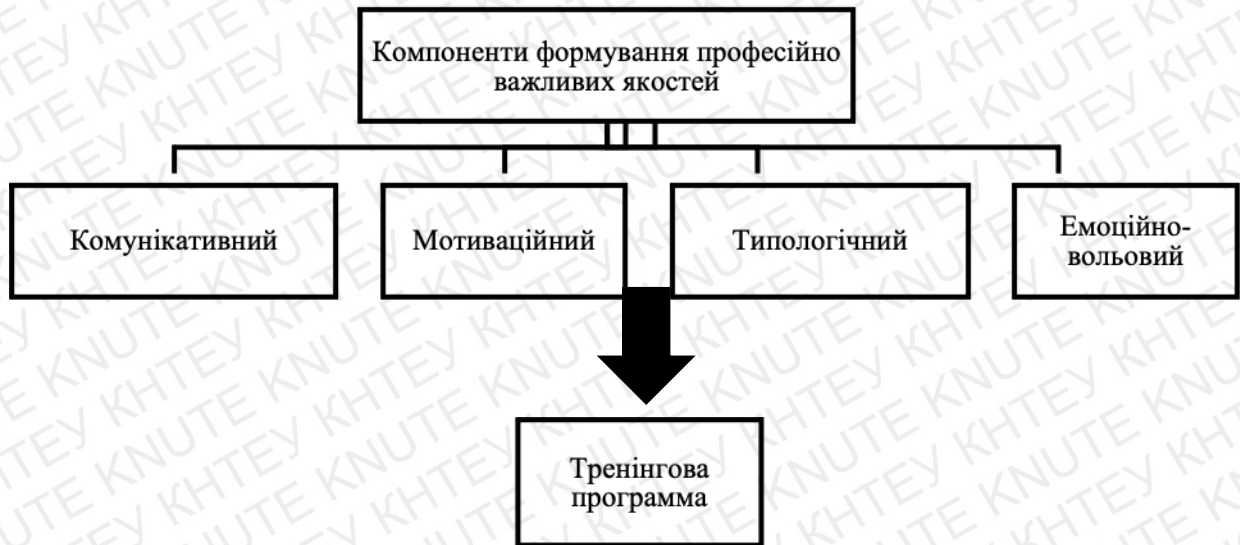


Рис 2.1 Концептуальна модель дослідження [авторська розробка]

Отже, на основі визначених компонентів мотиваційної сфери працівників підприємства «Event Safe», аналізу методик проведення емпіричного дослідження, прописаного плану та концептуальній моделі можна приступати до проведення емпіричного дослідження.

Ми проводимо емпіричне дослідження на основі підприємства «Event Safe», засноване в 2018 році у м. Київ. Досліджуване підприємства «Event Safe» спеціалізується на організації та проведенні різних заходів (наприклад, це може бути весілля, день народження, корпоратив, семінар або тренінг). Такі заходи, зазвичай, нетривалі, проходять протягом кількох годин для обмеженого кола осіб, а також мають фіксований бюджет, що виділяється клієнтом.

Основними завданнями івент-агенства є:

- розробка унікальної концепції івенту;
- підбір і бронювання локації;
- забезпечення трансферу учасників, доставка всіх необхідних матеріалів;
- організація харчування (наприклад, кейтеринг);
- декорування локації;

- адміністрування і проведення івенту;
- оформлення фото- та відеозвітів.

Також нам потрібно проаналізувати кількісні та якісні характеристики працівників «Event Cafe», табл. 2.2

Таблиця 2.2

Структура персоналу за кількісною та якісною характеристикою «Event Cafe»

Показники	Середньооблікова чисельність на підприємстві, чол.			Середньооблікова чисельність на підприємстві, %		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
1. Структура персоналу по віковою категорією						
1.1. 18-24 роки	16	21	22	66,67	72,41	73,33
1.2. 25-35 років	5	4	4	20,83	13,79	13,33
1.3. 35 років і старше	3	4	4	12,50	13,79	13,33
3. За рівнем освіти						
2.1 Вища освіта	22	23	23	91,67	79,31	76,67
2.2 Середня професійна освіта	2	4	4	8,33	13,79	13,33
2.3 Середня загальна освіта	-	2	3	-	6,90	10,00
3. За статевою ознакою						
3.1 Жінки	12	14	15	50,00	48,28	50,00
3.2 Чоловіки	12	15	15	50,00	51,72	50,00
Всього:	24	29	30	100,0	100,0	100,00

Джерело: [авторська розробка].

З таблиці 2.2 ми бачимо, що середньооблікова чисельність працівників з 2018 по 2020 рік збільшилася на 5 чоловік. Щодо структури персоналу за віковою категорією – збільшилась кількість людей у віці 18-24 роки та зменшилася кількість населення віком 25 и старше. За рівнем освіти частка працівників з вищою освітою впала до 76,67%, у 2020 році, порівняно з 2018 роком. А у віковій категорії не відбулося змін.

Отже, ми проаналізували основні характеристики та обов'язки в роботі івент-менеджера та підготували базу для його дослідження.

Івент-менеджер – це менеджер, який управляє заходами, передбачає визначення цільової аудиторії, формулювання концепції, планування загальної логістики події та ведення проектного менеджменту свята в цілому.

Також, ми виділили основні компоненти, які мають найбільший вплив і формують результати праці івент-менеджера: комунікативний, вольової саморегуляції, мотиваційний та типологічний. У додаток до цього, ми скомпонували план емпіричного дослідження, що включає в себе 7 пунктів, та концептуальну модель дослідження, яка дозволить нам підвищити показники детермінантів мотивації працівників підприємства «Event Cafe».

РОЗДІЛ 3

АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ФОРМУВАННЯ МОТИВАЦІЙНОЇ ГОТОВНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ ПІДПРИЄМСТВА «EVENT SAFE»

3.1 Результати емпіричного дослідження компонентів мотиваційної сфери працівників працівників «Event Cafe»

3.1.1 Результати емпіричного дослідження компонентів мотиваційної сфери працівників працівників «Event Cafe» за допомогою методики «Мотивація до успіху» Т. Елерса

У даному пункті ми будемо розглядати мотиваційний компонент за допомогою представленої методики Т. Елерса на мотивацію досягнення успіху, яка допоможе нам визначити рівень направленості до успіху. Як багато працівники готові зробити для отримання заповітного результату. Сама методика являє собою опитувальник, що складається з сорока одного закритого питання [3].

Виділяється чотири рівні мотивації до успіху:

- Низька мотивація до успіху;
- Середній рівень мотивації;
- Помірно високий рівень мотивації;
- Занадто високий рівень мотивації до успіху

Таблиця 3.1

Результати дослідження за методикою Т. Елерса

Рівень мотивації досягнення успіху	Кількість	Відсоткове значення, %
Низький рівень	2	6,67
Середній рівень	9	30
Високий рівень	16	53,3
Надмірно високий рівень	3	10
Всього	30	100

Джерело: [авторська розробка].

При діагностиці особистості на виявлення мотивації до успіху Елерс виходив з положення: Особистість, у якої переважає мотивація до успіху, вважає за краще середній або низький рівень ризику. Їй властиво уникати високого ризику. При сильній мотивації до успіху, надія на успіх зазвичай скромніша, ніж при слабкій мотивації до успіху, однак такі люди багато працюють для досягнення успіху, прагнуть до успіху.

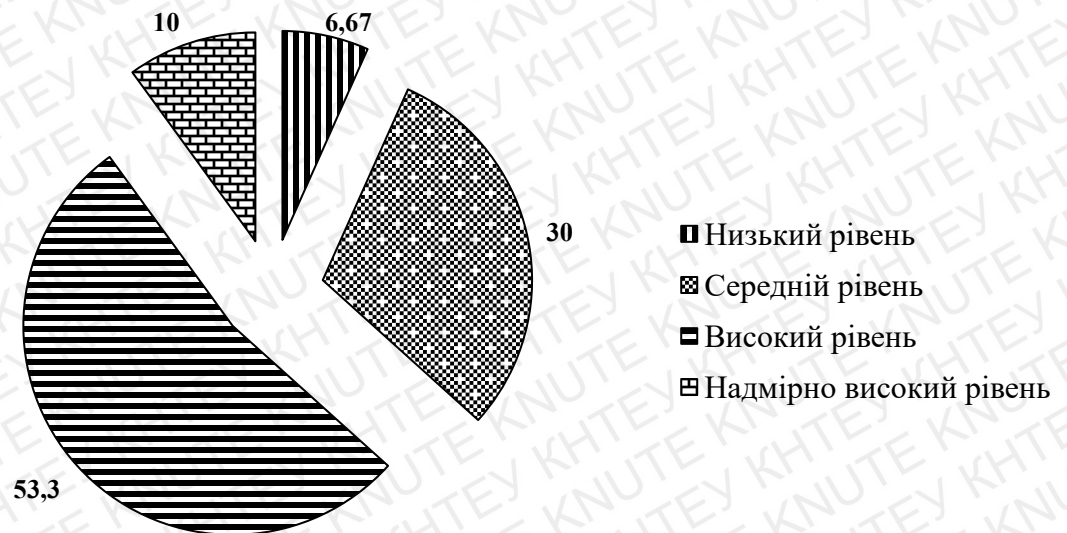


Рис. 3.1 Розподіл працівників «Event Cafe» за методикою Т. Елерса, %
[авторська розробка]

В цілому, ми бачимо, що 83,3% підслідних (високий та середній рівень мотивації) мають прийнятне значення, 16,67% опитуваних мають низький або надмірний рівень мотивації. Тобто трохи більше 1/5 працівників неправильно мотивовані: або мало вмотивовані або мають надмірно високий рівень вмотивованості, що теж не є нормативним показником.

Отже, як ми бачимо з таблиці 3.1 та рис 3.1 – більшість працівників схильні до високого та середнього рівня мотивації. Дослідження показали, що люди, помірно і сильно орієнтовані на успіх, вважають за краще середній рівень ризику. Ті ж, хто боїться невдач, віддають перевагу малому або, навпаки, занадто великому рівню ризику. Чим вище мотивація людини до

успіху - досягненню мети, тим нижче готовність до ризику. При цьому мотивація до успіху впливає і на надію на успіх: при сильній мотивації до успіху - надія на успіх зазвичай скромніша, ніж при слабкій мотивації до успіху. До того ж людям, мотивованим на успіх і які мають великі надії на нього, властиво уникати високого ризику. Ті, хто сильно мотивований на успіх і мають високу готовність до ризику, рідше потрапляють в нещасні випадки, ніж ті, які мають високу готовність до ризику, але високу мотивацію до уникнення невдач (захист). І навпаки, коли у людини є висока мотивація до уникнення невдач (захист), то це перешкоджає мотиву до успіху - досягненню мети.

