

мотивации могут применять метод похвалы и общественной оценки результатов творческой деятельности. Учитывая стремление подростков к идеалу, возможно использовать для формирования мотивации к творческой деятельности знакомства с сильными и волевыми, талантливыми и творческими людьми, педагогические беседы о таких личностях.

Вопрос о формировании мотивации к творческой деятельности у подростков остается открытым, так как многие аспекты его недостаточно изучены. На наш взгляд, следует продолжить работу в направлениях формирования мотивации у так называемых «трудных» подростков, которые не посещают объединения дополнительного образования и не проявляют мотивации к творчеству в школе. Также требует более детального рассмотрения вопрос связи мотивации к творчеству с профессиональной ориентацией подростка.

**Тимохова О.С., Павлова А.М.**  
**г. Екатеринбург, РГПШУ**

### **Мотивационные особенности менеджеров по продажам с различными уровнями развития приверженности организации**

В современных условиях нестабильной экономики, для предприятия актуальным становится вопрос разработки эффективной системы мотивации сотрудников и удержание их в организации, делая акцент не только на материальном стимулировании, но и развивая приверженность организации. Это позволит не только удержать ценных сотрудников в организации, но и привлечь новых специалистов, не прибегая к большим затратам.

Данной проблемой занимаются зарубежные исследователи: Ф. Герцберг, А. Маслоу, Д. Мак-Клелланд, К. Элиот, Портер-Лоулер, Г. Олдхэм, Р. Хакман, Ш. Ричи, П. Мартин, и другие. Отечественные исследователи: В. А. Иванников, Е. П. Ильин, Е. В. Сидоренко С. В. Каверин, В. А. Бодров, В. И. Ковалев.

В настоящее время, сотрудники компании являются полноправной группой влияния, такой же, как клиенты или акционеры и инвесторы. Высокая мотивация и приверженность персонала к организации являются столь же неотъемлемым результатом деятельности компании, как и произведенная ею продукция или заработанная прибыль.

По мнению большинства докладчиков, которые отображены в материалах V межрегиональной конференции по управлению персоналом г. Екатеринбурга, конкуренция между компаниями все в большей степени смещается на рынок труда, и только те компании, которые могут обеспечить свою привлекательность для потенциальных и реальных сотрудников имеют шансы быть успешными в долгосрочном периоде.

В зарубежной научной литературе ежегодно публикуются результаты нескольких десятков исследований, связанных со стабильностью и мотивацией персонала, однако данные результаты могут быть применены к российской действительности со значительной мерой осторожности - что связано с различием в уровне развития как экономики, так и трудового сознания.

В отечественной психологии вопросы состояния персонала хорошо изучены и концептуально проработаны, однако основывались в большей степени на организациях, работающих в рамках плановой экономики, в ситуации с одной стороны, отсутствия рынка труда, а с другой стороны обязательного трудоустройства. Необходимы новые исследования в современных условиях рынка труда.

По мнению М. И. Магура, внимание к проблеме трудовой мотивации и удержанию специалистов в организации никогда не ослабевало. Показателем роста значения проблемы мотивации персонала, является, в частности, высокий рост расходов, которые компании готовы нести, оплачивая услуги консультантов в сфере управления человеческими ресурсами. Компании стремятся усиливать и развивать свои нематериальные активы – в первую очередь это повышение потенциала человеческих ресурсов, которое реализуется в значительной степени именно через усиление мотивации персонала.

Трудовая мотивация – это побуждения к труду, определяющие отношение к труду и рабочее поведение работника. Потребности – это важнейшие предпосылки мотивации. В основе мотивации труда лежит не только наиболее значимые для работника потребности, но и то, в какой степени работник имеет возможность их удовлетворять, работая в данной компании, какие перспективы их удовлетворения он видит в будущем.

Е. П. Ильин определял мотивацию трудовой деятельности как весь комплекс факторов, направляющих и побуждающих трудовую деятельность человека. В качестве ключевого элемента мотивации в данном случае рассматривается соотношение между значимостью и удовлетворенностью потребностей сотрудника, связанных с трудовой деятельностью.

М. И. Магура выделяет три основных индикатора трудовой мотивации персонала. Это удовлетворенность своим трудом, заинтересованность в конечных результатах своего труда и приверженность своей организации. От того, насколько эти составляющие трудовой мотивации выражены у данного работника, зависит его отношение к профессиональному труду и его рабочее поведение.

