

- с англ. Под ред. Р.Б.Ноздревой. – М.: ЮНИТИ, 1998. – 787 с.
6. Маркетинг: энциклопедия / Под ред. М.Бейкера. – СПб.: Питер, 2002. – 1200с.
 7. Новаторов Э. Основы и специфика маркетинговых коммуникаций в сфере услуг // Маркетинг и маркетинговые исследования в России – 2001. – №6 (37). – С.43.
 8. Палий В.Ф. Еще раз про маркетинг-микс, или не оставить ли наконец в покое концепцию «4Р»? // Бухгалтерский учет. – 2004.
 9. Исследование курортного рынка. – Симферополь: Центр маркетинговых исследований, 2003. – 56 с.
 - 10.

Соколов Г.

ПРОБЛЕМА АДЕКВАТНОГО ПРИМЕНЕНИЯ КАТЕГОРИИ “МОТИВАЦИЯ” В ПРАКТИКЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМ РЕСУРСОМ

Résumé

On argumente la nécessité objective de l'application adéquate de la catégorie "motivation" dans la pratique du perfectionnement de la gestion des ressources humaines sur la base de son essence génétique, gnoséologique et sémentique.

Для сегодняшней постсоветской реальности характерно использование последних достижений западной экономической науки в сочетании с терминологией, доставшейся нынешнему поколению от заидеологизированной коммунистической науки.

Отсюда немало примеров применений некоторых “понятий” и “категорий” в значении не адекватном их гносеологической и генетической сущности. Так, например, понятие “мотивация” часто применяется в ситуации, когда речь идет о состоянии восприятия тем или иным субъектом окружающей его среды. Но нередко этим термином характеризуется и процесс создания требуемых для соответствующего поведения субъектов условий. Хотя “состояние” (статика) и процесс достижения этого состояния (динамика) не одно и то же. Скажем, “форма” – означает “состояние”, статику явления, а “формирование” – означает процесс достижения той или иной формы.

Понятно, что “мотивация” как состояние и процесс достижения этого состояния не одно и то же, однако, характеризуя действия по созданию соответствующих условий, термин “мотивация” часто применяется и в этом значении. Что на наш взгляд не правомерно.

В предпринятом изложении попытаемся выяснить действительное положение вещей, что весьма необходимо, ибо неправильное применение категорий в науке, как показывает многовековой опыт, не дает в практической жизни ожидаемых результатов.

В Советском Энциклопедическом Словаре мотивация характеризуется, как активные состояния мозговых структур, побуждающих высших животных и человека совершать наследственно закрепленные или приобретенные опытом действия, направленные на удовлетворение индивидуальных (голод, жажда и др.) или групповых (забота о потомстве и др.) потребностей. “Мотивы” в том же источнике характеризуются как то, что побуждает деятельность человека, ради чего она совершается. В широком смысле к “мотивам” в психологии относят потребности и инстинкты, влечения и эмоции, установки и идеалы [1].

В других толковых словарях трактовки этих терминов аналогичны [2]. Налицо факт, когда термин из науки психологии свободно переместился в экономическую науку. И, если его применение допустимо для характеристики “состояния”, то совершенно не корректно “состоянием” выражать действие или совокупность действий по достижению этого “состояния”.

Понятно, что процесс создания условий для возникновения определенной “мотивации” индивидов как объектов управления нуждается в идентификации, а обозначающая его категория имеет полное право на рождение и существование. Если этот процесс определить термином “мотивирование” по аналогии с вышесказанным (форма – формирование), то у него моментально появляется соперник: в психологии “мотивирование” – это объяснение и приведение доводов, мотивов и оснований того или иного поведения. Экономической же науке требуется термин, который бы, во-первых, раскрыл генетическую сущность явления, во-вторых, – смысловую. А главное – необходим акцент, отражающий действие по достижению состояния.

В любом случае применять однозначно термин “мотивация” для обозначения статики и динамики одновременно не корректно. Мотивация – явление внутреннее, однако зависит от внешних условий. Называть процесс формирования этих внешних условий термином “мотивация”, означая внутреннее состояние управляемого субъекта хозяйствования, означает – не понимать сущности важного экономического отношения.