3.1.2 Результати емпіричного дослідження компонентів мотиваційної сфери працівників «Event Cafe» за допомогою методики К. Замфіра (за модифікацією А. Реана)

В основу методики мотивації професійної діяльності (К. Замфір, модифікація А. Реана) покладена концепція про внутрішню і зовнішню мотивацію. При внутрішньому типі мотивації для особистості має значення діяльність сама по собі. При зовнішньому типі мотивації, за словами авторів, слід говорити, що в основі мотивації професійної діяльності лежить прагнення до задоволення інших потреб, зовнішніх по відношенню до змісту самої діяльності (мотиви соціального престижу, зарплати і т. д.) [3].

На основі отриманих результатів за допомогою даної методики можна визначити мотиваційний комплекс працівника – співвідношення між собою трьох видів особистості: внутрішній, зовнішній позитивний та зовнішній негативний.

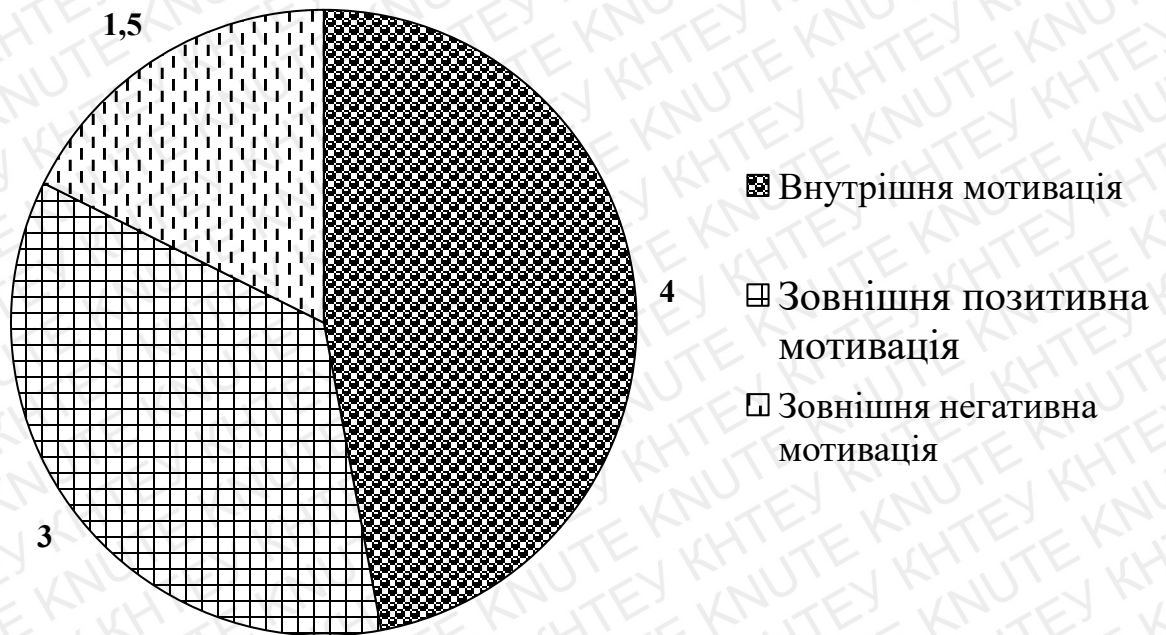


Рис. 3.2 Результати за методикою К. Замфіра (за модифікацією А. Реана) [авторська розробка]

За даною методикою вираховуються показники внутрішньої мотивації, зовнішньої позитивної та зовнішньої негативної мотивації. Оцінка цих показників йде за градацією від 1 до 5, включаючи нецілі числа. За методологією, є два прийнятних типи зв'язків:

- 1) Внутрішня мотивація > зовнішня позитивна мотивація > зовнішня негативна мотивація;
- 2) Внутрішня мотивація = зовнішня позитивна мотивація > зовнішня негативна мотивація.

Та також існує неприйнятний вид зв'язку:

Зовнішня негативна мотивація > зовнішня позитивна мотивація > внутрішня мотивація [3].

Отже, як ми бачимо, при виборі професії у опитаних переважали внутрішні та зовнішні мотиви, тобто мотивація була усвідомлена (86,67% опитаних, що включає в себе внутрішню мотивацію та зовнішню позитивну мотивацію). Також, найважливішим фактором у опитаних є внутрішня

мотивація, тобто можливість реалізації у напрямку івент (53,33%). У додаток до цього 33,33% відповідей були пов'язані з зовнішньою позитивною мотивацією, такі мотиви як соціальний статус, оплата праці, приклад ззовні, але і слід відмітити частину працівників, що знаходяться під впливом зовнішніх негативних мотивів, таких як тиск з боку начальства, інших працівників і тощо. Але, слід зауважити, що, незважаючи на показник зовнішньої негативної мотивації, ситуація знаходиться у рамках нормальної та всі показники є позитивно нормативними, що свідчить про сприятливість мотиваційного комплексу у працівників. Поради щодо його покращення можуть бути прийняті, але потрібно їх розглядати виключно як резерв підвищення мотивації, тобто вони не першочергові для вирішення.

3.1.3. Результати емпіричного дослідження компонентів мотиваційної сфери працівників працівників «Event Safe» за допомогою методики «Діагностика комунікативних і організаторських здібностей («КОС-2») (В. Синявський, Б. Федоришин)

Методика діагностики комунікативних і організаторських здібностей допоможе нам визначити якість вміння чітко та швидко налагоджувати ділові та партнерські контакти, бажання їх кількісно та якісно покращувати, вміння впливати на людей, брати участь у групових заходах.

Комунікативні та організаторські здібності є стрижневими в професіях, які за своїм змістом пов'язані з активною взаємодією між людьми. Вони є важливими чинниками для досягнення успіху в багатьох професіях типу "людина - людина" (наприклад, праця вчителя, тренера, лікаря, працівника клубу і тощо). Комунікативні та організаторські здібності є провідними в івент-сфері, адже стосується міжособистісних відносин, в згуртуванні членів колективу, в організації навчальних, спортивних, ігрових та інших груп, в залученні до себе людей, в умінні організувати і спрямовувати їх діяльність [12].

Визначаються рівні комунікативних і організаторських здібностей в залежності від набраних балів за цими параметрами. Максимальна кількість балів окремо по кожному параметру – 20 [12], результати проведення методики представлені в таблиці 3.1.3.

Таблиця 3.2

Результати за методикою «КОС-2»

Схильності	Коефіцієнт	Оцінка
Комунікативні	0,6	3
Організаторські	0,72	4

Джерело: [авторська розробка].

Як ми бачимо з таблиці 3.2 – комунікативні схильності працівників знаходяться на середньому рівні, в той час як організаторські схильності на рівні вище середнього. Це говорить нам про наступне:

1. Комунікативні навички працівників бажають кращого, адже дані показують нам середній рівень прояву комунікативних якостей, але стійкість їх потенціалу не є стабільною. Тож, логічним було б винести на обговорення це питання у пункті 3.1.2 та запропонувати пропозиції та тренінги або заходи подальшої стратегічної роботи з працівниками щодо його покращення.

2. Організаторські схильності працівників мають оцінку 4, що говорить нам про високий рівень прояву організаторських навичок, в чому і проявляється головна риса цієї професії. Такий рівень навичок означає, що працівники не губляться в новій обстановці, швидко знаходять друзів, постійно прагнуть розширити коло своїх знайомих, займаються громадською діяльністю, допомагають близьким, друзям, виявляють ініціативу в спілкуванні, із задоволенням беруть участь в організації громадських заходів, здатні прийняти самостійне рішення у важкій ситуації. Все це вони роблять не з примусу, а згідно з внутрішніми прагненням.

Також розглянемо кількість працівників у відсотковому відношенні.

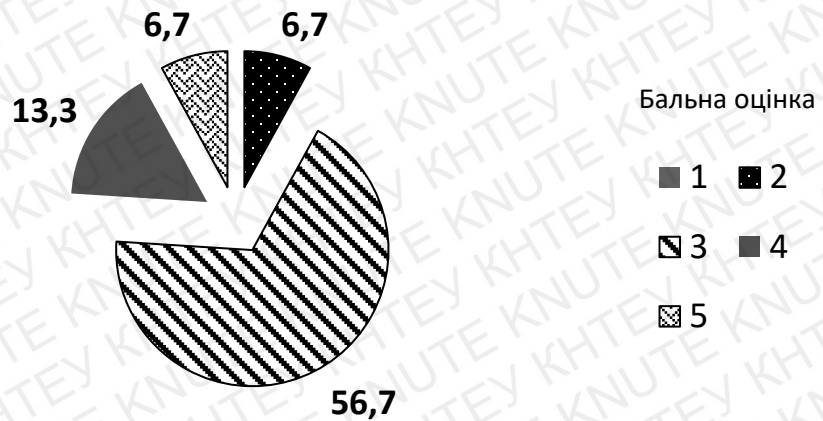


Рис. 3.3 – Відсотковий розподіл працівників «Event Cafe» за комунікативними здібностями [авторська розробка]

Отже, з рис. 3.3 ми бачимо, що більшість (56,7%) працівників мають середній рівень прояву комунікативних здібностей. Також значна частина (13,3%) мають високий рівень прояву комунікативних здібностей, що говорить про їх внутрішнє прагнення до ведення комунікацій, вони з задоволенням займаються додатковою діяльністю, що пов'язана з комунікацією, вирішенням конфліктних ситуацій та виявляють ініціативу.

6,7% респондентів не виявляють ініціативи у спілкуванні, вони більш закриті за інших, відчують труднощі у нетипових ситуаціях, рідше проявляють ініціативу в додатковій комунікативній діяльності та складніше переживають образи чи конфліктні ситуації в роботі. Та 6,7% працівників активно та органічно почувають себе у комунікативній діяльності, наполегливі, можуть легко впливати на інших, частіше беруть додаткову відповідальність.

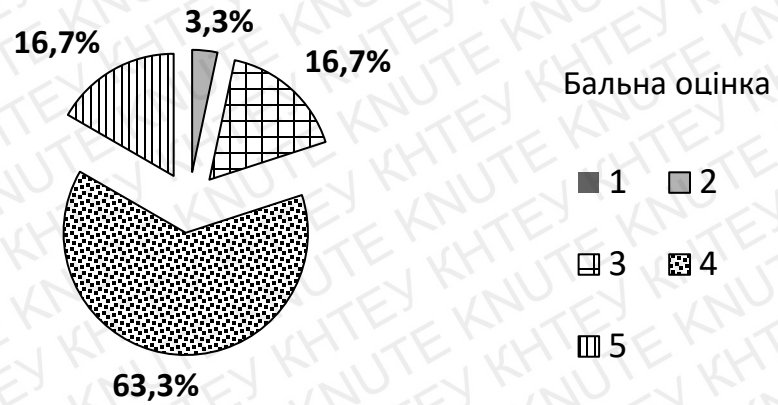


Рис. 3.4 – Відсотковий розподіл працівників «Event Cafe» за організаційними здібностями [авторська розробка]

Таким чином, рис. 3.4 має подібну структуру розподілу працівників, але бальна оцінка становить вже не 3, а 4, що говорить про більш розвинені організаційні навички. Гарним показником є розвиненість навичок на високому рівні та дуже високому рівні (63,3%), на посередньому рівні знаходяться 16,7% працівників, що говорить про необхідність розвитку та покращення навичок, адже вони показують високий потенціал. Також, 16,7% працівників мають погано розвинені організаційні навички та потребують більшої уваги до розвитку їх навичок, ніж респонденти, що отримали оцінку 3.