Рассмотрим подробнее такой индикатор, как приверженность работников своей организации. Приверженность организации, по мнению И. М. Магура, не может рассматриваться только как своего рода привязанность к месту работы, когда человек долгие годы работает на одном месте. Это в первую очередь **готовность человека принять цели организации** и следовать им в своей работе, это **настрой на самоотдачу в труде и лояльное отношение к своей компании**. Сегодня именно приверженность персонала своей компании и то, какую долю в общей численности составляет приверженный персонал, рассматривается специалистами по кадровому менеджменту и представителями высшего руководства как основа конкурентоспособности и эффективности бизнеса. Производительность у людей, преданных и увлеченных своим делом, несравненно выше, чем у работников, которые плохо относятся к своей компании и задумываются о перемене места работы.

Цель исследования – факторы трудовой мотивации и приверженность организации менеджеров по продажам.

Объект исследования – трудовая мотивация и мотивационные особенности менеджеров по продажам.

Предмет исследования – взаимосвязь мотивационных факторов менеджеров по продажам с уровнями развития приверженности организации.

В ходе исследования была сформулирована гипотеза исследования:

Существует взаимосвязь между факторами, определяющими уровень трудовой мотивации и приверженностью организации у менеджеров по продажам.

Задачи:

1. Анализ, обобщение теоретических и практических работ, посвященных мотивации трудовой деятельности и организационной приверженности в отечественной и зарубежной психологии;

2. Организация исследования мотивационных особенностей и приверженности организации у менеджеров по продажам.

3. Обработка и анализ результатов исследования.

Для решения поставленных задач использовались следующие методы исследования:

1. Теоретические методы – анализ психологической литературы по исследуемой проблеме, обобщение отечественных и зарубежных исследований;

2. Эмпирические методы – тестирование;

3. Методы математической статистики для обработки и определения статистической достоверности полученных данных.

В качестве основных методик исследования использовались методика Ф. Герцберга «Мотивация к труду», методика для определения шести драйвов приверженности Е.В. Сидоренко на основе концепции Кристины Элиот.

Выборку исследования составили 50 менеджеров по продажам, 40 женщин, 10 мужчин, в возрасте от 20 до 38 лет.

**Туркова Ю.А.**

**г. Витебск, ВГУ им. П. М. Машерова**

### **К вопросу о способах психологической адаптации человека в условиях эксquisite ситуаций**

Жизнь и деятельность человека в условиях современного общества характеризуется усилением воздействия на него неблагоприятных экологических, профессиональных, социальных и других факторов, в результате которых возникает перенапряжение физических и психических функций человеческого организма. В связи с этим особенно актуальным становится исследование таких состояний, как эксquisite ситуации и связанные с ними процессы адаптации и совладения.

Эксquisite ситуации – ситуации, в которых противоречие внешнее или внутреннее в определенный момент развития предельно обострено и требует своего снятия. Психологическая характеристика таких ситуаций определяется сочетанием нарушенных полей адаптации (идентичности, временности, иерархичности, территориальности). Эксquisite ситуации дают возможность перестройки ранее сложившихся структур деятельности, общения, системы установок, отношений и выход в иное, более совершенное качество саморегуляции. [3].

Изучение копинг-стратегий как механизма преодоления эксquisite ситуаций представляет собой сложную теоретическую и эмпирическую проблему, несмотря на то, что данный вопрос находится в фокусе внимания значительного количества отечественных и зарубежных исследователей (В.А.Ташлыков, Р.К.Назыров, И.М.Никольская, П.Плутчик, Р.Лазарус, С.Фолкман, Дж.Адамс, С.К.Нартовой-Бочавер).

Общепринятое понятие «coping» включает в себя многообразные формы активности человека, оно охватывает все виды взаимодействия субъекта с задачами внешнего или внутреннего характера, с проблемами, которые надо решить, избежать, смягчить или взять под контроль. [2]. Цель совладения — такое приспособление к действительности, которое позволяет человеку удовлетворить свои жизненные потребности.

В исследованиях копинг-поведение нередко рассматривается как понятие близкое по своему содержанию к понятию «психологическая защита». Наиболее разработанной теорией психологической защиты является психоаналитическая концепция (З. Фрейд, А. Фрейд, Г. Харман), в которой психологическая защита