

последних семи дней ни разу не употребляли алкогольные напитки. У учащегося колледжа нет проблем в приобретении спиртных напитков. Обычно он потребляет их в гостях у друзей и знакомых либо дома. Современный учащийся колледжа никогда не испытывал сильного алкогольного опьянения и безразлично относится к факту потребления спиртных напитков сверстниками. Он считает, что иногда позволительно немного выпить либо лучше не пить совсем. Ему безразлично, употребляют ли алкоголь его сверстники. Что касается дальнейших намерений по поводу употребления спиртных напитков, то самого учащегося колледжа вполне устраивает его стиль употребления алкоголя.

Современный учащийся лицея считает, что лучше не пить совсем. Однако он иногда употребляет как слабые, так и крепкие алкогольные напитки, как правило, это происходит один раз в месяц или реже. Он уже пробовал пиво, джин-тоник, водку и крепленое вино. На момент проведения опроса 76 % респондентов в течение последних семи дней ни разу не употребляли алкогольные напитки.

Чаше всего употребление спиртных напитков происходит в гостях у друзей и знакомых. Типичный учащийся лицея никогда не испытывал сильного алкогольного опьянения и безразлично относится к факту потребления спиртных напитков сверстниками. Он считает, что лучше не пить совсем, и при этом не собирается в будущем употреблять спиртные напитки, а если и делать это, то иногда.

Типичный студент высшей школы иногда употребляет как слабые, так и крепкие алкогольные напитки, как правило, это происходит один раз в месяц или реже. Он уже пробовал пиво, джин-тоник, водку и крепленое вино. На момент проведения опроса 72 % респондентов в течение последних семи дней ни разу не употребляли алкогольные напитки. У студента нет проблем в приобретении спиртных напитков, он потребляет их в гостях у друзей и знакомых либо дома. Современный студент учреждения высшего образования никогда не испытывал сильного алкогольного опьянения. Он не осуждает либо безразлично относится к факту потребления спиртных напитков сверстниками. Он считает, что иногда позволительно немного выпить.

*М. А. Пономарева, канд. психол. наук, доцент
АУП РБ (Минск)*

ДИАГНОСТИКА МОТИВАЦИИ ПРИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ОТБОРЕ СОТРУДНИКОВ В ОРГАНИЗАЦИЮ В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

На современном этапе развития общества одним из важнейших аспектов, влияющих на эффективность работы персонала, является

мотивация. Она является основным средством обеспечения оптимального использования трудовых ресурсов, мобилизации имеющегося кадрового потенциала. Диагностику мотивации при профессиональном отборе позволит выявить специалистов, которые готовы и могут эффективно работать в современных экономических условиях.

С целью выявления особенностей мотивационно-потребностной сферы личности были использованы следующие методики: «Определение мотивации в работе» Ф. Герцберга, ориентационная анкета Б. Басса, методика исследования типа трудовой мотивации В. Герчикова. В качестве испытуемых выступили 65 сотрудников (38 женщин и 27 мужчин) государственных организаций в возрасте от 26 до 34 лет. Испытуемые имели стаж работы 4–8 лет.

Методика «Определение мотивации в работе» Ф. Герцберга выявляет мотивацию к труду по следующим направлениям: финансовые мотивы, признание и вознаграждение, ответственность, отношения с руководителем, продвижение, достижения, содержание работы, сотрудничество. Результаты проведенного эмпирического исследования свидетельствуют, что у 54 % сотрудников (35 человек) преобладают финансовые мотивы. Следовательно, для них наиболее значимым является вознаграждение, которое они получают за вложенный труд. У 31 % испытуемых (20 человек) доминирует мотив достижения. Для 15 % работников (10 человек) первостепенное значение имеют отношения с руководителем (для женщин больше, чем для мужчин). Выявленные результаты свидетельствуют, что такие мотивы, как сотрудничество и ответственность, оказались выраженными в незначительной степени, хотя они необходимы в профессиональной деятельности.

Для определения направленности личности использовалась ориентационная анкета Б. Басса. Методика выявляет три вида направленности: на себя (ориентация на прямое вознаграждение), на общение (стремление при любых условиях поддерживать отношения с людьми, ориентация на совместную деятельность, но часто в ущерб выполнению заданий) и на дело (заинтересованность в решении проблем, ориентация на сотрудничество). Результаты исследования позволили распределить сотрудников на три группы. В первую группу вошли 32 работника, ориентированных на себя ($M = 34$); во вторую — 17 человек, ориентированных на общение ($M = 25$); в третью — 16 сотрудников, направленных на дело ($M = 20$). Следовательно, у значительного количества сотрудников преобладают мотивы собственного благополучия, стремления к удовлетворению своих притязаний и амбиций. Такие работники чаще всего заняты собой и мало реагируют на потребности окружающих.

Методика исследования типа трудовой мотивации В. Герчикова позволяет выявить основной тип мотивации: люмпенизированный, инструментальный, профессиональный, патриотический или хозяйский. Среди испытуемых преобладает профессиональный (интересует содержание работы) и инструментальный (интересует цена труда) тип

мотивации. Зная преобладающий мотивационный тип испытуемого, можно оказать на него стимулирующее воздействие.

Таким образом, проведенное исследование позволяет констатировать, что у работников доминируют различные мотивы. В современных экономических условиях не всегда организация может создать условия для удовлетворения потребностей работника. Поэтому целесообразно на этапе профессионального отбора осуществлять диагностику мотивации. Это позволит выявить сотрудников с предпочтительным мотивационным профилем для конкретной организации, а в долгосрочной перспективе предупредит текучесть кадров и обеспечит высокую результативность деятельности.

Е. А. Куделевич

*И. И. Рифицкая, канд. психол. наук, доцент
БГЭУ (Минск)*

ПРОБЛЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ В ПЕРИОД ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА

В период экономического кризиса в организациях возникает проблема мотивации у сотрудников разной квалификации. Особо остро она проявляется у длительно работающего персонала. В связи с этим основная задача организации — удержать свои позиции на рынке и по возможности использовать текущую ситуацию для привлечения самых ценных специалистов, заявив о себе как о серьезном, конкурентоспособном предприятии.

Таким образом, в данных условиях в проблеме мотивации на первый план выходит стратегия по удержанию ключевых сотрудников и приобретению новых профессионалов.

В настоящее время известны следующие научные работы по теории мотивации: Ф. Герцберга, Д. Мак Клелланда, модель мотивации по В. Вруму, теория справедливости, модель Портера-Лоулера, Л. Выготского и его последователей. Несмотря на многообразие работ, можно выделить три типа методов мотивации: материальная, смешанная и нематериальная. При этом если наложить на каждую вышеуказанную типизацию методов мотивации пирамиду потребностей Маслоу, то появляется вполне конкретная система стимулов сотрудников. Это позволяет очень гибко подходить к построению паттернов мотивации сотрудников разной квалификации. Например, для профессионалов с большим опытом работы в некоторых случаях уже не работают методы материального стимулирования, так как происходит насыщение базовых потребностей, приходит усталость от длинных и шаблонных проектов. Для таких людей на первый план выходят профессиональ-