3.1.4. Результати емпіричного дослідження компонентів мотиваційної сфери працівників «Event Cafe» за допомогою методики «Діагностика емоційної спрямованості особистості» (Б.І. Додонова)

ЕСО - емоційна спрямованість особистості. Визначається за типом емоцій, що стоїть на першому місці. І. Додонов [19] зазначає, що створити універсальну класифікацію емоцій взагалі неможливо, тому класифікація, придатна для вирішення одного кола завдань, виявляється недієвою при вирішенні іншого кола завдань.

Він запропонував свою класифікацію емоцій, до того ж не для всіх, а тільки для тих з них, в яких людина найчастіше відчуває потребу і які надають безпосередню цінність самого процесу його діяльності, що набуває завдяки цьому якість цікавої роботи або навчання, «солодких» мрій, втішних спогадів і тощо. З цієї причини в його класифікацію увійшов смуток (так як є люди, які люблять злегка посумувати) і не увійшла заздрість (так як навіть про заздрісників не можна сказати, що їм подобається заздрити). Таким чином, запропонована Додоновим класифікація стосується тільки «цінних», за його термінологією, емоцій. По суті, основою цієї класифікації є потреби і цілі, тобто мотиви, яким служать ті чи інші емоції. Не можна не відзначити, що в розряд «емоційного інструментарію», тобто при виділенні даної групи емоцій, у автора нерідко потрапляють бажання і прагнення, що створює плутанину [19].

Респонденти відразу кодують свої відповіді за 2-бальною системою (позитивну відповідь, згода з емоцією - цифра 2 в реєстраційному бланку, невизначена відповідь («не знаю, важко сказати») - цифра 1, і негативну відповідь - цифра 0 у бланку. експериментатору для підрахунку балів по кожній емоційної спрямованості залишається підрахувати суму чисел у віконцях кожного ключа[19].

Таким чином, максимальний бал по кожній емоційній спрямованості може дорівнювати 10 (5 питань максимально по 2 бали за кожен), а мінімальний - 0 балів.

На рисунку 3.5 ми можемо бачити вираженість емоцій у працівників «Event Cafe».

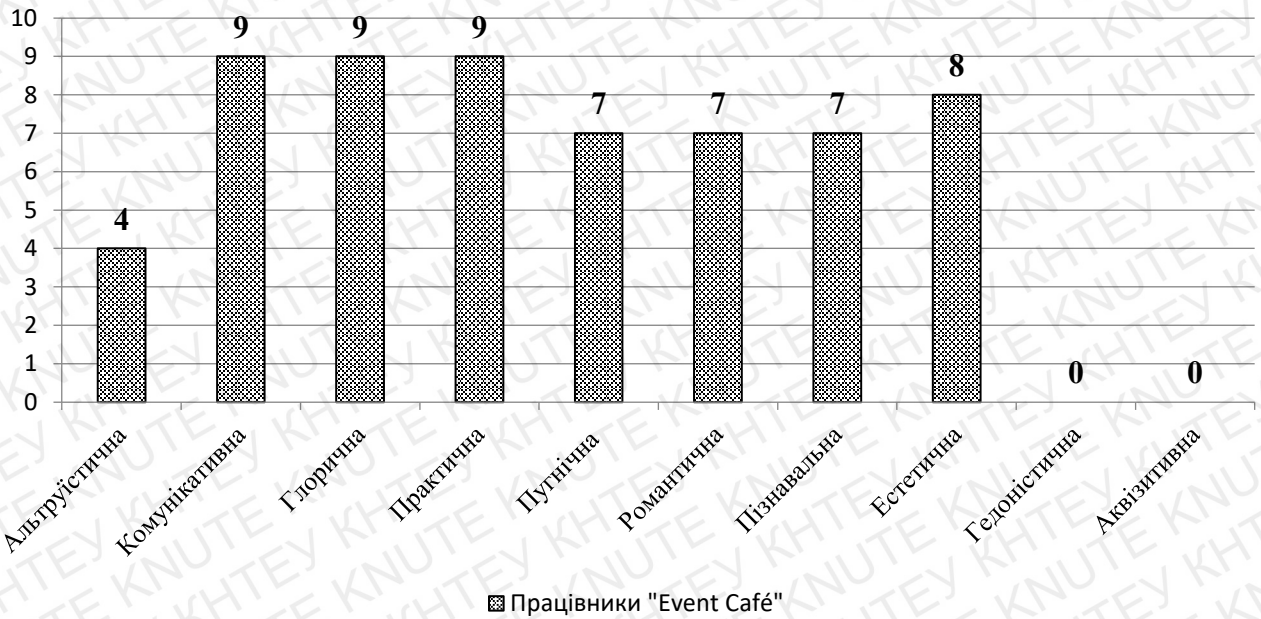


Рис. 3.5 Середнє значення показників емоційної спрямованості івент-менеджерів на прикладі «Event Café» [авторська розробка]

Аналіз даних відображених на рис. 3.5 показує, що на прикладі івент-менеджерів, у більшій мірі представлені комунікативні, глоричні, практичні та естетичні емоції, які є найважливішими у процесі роботи. Комунікативна сфера є дуже важливою на всіх етапах роботи: починаючи від визначення потреб клієнта та спрямованості заходу, укладення домовленостей з підрядниками, вирішенню конфліктних ситуацій до комунікацій після заходу отримання зворотного зв'язку після його проведення.

Глорична направленість емоцій пов'язана з потребою в самоствердженні, в славі. Типова для них емоційна ситуація – отримання похвали після ретельної, кропіткої роботи реальне або уявне «вінчання лаврами».

Практичні емоції виражають переживання щодо успішності їх діяльності чи неуспішності [19]. Це дуже важливо для івент-менеджерів, це виражає направленість, в першу, чергу на результат та якісне виконання роботи.

Щодо естетичних емоцій – в першу чергу це потреба перебувати в гармонії та всіляких видах направленості гармонізації мистецтва створення заходів [19], за які відповідає менеджер. У нашому випадку ця емоція у робочій діяльності досить важлива, адже при наявності такої емоції зростає унікальність заходу та впливає на кінцевий результат – задоволеність клієнтами проведення свята або заходу.

У меншій мірі, але представлені на рівні вище середнього пугнічна, романтична та пізнавальна емоційна направленість. Пугнічна емоційна направленість представлена потребою в подоланні загрози, на основі якої виникає інтерес до боротьби [19]. Слід відмітити, що важливість цієї направленості важко переоцінити, адже бажання йти напролом та бажання виражати свої вміння та навички у результаті роботи попри складнощі – одна з найголовніших функцій івент-менеджера, це головний маркер його успішності та унікальності.

Романтична та пізнавальна емоційна направленість не так важлива у роботі, але говорить про високий рівень емоційного інтелекту та загальнолюдської освіченості, що говорить про бажання дізнаватися про нове та пропускати їх через призму свого досвіду та світосприйняття.

Посереднім показником є емоційна направленість у альтруїстичній сфері. Це говорить про не високі переживання в проявленні допомоги та покровительстві іншим людям [19], що досить добре у професійній спрямованості.

Гедоністична емоційна спрямованість представлена на рівні нулю. Це означає, що люди перебувають не в комфорті, знаходяться в його пошуку, погано.

Аквізивна емоційна направленість показує інтерес до накопичення, що виходить за рамки практичної потреби в них [19]. У нас це нульове значення, але, в цілому, ця направленість не є важливою при виконанні роботи, тому розглядати детально ми її не будемо.

Отже, у більшій мірі представлені комунікативні, глоричні, практичні та естетичні емоції, які є найважливішими у процесі роботи. У меншій мірі, але представлені на рівні вище середнього пугнічна, романтична та пізнавальна емоційна направленість. Посереднім показником є емоційна направленість у альтруїстичній сфері. Гедоністична емоційна спрямованість представлена на рівні нулю. Аквізивна емоційна направленість показує негативне значення.

3.1.5. Результати емпіричного дослідження компонентів мотиваційної сфери працівників працівників «Event Cafe» за допомогою методики «Визначення рівня емоційного інтелекту» (Н. Холл)

Тест на емоційний інтелект (методика Н. Холла на емоційний інтелект, так званий EQ) показує, як ви використовуєте емоції в своєму житті, і враховує різні сторони емоційного інтелекту: ставлення до себе і до інших, здатності до спілкування; ставлення до життя і пошуки гармонії.

Коефіцієнт емоційності (Emotionality Quotient, EQ) - відносно недавно з'явився показник емоційної розвиненості людини, який використовується як альтернатива коефіцієнту інтелекту (IQ), точніше, як доповнення до останнього, так як ці два показники явно не пов'язані. На думку багатьох психологів, високий EQ в житті набагато важливіше високого IQ [23].

Емоційний інтелект – здатність ефективно розбиратися в емоційному аспекті життя людини: розпізнавати емоції і емоційний підтекст відносин, управляти своїми емоціями для вирішення завдань, пов'язаних з взаємовідносинами і поведінкою. Сприйняття інформації відбувається через сенсорні системи. При цьому спочатку діють ключові області мозку, а потім йдуть реакції вегетативної нервової, м'язової та інших систем. Взаємодія з інформацією, з самим собою і навколишнім світом будується в залежності від ступеня розвитку ключових драйверів емоційного інтелекту: усвідомленості, самооцінки, мотивації, адаптивності [23,1].

Автор методики виходив з визначення емоційного інтелекту як здатності до розуміння і управління емоціями, як своїми власними, так і чужими. Тут доречна аналогія з особистісними рисами, які можуть впливати на результати тестів загального інтелекту (наприклад, наполегливість, оптимізм), але тим не менш не входять в структуру інтелектуальних здібностей.

На рисунку 3.6 ми можемо бачити рівень емоційного інтелекту та його компонентів у працівників «Event Cafe».

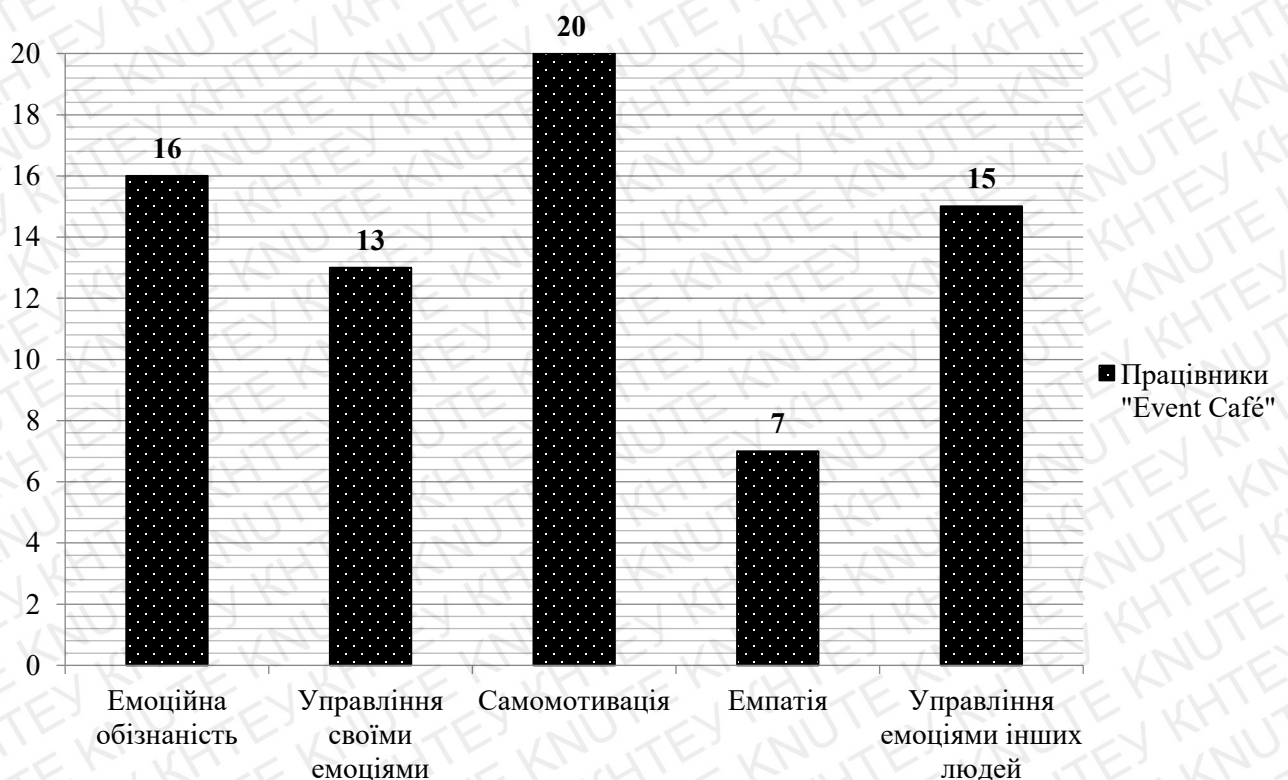


Рис. 3.6 – Середнє значення показників емоційного інтелекту івент-менеджерів на прикладі «Event Cafe» [авторська розробка]

З рис. 3.6 ми бачимо, що емоційна обізнаність, самотивація та управління емоціями інших знаходяться на високому рівні, згідно методології, а управління своїми емоціями та емпатія на середньому рівні.

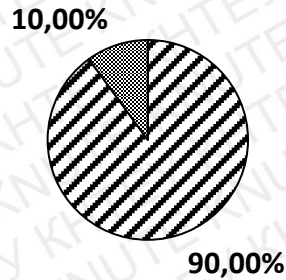


Рис. 3.7 – Відсотковий розподіл емоційної обізнаності [авторська розробка]

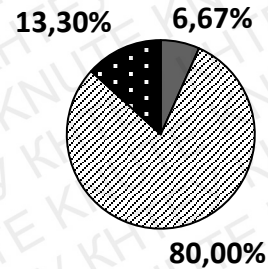


Рис. 3.8 – Відсотковий розподіл управління своїми емоціями [авторська розробка]

Висока емоційна обізнаність говорить нам про розуміння своїх емоцій, внутрішній стан та можуть сканувати стан інших людей, розуміти їх [1]. Для нашого івент-спрямування дані з рис. 3.1.6 ми бачимо, що більшість – 92,31% – і більший мірі розуміють свої емоційні мотиви, 7,69% знаходяться на середньому рівні розвитку, зо теж досить непогано. Людей, які б погано володіли емоційною обізнаністю немає.

Щодо показника «управління своїми емоціями» ситуація дещо інша. Високий рівень мають лише 7,69%, середній же рівень мають 76,92%, а низький 15,38%, що говорить про недостатню емоційну відхідливість, потрібно покращувати емоційну гнучкість, тобто – недостатнє вміння управляти своїми емоціями.

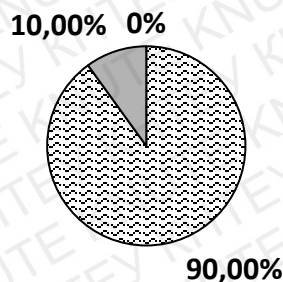


Рис. 3.9 Відсотковий розподіл самомотивації [авторська розробка]

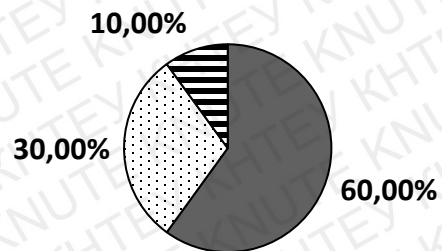


Рис. 3.10 Відсотковий розподіл рівня емпатії [авторська розробка]

Показник «самотивація» знаходиться на високому рівні – тобто високий рівень управління своєю поведінкою за рахунок управління емоціями.

Емпатія, тобто розуміння емоцій інших та вміння хвилюватися за інших показує середній рівень розвитку, більшість – 61,54% працівників мають високий рівень (30,77%), а 7,69% мають низький рівень, тобто досить погано вміють співчувати та показувати підтримку.



Рис. 3.11 Відсотковий розподіл управління емоціями інших людей [авторська розробка]

Управління емоціями інших людей знаходиться на високому рівні, точно така ситуація, як з показником емоційної обізнаності – 76,92% - високий рівень та 23,09% - середній рівень.

Отже, в цілому, отримані результати знаходяться на високому рівні, інтегративний показник становить 71 бал, що за методологією відповідає високому результату.

3.1.6 Результати емпіричного дослідження компонентів мотиваційної сфери працівників працівників «Event Safe» за допомогою методики мотивів вибору професії методикою «Мотиви вибору професії» (за В. Семиченко).

Для вибору професії важливу роль відіграє мотивація зробленого вибору, тобто, те, що спонукає тебе до дії. Визначити, що ж є мотивуючим чинником не так просто, як може здаватись на початку. Визначення мотивації – один з найважливіших етапів вибору професії, оскільки саме внутрішні мотиви задають напрям вибору і визначають його стратегію. Найчастіше домінуючим мотиваційним чинником є рівень зарплати (а точніше – доходів). Проте інші важливі чинники, такі як цікава робота, хороший колектив, зручне місце розташування, наявність інших додаткових переваг (службовий автомобіль, мобільний телефон і тощо) не менш важливі. Тому потрібно визначити, які домінуючі мотиви керують людиною при виборі професії, для цього потрібно виконати методика мотивів вибору професій [10].

На рисунку 3.12 ми можемо бачити мотивів вибору професії у працівників «Event Café».

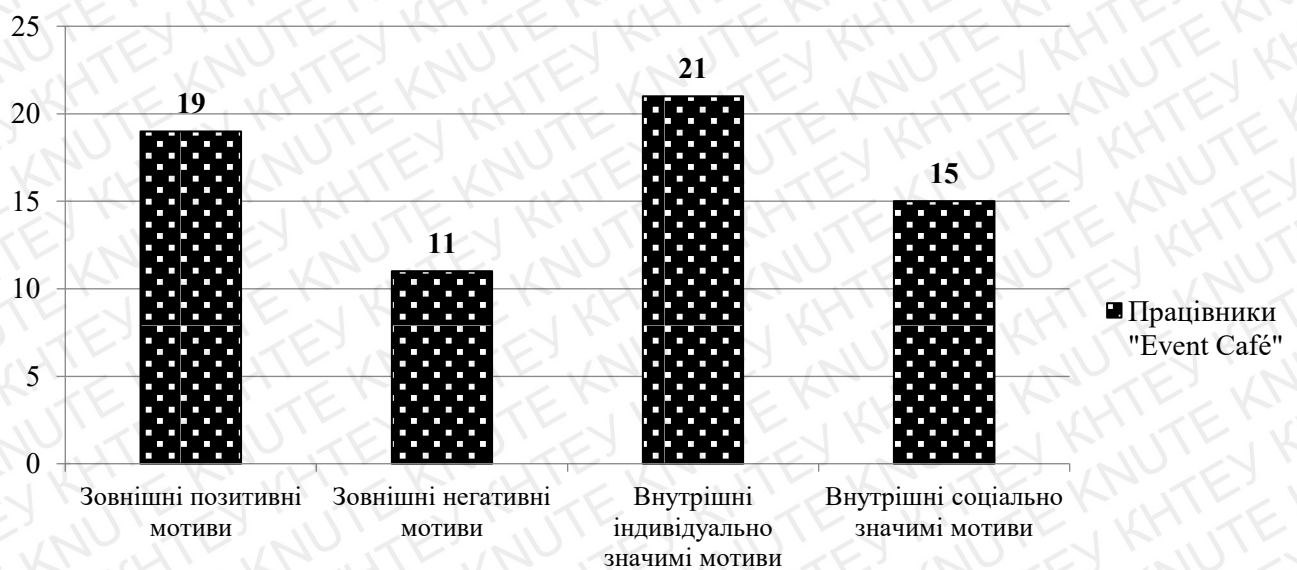


Рис. 3.12 – Розподіл мотивів вибору професії «Event Café» [авторська розробка]

Як ми бачимо на рис 3.12. – переважають внутрішні індивідуально значимі мотиви з показником (21 бал), на другому місці у нас зовнішні позитивні мотиви (19 балів), на третьому – внутрішні соціально значимі

мотиви (15 балів) і найменш значимим фактором є зовнішні негативні фактори (11балів). Слід відмітити, що згідно методології це є досить гарним розподілом.

Внутрішні індивідуально значимі мотиви виражають задоволення вибором професії згідно відповідності потребам, мріям, бажанням працівника та у нашій ситуації є позитивним явищем, адже працівники так виражають себе, та на нашу думку, є вищим проявом професії для людини [10].

Зовнішня мотивація наших працівників знаходиться у межах гарного заробітку, кар'єрного росту, заходів, заради яких людина вважає за необхідне виражати свою професійну діяльність [10].

Зовнішні негативні мотиви виражають вплив на працівника шляхом тиску, потенціальних насильних впливів на людину, це може також включати страх та осуд, прагнення уникнути покарань та неприємностей [10]. Досить позитивним явищем є те, що на досліджуваному підприємстві ця група мотивів є не домінантною, більш того, на останньому місці.

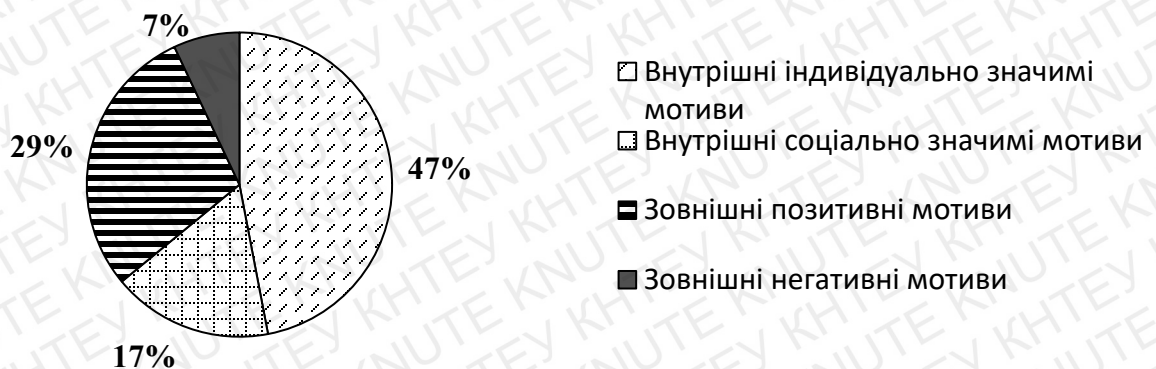


Рис. 3.13 – Відсотковий розподіл мотивів вибору професії «Event Cafe»
[авторська розробка]

Отже, як ми бачимо у відсотковому розподілі з рисунку 3.13 підтверджують інформацію на рис. 3.12.

3.2 Методичні рекомендації щодо покращення ситуації мотиваційної сфери

В результаті проведеного аналізу мотивації працівників «Event Cafe» було виявлено, що для більш ефективного функціонування малого підприємства необхідно здійснення ряду заходів, спрямованих на вдосконалення існуючої системи мотивації.

Для більш ефективного вдосконалення існуючої системи мотивації необхідно максимально використовувати наявні в організації позитивні моменти і намагатися найбільш оперативно усунути фактори, що викликають несприятливі для співробітників і компанії в цілому наслідки. Проаналізувавши мотиваційну сферу за допомогою ряду методик, ми визначили основні проблеми у функціонуванні працівників підприємства.

По-перше, комунікативні навички за методикою «Діагностика комунікативних і організаторських здібностей («КОС-2») (В. Синявський, Б. Федоришин) показала дещо посередній результат, що є негативним для професії івент-менеджера.

По-друге, вираження пугнічної емоційної спрямованості, за допомогою методики «Діагностика емоційної спрямованості особистості» (Б.І. Додонова), була б доцільною для діагностики вирішення конфліктних ситуацій та прагнення до успіху. Також пізнавальна емоційна спрямованість є дещо низькою для такої професії, тому ми виносимо це як проблематику.

По-третє, було виявлена досить посередні навички в управлінні своїми емоціями за допомогою методики «Визначення рівня емоційного інтелекту» (Н. Холл).

Отже, виходячи з наступної проблематики ми формуємо набір методичних рекомендацій та тренінгових вправ для покращення цих показників, система цих методичних рекомендацій представлена на рисунку 3.14 для розвитку комунікативних навичок персоналу.



Рис. 3.14 – Методичні рекомендації для розвитку комунікативних навичок персоналу [авторська розробка]

Ми пропонуємо розвиток комунікативних навичок за допомогою двох методів, зазначених на рис. 3.14.

1. Проведення тренінгів. Ми пропонуємо залучати спеціалістів, ораторів та майстрів з цієї справи для проведення тренінгів. В нашому офісі є конференц-зала для проведення нарад, можна обладнати її під проведення інтерактивних заходів.

2. Участь у розборі проблемних кейсів. Ми пропонуємо влаштовувати спільні наради, в яких будуть брати участь всі працівники, розбирати кейси за місяць та влаштовувати певні брейншторми, в яких будуть запропоновані потенціальні методи вирішення поставлених ситуацій.

Участь у розборі проблемних кейсів

Ціль: в цьому типі вправ потрібно відпрацювати комунікативні навички працівників, вміння знаходити аргументи, щоб відстояти свою позицію.

Час потрібний: до 90 хвилин.

Розмір групи: 27 чоловік.

Опис: група ділиться на 3-4 команди, керівник пропонує кейс, що був заздалегідь вибраний, пропонує ознайомитися з його суттю та запропонувати вирішення даної ситуації за допомогою **алгоритму:**

1. Що спровокувало проблематику кейсу?

2. Які дії були некоректні?
3. Запропонувати шляхи вирішення ситуації та обґрунтувати їх.

Групам дається по 10-15 хвилин для обговорення кейсу, далі команда повинна презентувати свій варіант кейсу. Після цього інші команди виражають свою думку для покращення або внесення корективів у відповідь.

Також, потрібно налаштувати комунікацію неконкурентного середовища, тобто переможців не повинно бути та головною метою повинно залишатися пропозиції з коректування комунікативних навичок.

Наступним кроком буде проектування програми для розвитку пугнічної та пізнавальної емоційної спрямованості, представлена на рис. 3.15.

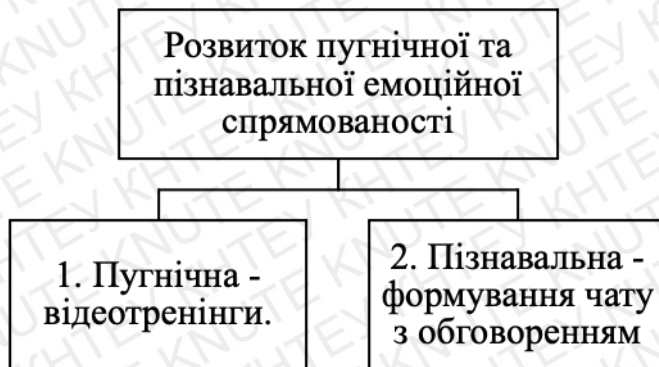


Рис. 3.15 – Методичні рекомендації для розвитку пугнічної та пізнавальної емоційної спрямованості персоналу [авторська розробка]

1. Емоційний спектр пугнічних переживань працівників реалізується в наступних емоціях: жага гострих відчуттів; захват небезпекою, ризиком; почуття спортивного азарту; рішучість, спортивна злість; почуття сильного вольового і емоційного напруження, граничної мобілізації своїх фізичних і розумових здібностей. Реалізація внутрішнього плану професійного розвитку неможливо без пугнічних переживань - емоцій боротьби. Тому ми пропонуємо відеотренінг. Ми вважаємо, що відеотренінг є більш ефективним, адже створює атмосферу участі та співпереживання з героями відео та створює атмосферу вільної комунікації, оцінки медійної інформації.

Схема проведення тренінгу:

1 етап: створення чату у соціальній мережі для комунікації та обговорення відео;

2 етап: вибір потрібного відеоматеріалу, в якому головною ідеєю є жага до подолання перешкод та бажання змінити життя на краще;

3 етап: загальне обговорення відеоматеріалу та формування питань;

4 етап: рефлексія методики;

5 етап: повторне проведення методики «Діагностика емоційної спрямованості особистості» (Б.І. Додонова) та співвідношення попередніх результатів до теперішніх.

2. Щодо пізнавального емоційного спрямування – доцільним є використання чату в соціальній мережі для обговорення та зацікавленості співробітників у сучасних тенденціях та новинок у сфері івент-заходів. Пропонуємо також 1 раз на 2 тижні розбирати цікаві кейси підприємств-конкурентів для розвитку професіонального бачення. Також ми пропонуємо додаткову фінансову мотивацію за кращі ідеї. Етапи:

1 етап: наповнення чату цікавими кейсами HR-менеджером та їх розподіл;

2 етап: обговорення учасниками існуючого матеріалу;

3 етап: пропозиції щодо вдосконалення кейсів;

4 етап: фінансова мотивація за кращі пропозиції.

Наступним кроком буде проектування програми для розвитку управління емоціями персоналу, рис. 3.16.

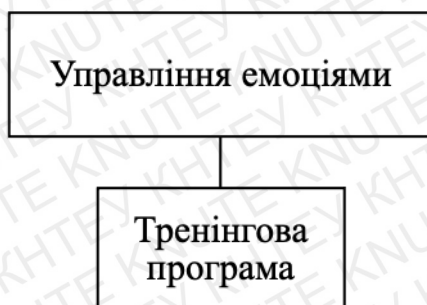


Рис. 3.16 – Методичні рекомендації для розвитку управління емоціями персоналу[авторська розробка]

В проблемі управління своїми емоціями ми пропонуємо провести тренінг.

Тренінгова програма в управлінні емоціями

Мета тренінгу: Допомога в розумінні та управлінні своїми почуттями і отриманні нового позитивного досвіду поведінки.

Форма роботи: міні-лекція, групова дискусія, індивідуальні та групові завдання і вправи.

Час: 60 хвилин.

Розмір групи: 27 чоловік.

Опис: Тренінг розрахований на широке коло слухачів і рекомендований працівникам, які хочуть краще зрозуміти природу своїх емоційних станів і бажають навчитися управляти ними. У нашому випадку, посереднє значення показника управлінні емоціями – означає обов'язкову присутність усіх працівників. Лекція буде включати в себе розгляд теоретичних аспектів поведінки, огляд психотипів людей та їх реакцій. Практична частина буде включати в себе 3 тренінгові вправи:

Техніка "Якоріння".

Сенс цієї техніки полягає в тому, що в процесі простих, але регулярно виконуваних дій людина викликає певний емоційний стан і закріплює (виробляє якоріння) його за допомогою так званого ритуального дії.

Таким чином, потрібно викликати бажаний стан, звернувшись до пам'яті людини. Уявляти його у всіх деталях, візуалізувати, відчувати його, намагаючись досягти пікової точки. У момент досягнення пікової точки робити заздалегідь придуману дію.

Техніка м'язової розрядки.

Дана техніка допомагає позбутися напруги і пов'язаних з нею емоцій. Застосовувати її дуже просто: як тільки ви відчули, що вами починають опановувати негативні емоції, з якими ви не можете впоратися, потрібно швидко і різко напружити всі м'язи тіла і пробути в такому стані до тих пір,

поки не відчуєте, що сил перебувати в напрузі більше немає. Після цього м'язи почнуть розслабитися мимовільно і разом з цим почне йти напруга.

Техніка виявлення бар'єрів.

У багатьох випадках змінити емоції людині заважають певні бар'єри. Вони можуть бути пов'язані зі звичним способом дій, потуранням своїм слабкостям і тощо. Дана техніка допомагає виявити ці бар'єри, зробити їх оцінку і зробити висновки, які дозволять вплинути на свій емоційний стан.

Отже, ми розробили заходи для розвитку так званих «проблемних зон» працівників, які включають в себе такі методи як: тренінгова програма, проведення тренінгів, участь у обговоренні проблемних кейсів, відеотренінг, та поетапний розбір кейсів конкурентів.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

В процесі дослідження проблеми мотивації працівників підприємства «Event Cafe» було досліджено мотиваційну сферу особистості. Предметом дослідження були детермінанти формування мотиваційної сфери організації працівників на прикладі підприємства «Event Cafe» відповідно до мети.

1. За результатами порівняльного аналізу наукових теорій вивчення особливостей працівників було визначено та встановлено:

- проблема емоційної готовності, що активно досліджувалася в сер. 20 ст – на початку 21 ст. змінювалися акценти до мотивації;
- мотиваційна складова відіграє одну з пріоритетних ролей в формуванні успішних, як індивідуальних, так і колективних результатів;
- вивчення особливостей дало можливість сформулювати компоненти емоційної спрямованості та сформулювати інструментарій дослідження.

2. Було визначено, що до складу мотиваційної сфери входить 4 компоненти: мотиваційний, комунікативний, емоційно-вольовий та типологічний. Це обумовлено діяльністю івент-менеджера, який повинен у процесі своєї діяльності спілкуватися з клієнтами, визначати цілі заходів, аудиторію, бюджет та отримувати повну картину очікувань замовників. Далі, за допомогою мозкового штурму знайти ідеальний концепт заходу. В цілому, вміти творчо мислити, завжди мати в голові ідеї, для так званого «плану «Б».

Вся вищеперерахована діяльність обумовила вибір досліджуваних компонентів мотиваційної сфери.

3. Сформулювали і обґрунтували методичний інструментарій проведення емпіричного дослідження. До його складу сходять 6 методик вивчення кожного компонента: мотиваційний компонент досліджено за допомогою двох методик: методики К. Замфіра (за модифікацією А. Реана) та «Методики діагностики особистості на мотивацію до успіху Т. Елерса» . Комунікативна сфера обґрунтована за методикою «Діагностикою

комунікативних і організаторських здібностей» (В. Синявський, Б. Федоришин). Емоційно-вольову сферу вивчено за допомогою методики «Діагностика емоційної спрямованості особистості» (Б. Додонова) та «Визначення рівня емоційного інтелекту» (Н. Холл) та професійні якості менеджерів івент-агенст визначили за методикою «Мотиви вибору професії» (за В. Семиченко). Після проведення кожної з методик було визначено проблемні моменти у працівників «Event Cafe», а саме, недостатня розвиненість комунікативних навичок персоналу; посередня розвиненість пугнічної та пізнавальної емоційної спрямованості працівників та недостатнє вміння управляти емоціями.

4. Запропонували тренінгову програму, яка дозволить покращити мотивацію та зробити висновки. Отже, ми розробили заходи для розвитку так званих «проблемних зон» працівників, які включають в себе такі методи як: тренінгова програма, проведення тренінгів, участь у обговоренні проблемних кейсів, відеотренінг, та поетапний розбір кейсів конкурентів. Для розвитку комунікативної сфери було запропоновано проведення тренінгів 1 раз на місяць та обговорення проблемних кейсів. Посередня розвиненість пугнічної та пізнавальної емоційної спрямованості працівників буде підвищена шляхом відеотренінгової системи та участі в дискусіях на створеному ресурсі нових ідей та тенденцій. Управління емоційною спрямованістю буде підвищено за допомогою тренінгової програми, яка включає в себе комплекс практичних вправ.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дерев'янку С. Методичні засоби діагностики емоційного інтелекту / С. Дерев'янку. – 2015. – С. 5.
2. Електронна енциклопедія [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/5980/3/O_Serhieienkova_IL.pdf. (Дата звернення: 26.09.2020)
3. Збірник методик для діагностики психологічної готовності військовослужбовців військової служби за контрактом до діяльності у складі миротворчих підрозділів / Кокун О.М., Пішко І.О., Лозінська Н.С, Копаниця О.В.. – Київ: Міністерство оборони України, 2011. – 281 с.
4. Карамушка, Л. М., Москальов, М. В. Психологія підготовки майбутніх менеджерів до управління змінами в організації: монографія / Л. М. Карамушка, М. В. Москальов. – К. – Львів : Сполом, 2011. – 216 с.
5. Кокун О.М., Пішко І.О., Лозінська Н.С., Копаниця О.В., Герасименко М.В., Ткаченко В.В. Збірник методик діагностики лідерських якостей курсантського, сержантського та офіцерського складу: Методичний посібник. – К.: НДЦ ГП ЗСУ, 2012. – 433 с.
6. Кондаков, І. М. Методика для вивчення мотиваційних особливостей школярів / Кондаков, І. М.. // Журнал прикладної психології. – 1998. – №4. – С. 99–113.
7. Корольчук, М. С. Теорія і практика професійного відбору / М. С. Корольчук, В. М. Крайнюк. – К. : Ніка-Центр, 2006. – 536 с. 65.
8. Мосол Н.О. Мотиви вибору професії психолога / Н.О. Мосол // Вісник ХНПУ ім. Г.С. Сковороди. Серія “Психологія”. – Харків, 2008. Випуск 26. – С. 61-69.
9. Райгородский, Д. Я. Практична психодіагностика. методики і тести: навч. посібник / Д. Я. Райгородский. - Самара: ВД «БАХРАХ», 2002. - 667 с.

10. Семиченко В.А. Проблемы мотивации поведения та діяльності людини: / В.А.Семіченко - К.: Міленіум, 2004. - С. 38-39.
11. Толков О.С. Психологічні аспекти емоційної спрямованості студентів ВНЗ / О.С. Толков. – 2014. – С. 10.
12. Шевенко А. М. Методичне забезпечення відбору учнівської молоді до вищих навчальних закладів педагогічного профілю / Метод. реком. – К., 2016. – 157 с.
13. Бандура А. Теория социального научения / А. Бандура. – СПб.: Евразия, 2000. - 320 с.
14. Блинов А.О., Василевская О.В. Искусство управления персоналом: Учебное пособие для экономических колледжей и вузов. – М.: ГЕЛАН, 2001, - 411 с.
15. Додонов Е.И. Эмоция как ценность. – М., Политиздат, 1978. – 272 с.
16. Левин К., Бандура А. Гештальт-психология и социально-когнитивная теория личности / К. Левин и А. Бандура. — СПб.: Прайм-Еврознак, 2007. — 125 с.
17. Леонтьев, В.Г. Психологические механизмы мотивации учебной деятельности / В.Г. Леонтьев. Новосибирск: Изд-во НГПИ, 1987. - 92 с.
18. Маслоу А. Мотивация и личность. - СПб.: Питер, 2002. – 352 с.
19. Маслоу А. Маслоу о менеджменте. Самоактуализация. Просвещенный менеджмент. Организационная теория. / Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2003. – 413с.
20. Максименко Т.М. Целевой должностной профиль как инструмент адаптации управленческого персонала к результирующей деятельности в рыночной среде // Теоретико-методологические проблемы совершенствования психологической подготовки менеджеров: Сб. науч. тр. / Прил. к журн. "Персонал". – 2000. - №3(8). – С. 166-168
21. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. а англ. – М.: "Дело", 1992. – 702 с.

22. Моисеев, А. А. Особенности мотивации профессиональной деятельности сотрудников в системе «человек-человек»: сущность и структура / Моисеев, А. А. // Буки-Веди. – 2015. – С. 3–6. 9. Мотивация и оценка персонала : учеб. пособие / Г. А. Дмитренко, Е. А. Шарпатова, Т. М. Максименко. – К. : МАУП, 2002. – 248 с.
23. Робертс, Р. Д. Эмоциональный интеллект: проблемы теории, измерения и практического применения. / Робертс, Р. Д. // Высшая школа экономики. – 2004. – №1. – С. 3–24.
24. Роджерс К. Становление личности. Взгляд на психотерапию / Карл Р. Роджерс. – М. : Изд-во «Эксмо–Пресс», 2001. – 416 с.
25. Форд Г. Моя жизнь, мои достижения / Форд Г., Изд-во: АСТ, 2015. – 256 с.
26. Adams J. S. Towards An Understanding of Inequality / J. S. Adams // Journal of Abnormal and Normal Social Psychology. – 1963. №67. – p. 422- 436.
27. Mayo E. Hawthorne and the Western Electric Company, The Social Problems of an Industrial Civilisation / Elton Mayo. – 1949 – p.418.

ДОДАТКИ

Додаток А

МЕТОДИКА «МОТИВАЦІЯ ДО УСПІХУ» (Т. ЕЛЕРСА)

Методика оцінює силу прагнення до досягнення мети, до успіху.

Інструкція. Пропонується ряд тверджень. При згоді з твердженням поруч з його цифровим позначенням ставте на бланку для відповіді знак «+» («так»), при незгоді - знак «-» («ні»).

Текст опитувальника

1. Коли є вибір між двома варіантами, його краще зробити швидше, ніж відкласти на деякий час.
2. Я легко дратуюся, коли помічаю, що не можу на 100% виконати завдання.
3. Коли я працюю, це виглядає так, ніби я все ставлю на карту.
4. Коли виникає проблемна ситуація, я найчастіше приймаю рішення одним з останніх.
5. Коли в мене два дні поспіль немає діла, я втрачаю спокій.
6. У деякі дні мої успіхи нижче середніх.
7. По відношенню до себе я більш строгий, ніж по відношенню до інших.
8. Я більш доброзичливий, ніж інші.
9. Коли я відмовляюся від важкого завдання, то потім суворо засуджую себе, бо знаю, що в ньому я домігся б успіху.
10. У процесі роботи я потребує невеликих пауз для відпочинку.
11. Старанність - це не основна моя риса.
12. Мої досягнення в праці не завжди однакові.
13. Мене більше приваблює інша робота, ніж та, якою я зайнятий.
14. Осуд стимулює мене сильніше, ніж похвала.
15. Я знаю, що мої колеги вважають мене діловою людиною.
16. Перешкоди роблять мої рішення більш твердими.
17. У мене легко викликати честолюбство.

18. Зазвичай помітно, коли я працюю без натхнення.
19. При виконанні роботи я не розраховую на допомогу інших.
20. Іноді я відкладаю те, що повинен був зробити зараз.
21. Треба покладатися тільки на самого себе.
22. У житті мало речей, важливіших, ніж гроші.
23. Завжди, коли мені треба буде виконати важливе завдання, я ні про що інше не думаю.
24. Я менш честолюбний, ніж багато інших.
25. У кінці відпустки я зазвичай радію, що скоро вийду на роботу.
26. Коли я розташований до роботи, я роблю її краще і кваліфікованішими, ніж інші.
27. Мені простіше і легше спілкуватися з людьми, які можуть завзято працювати.
28. Коли у мене немає справ, я відчуваю, що мені не по собі.
29. Мені доводиться виконувати відповідальну роботу частіше, ніж іншим.
30. Коли мені доводиться приймати рішення, я намагаюся робити це якомога краще.
31. Мої друзі іноді вважають мене ледачим.
32. Мої успіхи в якійсь мірі залежать від моїх колег.
33. Безглуздо протидіяти волі керівника.
34. Іноді не знаєш, яку роботу доведеться виконувати.
35. Коли щось не ладиться, я нетерплячий.
36. Я зазвичай звертаю мало уваги на свої досягнення.
37. Коли я працюю разом з іншими, моя робота дає великі результати, ніж робота інших.
38. Багато чого, за що я беруся, я не доводжу до кінця.
39. Я заздрю людям, які не завантажені роботою.
40. Я не заздрю тим, хто прагне до влади і положенню.
41. Коли я впевнений, що стою на правильному шляху, для доведення своєї правоти я можу піти й на крайні заходи.

Обробка результатів. По 1 балу проставляється за відповідь «так» за наступними пунктами опитувальника: 2-5, 7-10, 14-17, 21, 22, 25-30, 32, 37, 41; «Ні»: 6, 13, 18, 20, 24, 31, 36, 38 і 39. Відповіді по пунктах 1, 11, 12, 19, 23, 33-35 і 40 не враховуються. Підраховується загальна сума балів.

Отримані оцінки слід підсумувати. Кількісні результати по цій методиці означають:

1 – 10 балів: мотивація до успіху низька, особа не прагне досягти перемоги, не схильна докладати власних сил у працю, апатична, пасивно ставиться до життя.

11 – 16 балів: середня мотивація до успіху. При такій мотивації людина не боїться ризикувати, вона не є скованою у своїх діях, бо можлива невдача не надто хвилює її.

17 – 20 балів: висока мотивація до успіху. Такі особи здатні йти на середнього рівня ризик для досягнення бажаного, схильні орієнтуватися на власні сили, гнучко і наполегливо добиватися поставленої мети.

Вище від 21 балу: мотивація до успіху надто висока. Це може спричиняти надмірну самокритичність до власних можливостей. При цьому особа може зазнавати надмірного хвилювання та страху зазнати невдачі. Підсвідома зневіра у власні сили викликає в людини меншу готовність до ризику, особистісну скованість. У результаті при надмірній мотивації до успіху людина може втрачати віру в те, що вона доб'ється бажаного.

Висновки. Чим більша сума балів, тим більш виражена у обстеженого мотивація на досягнення успіху.

Додаток Б

ОПИТУВАЛЬНИК МОТИВАЦІЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

К. ЗАМФІРА У МОДИФІКАЦІЇ А. РЕАНА (адаптовано здобувачем)

Призначення методики: визначення рівнів сформованості таких параметрів професійної мотивації, як: внутрішня мотивація (ВМ), зовнішня позитивна мотивація (ЗПМ) і зовнішня негативна мотивація (ЗНМ).

Опис методики: опитувальник складається з 7 мотивів, 2 з яких належать до ВМ, 3 — до ЗПМ та 2 — до ЗНМ. Респондент оцінює важливість кожного із мотивів за 4-бальною шкалою.

Інструкція: Прочитайте нижче перераховані мотиви професійної діяльності та дайте оцінку зі значущості для Вас за 4-бальною шкалою.

Бланк опитувальника:

??	??	1 не важливо (1 бал)	2 не дуже важливо (2 бали)	3 скоріше важливо, ніж навпаки (3 бали)	4 дуже важливо (4 бали)
1	Матеріальна вигода				
2	Кар'єрний зріст				
3	Прагнення уникнути критики з боку керівника або колег				
4	Прагнення уникнути можливих покарань або неприємностей				
5	Прагнення до соціального престижу і поваги з боку інших				
6	Задоволення від самого процесу і результату роботи				
7	Можливість самореалізації в обраній професії				

Інтерпретація результатів: ВМ = (оцінка пункту 6 + оцінка пункту 7) / 2

ЗПМ = (оцінка п.1 + оцінка п.2 + оцінка п.5) / 3 ЗНМ = (оцінка п. 3 + оцінка п. 4) / 2

Показником вираженості кожного типу мотивації буде число в межах від 1 до 5 (в тому числі можливо і дробове). На підставі отриманих результатів визначається мотиваційний комплекс особистості, який являє собою тип співвідношення між собою трьох видів мотивації: внутрішньої мотивації (ВМ), зовнішньої позитивної (ЗПМ) та зовнішньої негативної (ЗНМ).

До оптимального мотиваційного комплексу слід відносити наступні два типи поєднання: $ВМ > ЗПМ > ЗНМ$ і $ВМ = ЗПМ > ЗНМ$.

Найгіршим мотиваційним комплексом є тип $ЗНМ > ЗПМ > ВМ$.

При інтерпретації слід враховувати не тільки тип мотиваційного комплексу, але і те, наскільки сильно один тип мотивації перевершує інший за ступенем вираженості.

Додаток В

«Діагностика комунікативних і організаторських здібностей

«КОС-2» (В. Синявський, Б. Федоришин)

Для оцінювання рівня розвитку комунікативних та організаторських здібностей користуються методикою «КОС-2» (Б. Федоришин). Вона допомагає виявити вміння чітко і швидко налагоджувати ділові та товариські контакти, бажання розширити їх, впливати на людей, проявляти ініціативу.

Інструкція. Перед вами 40 запитань, на кожне з яких треба дати відповідь «так» або «ні». Час виконання методики – 10–15 хвилин.

Текст опитувальника

1. Чи є у Вас потяг до спілкування і знайомства з різними людьми?
2. Чи подобається Вам займатися громадською роботою?
3. Чи довго турбує Вас почуття образи на своїх товаришів?
4. Чи завжди Вам важко орієнтуватися в критичній ситуації, що склалася?
5. Чи багато у Вас друзів, з якими постійно спілкуєтесь?
6. Чи часто вдається Вам схилити більшість своїх товаришів до прийняття ними Вашої думки?
7. Чи правда, що Вам приємніше і простіше проводити час за книгами або за яким-небудь іншим заняттям, ніж з людьми?
8. Якщо виникли певні перешкоди у здійсненні Ваших намірів, чи легко Вам від них відмовитися?
9. Чи легко Ви встановлюєте контакти з людьми, які значно старші за Вас?
10. Чи любите Ви придумувати й організовувати зі своїми товаришами різноманітні ігри та розваги?
11. Чи важко вам «включатися» в нові для Вас компанії (колективи)?
12. Чи часто Ви відкладаєте на інші дні справи, які слід було б виконати сьогодні?

13. Чи легко Вам вдається встановлювати контакти і спілкуватися з незнайомими людьми?
14. Чи прагнете Ви, щоб Ваші товариші діяли відповідно до Вашої думки?
15. Чи важко Вам освоюватися в новому колективі?
16. Правда, що у Вас не буває конфліктів з товаришами через невиконання ними своїх обіцянок, зобов'язань, обов'язків?
17. Чи прагнете Ви, якщо обставини сприяють цьому, познайомитися і поспілкуватися з незнайомою людиною?
18. Чи часто Ви у вирішенні важливих справ берете ініціативу на себе?
19. Чи дратують Вас оточуючі, чи виникає у Вас бажання бути наодинці?
20. Чи правда, що Ви, як правило, погано орієнтуєтесь в незнайомій для Вас ситуації?
21. Чи подобається Вам постійно бути серед людей?
22. Чи виникає у Вас відчуття дискомфорту, якщо Вам не вдається завершити розпочату справу?
23. Чи важко Вам проявити ініціативу, щоб познайомитися з іншою людиною?
24. Чи правда, що Ви втомлюєтесь від постійного спілкування з друзями?
25. Чи подобається Вам брати участь у колективних іграх?
26. Чи часто Ви проявляєте ініціативу під час вирішення проблем, які торкаються інтересів Ваших друзів?
27. Чи правда, що Ви почуваете себе невпевнено серед незнайомих людей?
28. Чи правда, що Ви прагнете того, щоб довести правильність своїх дій?
29. Чи вважаєте, що Вам неважко внести пожвавлення в незнайоме товариство?
30. Чи брали Ви участь у громадському житті школи (підприємства)?
31. Чи прагнете Ви обмежити коло своїх знайомих?
32. Чи правда, що Ви не прагнете відстоювати свою думку або рішення, якщо його не відразу прийняли друзі?
33. Чи відчуваєте Ви себе комфортно в незнайомій компанії?

34. Чи охоче Ви організуєте вечірку для своїх друзів?
35. Чи правда, що Ви розгублені, коли треба говорити перед великою кількістю людей?
36. Чи часто Ви спізнюєтеся на ділові зустрічі, побачення?
37. У Вас багато друзів?
38. Чи часто Ви буваєте у центрі уваги своїх друзів?
39. Чи відчуваєте Ви дискомфорт під час спілкування з малознайомими людьми?
40. Чи правда, що Ви не дуже впевнено почуваете себе в оточенні великої групи своїх друзів?

Обробка результатів.

Комунікативні схильності: “+” – 1, 5, 9, 13, 17, 21, 25, 29, 33, 37; “-” – 3, 7, 11, 15, 19, 23, 27, 31, 35, 39.

Організаторські схильності: “+” – 2, 6, 10, 14, 20, 22, 26, 30, 34, 38; “-” – 4, 8, 12, 16, 20, 24, 28, 32, 36, 40.

Коефіцієнт комунікативних або організаторських схильностей K – це відношення кількості відповідей, що збігаються з ключем, до числа 20: $K = x/20$. Показники, отримані заданою методикою, можуть коливатися від 0 до 1. Показники, близькі до 1, свідчать про високий рівень комунікативних чи організаторських схильностей; близькі до 0 – про низький рівень.

Шкала оцінок комунікативних схильностей

Коефіцієнт K	0,10-0,45	0,10-0,45	0,10-0,45	0,10-0,45	0,10-0,45
Оцінка	1	2	3	4	5
Рівень	Низький	Нижче середнього	Середній	Високий	Дуже високий

Шкала оцінок організаторських схильностей

Коефіцієнт K	0,20-0,55	0,56-0,65	0,66-0,7	0,71-0,8	0,77-1
Оцінка	1	2	3	4	5
Рівень	Низький	Нижче середнього	Середній	Високий	Дуже високий

Додаток Г

Методика «Діагностика емоційної спрямованості особистості» (Б.І. Додонова)

Інструкція: Респондентам пропонується опитувальник з 50 суджень, які характеризують емоційні переживання особистості. Необхідно було зробити вибір відповіді відповідно до шкали.

Позначення балів:

«Безумовно, так» - а;

«Не знаю, важко сказати» - в;

«Безумовно, ні» - с.

№	Висловлювання	Ступінь згоди		
		«Безумовно, так» - а;	«Не знаю, важко сказати» - в;	«Безумовно, ні» - с.
1	Я часто турбуюся про близьких, друзів.			
2	Відчуваю потребу ділитися з іншими людьми своїми думками і переживаннями.			
3	Мені дуже приємно, коли на мене звертають увагу.			
4	Для мене завжди важливо домогтися успіху в роботі.			
5	Я люблю гострі відчуття.			
6	Я охоче побував би в якомусь новому, незвіданому місці.			
7	Відчуваю велику радість, самостійно вирішивши важку проблему.			
8	Люблю піднесене почуття, що виникає при сприйнятті віршів, музики і т.д.			
9	Краще прості радості (смачно поїсти, солодко поспати).			
10	Люблю займатися колекціонуванням.			
11	Хочу приносити людям радість і щастя.			
12	Для мене важливо схвалення оточуючих.			
13	Приємно відчувати почуття переваги над противником.			
14	Я захоплююся будь-якою роботою, яку виконую.			
15	Охоче йду на ризик.			
16	Іноді мені здається, що має відбутися щось незвичайне.			
17	Люблю розбиратися в причинах явищ, подій.			

18	Я можу прийти в захват від краси природи.			
19	Люблю стан спокою і свободи від обов'язків.			
20	Радію, коли поповнюю свою колекцію.			
21	Я завжди шкодую невдах.			
22	Я не зміг би (не змогла б) обійтися без друзів.			
23	Я піду на багато чого, щоб завоювати шану і повагу оточуючих.			
24	Присмно відчувати, що день пройшов марно.			
25	Я людина рішуча.			
26	Люблю все таємниче і незвичайне.			
27	Прагну приводити свої знання в систему.			
28	Твір мистецтва може зачепити мене до сліз.			
29	Люблю приємне, бездумне проведення часу, наприклад, вечірки.			
30	Люблю робити покупки.			
31	Радію, коли хто-небудь домагається успіху.			
32	Серед моїх родичів, знайомих, є люди, яких я обожаю.			
33	Я самолюбив (а).			
34	Я відчуваю радісне збудження, душевне піднесення, коли робота йде добре.			
35	Я люблю долати небезпеки.			
36	Іноді мене тягне мандрувати.			
37	Я люблю читати про наукові відкриття, пошуках і знахідках.			
38	Я відчуваю насолоду, слухаючи улюблену музику.			
39	Я схильний (схильна) до ліні.			
40	Люблю розглядати свої колекції.			
41	Я намагаюся допомагати людям.			
42	Я відчуваю велику вдячність до людей, які роблять мені добро.			
43	Мені завжди хочеться взяти реванш за невдачі.			
44	Азарт, спортивна злість, зазвичай покращує результати моєї діяльності.			
45	Азарт, спортивна злість, зазвичай покращує результати моєї діяльності.			
46	Я люблю помріяти.			
47	Найприємніше для мене переживання - радість відкриття істини, почуття близькості рішення.			
48	Я часто переживаю почуття піднесеності і відчуженості при зіткненні з прекрасним.			
49	Мені б хотілося жити безтурботно і спокійно.			
50	Я неохоче розлучаюся зі своїми речами.			

Ключі до методики діагностики емоційної спрямованості Б.І.

Додонова:

Альтруїстична - висловлювання № 1,11,21, 31, 41.

Комунікативна - 2, 12, 22, 32, 42.

Глорична - 3, 13, 23, 33, 43.

Практична - 4, 14, 24, 34, 44.

Пугнічна - 5, 15, 25, 35, 45.

Романтична - 6, 16, 26, 36, 46.

Гностична - 7, 17, 27, 37, 47.

Естетична - 8, 18, 28, 38, 48.

Гедоністична - 9, 19, 29, 39, 49.

Акзизитивна - 10, 20, 30, 40, 50.

Обробка:

«Безумовно, так" – 2 бали;

«Не знаю, важко сказати» - 1 бал;

«Безумовно, ні» - 0 балів.

Методичні вказівки по обробці результатів тестування.

Випробуваний відразу кодує свої відповіді по 2-бальною системою (позитивну відповідь – цифра 2 в реєстраційному бланку, відповідь («не знаю, важко сказати») - цифра 1, і негативну відповідь - цифра 0 у бланку. Для підрахунку балів по кожній емоційної спрямованості потрібно підрахувати суму чисел у віконцях кожного ключа.

Таким чином, максимальний бал по кожній емоційної спрямованості може дорівнювати 10 (5 питань максимально по 2 бали за кожен), а мінімальний - 0 балів.

Додаток Д

Методика «Визначення рівня емоційного інтелекту» (Н. Холл)

Інструкція: Нижче будуть запропоновані висловлювання, які, так чи інакше, відображають різні сторони Вашого життя. Будь ласка, відзначте зірочкою або будь-яким іншим знаком той стовпець з відповідним балом справа, який найбільше відображає ступінь Вашої згоди з висловлюванням.

Позначення балів:

Повністю не згоден (-3 бали).

В основному не згоден (-2 бали).

Частково не згоден (-1 бал).

Згоден (+1 бал).

В основному згоден (+2 бали).

Повністю згоден (+3 бали).

№	Висловлювання	Ступінь згоди					
		+3	+2	+1	-1	-2	-3
1	Для мене як негативні, так і позитивні емоції служать джерелом знання про те, як чинити в житті.						
2	Негативні емоції допомагають мені зрозуміти, що я повинен змінити в моєму житті.						
3	Я спокійний, коли відчуваю тиск з боку.						
4	Я здатний спостерігати зміну своїх почуттів.						
5	Коли необхідно, я можу бути спокійним і зосередженим, щоб діяти відповідно до запитів життя.						
6	Коли необхідно, я можу викликати у себе широкий спектр позитивних емоцій, такі, як веселощі, радість, внутрішній підйом і гумор.						
7	Я стежу за тим, як я себе почуваю.						
8	Після того як щось засмутило мене, я можу легко впоратися зі своїми почуттями.						

9	Я здатний вислуховувати проблеми інших людей.					
10	Я не зациклюююсь на негативних емоціях.					
11	Я чутливий до емоційних потреб інших.					
12	Я можу діяти заспокійливо на інших людей.					
13	Я можу змусити себе знову і знову встати перед обличчям перешкоди.					
14	Я намагаюся підходити творчо до життєвих проблем.					
15	Я адекватно реауюю на настрої, спонукання і бажання інших людей.					
16	Я можу легко входити в стан спокою, готовності і зосередженості.					
17	Коли дозволяє час, я звертаюся до своїх негативних почуттів і розбираюся, в чому проблема.					
18	Я здатний швидко заспокоїтися після несподіваного засмучення.					
19	Знання моїх справжніх почуттів важливо для підтримки «хорошої форми».					
20	Я добре розумію емоції інших людей, навіть якщо вони не виражені відкрито.					
21	Я добре можу розпізнавати емоції за виразом обличчя.					
22	Я можу легко відкинути негативні почуття, коли необхідно діяти.					
23	Я добре вловлюю знаки в спілкуванні, які вказують на те, в чому інші потребують.					
24	Люди вважають мене добрим знавцем переживань інших людей.					
25	Люди, які усвідомлюють свої справжні почуття, краще управляють своїм життям.					
26	Я здатний поліпшити настрої інших людей.					
27	Зі мною можна порадитися з питань відносин між людьми.					
28	Я добре налаштовуюся на емоції інших людей.					
29	Я допомагаю іншим використовувати їх спонукання для досягнення особистих цілей.					
30	Я можу легко відключитися від переживання неприємностей.					

Ключ:

Шкала «Емоційна обізнаність» - пункти 1, 2, 4, 17, 19, 25 .

Шкала «Управління своїми емоціями» - пункти 3, 7, 8, 10, 18, 30.

Шкала «Самотивація» - пункти 5, 6, 13, 14, 16, 22.

Шкала «Емпатія» - пункти 9, 11, 20, 21, 23, 28.

Шкала «Розпізнавання емоцій інших людей» - пункти 12, 15, 24, 26, 27, 29.

Рівні окремого емоційного інтелекту у відповідності зі знаком результатів: 14 і більше - високий; 8-13 - середній; 7 і менше - низький.

Інтегративний рівень емоційного інтелекту (сума парціальних) з урахуванням домінуючого знаку визначається за такими кількісними показниками: 70 і більше - високий; 40-69 - середній; 39 і менше - низький.

Додаток Е**Методика мотивів вибору професії «Мотиви вибору професії» (за В. Семиченко)****Інструкція.**

Нижче наведені твердження, які характеризують будь-яку професію. Прочитай твердження та оціни, якою мірою кожне із поданих нижче тверджень вплинуло на твій вибір професії, за наступною шкалою: “5” – дуже сильно вплинуло; “4” – сильно вплинуло; “3” – посередньо вплинуло, “2” – слабо вплинуло, “1” – ніяк не вплинуло.

Бланк тверджень

1. Вимагає спілкування з різними людьми.
2. Подобається батькам.
3. Передбачає високе почуття відповідальності.
4. Вимагає переїзду на нове місце проживання.
5. Відповідає моїм здібностям.
6. Дозволяє обмежитись набутою освітою.
7. Дає можливість приносити людям користь.
8. Сприяє розумовому та фізичному розвитку.
9. Є високооплачуваною.
10. Дозволяє працювати недалеко від дому.
11. Є престижною.
12. Дає можливість для зростання професійної майстерності.
13. Єдиний можливий варіант у обставинах, що склались.
14. Дозволяє реалізувати здібності до керівної роботи.
15. Є привабливою.
16. Є близькою до будь-якого предмету.
17. Дозволяє відразу отримати гарний результат праці для інших.
18. Її вибрали мої друзі.

19. Дозволяє використання професійних вмінь поза роботою.
20. Дає великі можливості для прояву творчості.

ОБРОБКА РЕЗУЛЬТАТІВ

Виявлення внутрішньо індивідуальних та соціально значимих та зовнішніх позитивних та негативних мотивів вибору професії проводиться за допомогою ключа до методики, у якому вказані номери тверджень. Для цього необхідно з бланку відповідей перенести у відповідні колонки бланку ключа всі бали.

Таким чином, ми визначаємо співпадіння тверджень опитаних відповідним мотивам праці. Далі необхідно підрахувати кількість балів у кожній із чотирьох колонок “Ключа” і записати їх суму в нижній горизонтальній графі. Максимальна сума балів вказує на переважаючу мотивацію.

Ключ до методики

	Внутрішні індивідуально значимі мотиви	Внутрішні соціально значимі мотиви	Внутрішні позитивні мотиви	Зовнішні негативні мотиви
№ питання	1	3	4	2
	5	7	9	6
	8	12	10	11
	15	14	16	13
	20	17	19	18