Практика “мстит” за неправильно применяемые в экономической науке термины. Так в советской экономике термин “стимул” применялся в значении противоположном его генетической, гносеологической и смысловой природе. Достаточно назвать один-единственный факт как глобальный итог социалистической плановой и капиталистической рыночной экономики, который проиллюстрирует правоту сказанного. На конец прошлого века в СССР производилось 25 млн. наименований продукции, а в развитых странах “дикого” Запада – около 1 млрд. наименований [3].

На наш взгляд важно заметить, что рекомендации по совершенствованию организационных и экономических условий рационального использования трудовых ресурсов должны базироваться на адекватном понимании фазы формирования условий возникновения той или иной мотивации у субъекта хозяйствен-

ного процесса. В необходимости сказанного легко убедиться на примере, близком всем из каждодневной практики. Водитель маршрутного такси, как часто мы видим, вместо положенных по паспорту автомобиля мест, загружает в салон дополнительно до половины его номинальной грузоподъемности стоячих пассажиров. Экономическим поведением предпринимателя движет его мотивация, которая может быть представлена формулой: номинальный доход плюс “нажива”. Номинальный – это доход от перевозки паспортного числа пассажиров, а “нажива” – это доход от “перегруза” транспортного средства, который, как показывает опыт крупных мегаполисов, чреват авариями и человеческими жертвами. Экономическое поведение “маршрутных” предпринимателей формируется их мотивацией и внешними условиями вседозволенности и безответственности; незащищенностью наших граждан от посягательств на их право на жизнь и безопасность. Мотивация плюс внешние условия формируют экономическое (и социальное) поведение субъектов, которое проявляется либо в эгоистических целях предпринимателей и в ущерб гражданам, либо в направлении удовлетворения интересов и тех и других. Правильно созданные условия (т.е. отвечающие высоким социальным и производственным стандартам) способствуют возникновению такой мотивации субъекта, которая отвечает его интересам в сочетании с интересами других людей.

Сформулировать определение категории, которая бы адекватно отражала сущность процесса формирования условий возникновения у индивида “нормальной” мотивации – задача не из легких, поскольку обозначенная категория находится на стыке двух наук – психологии и экономики. Необходимы совместные усилия ученых практической психологии и экономистов, которых я и приглашаю к осмыслению этой важной для науки и практики проблемы.

Источники и литература

1. Советский энциклопедический словарь/ 4-е изд. – М.: Сов. энциклопедия, 1989. – 1632 с.
2. Современный словарь иностранных слов:/ Изд-во “Рус. яз.” – М.: Рус. яз., 1993. – 740 с.
3. Бутук О.І. Економічна теорія: Навч. посіб. - 2-ге від., перероб. і доп. – К.: ВІКАР, 2003. – 668 с.

Ткаченко В.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРОЕКТИВНЫХ МЕТОДИК В ИЗУЧЕНИИ ЦЕЛЕПОЛАГАНИЯ

Проективные методы все больше используются в огромном количестве разнообразных ситуаций, когда требуется изучить личность. Но почему именно в изучении целеполагания мы используем проективные методики? Ответить на этот вопрос мы можем, предварительно охарактеризовав процесс целеполагания и возможности его исследования.

Целеполагание – один из важнейших компонентов деятельности личности. Он выражается в формировании образа будущего результата действия и принятия его в качестве основы практических и умственных действий. Целеполагание является базовым компонентом, который объединяет потребностно-мотивационную, эмоционально-смысловую и предметно-операционные компоненты в целостное представление о потребном будущем [6].

Проблема целеполагания рассматривалась в исследованиях зарубежных психологов (К. Левин, Х. Хекхаузен, А. Аткинсон и др.) и отечественных (А. Леонтьев, О.Б. Тихомиров и др.). В основном целеполагание рассматривалось в концепции деятельности. Нужно отметить, что при диагностировании этого процесса каждый исследователь осуществлял это своеобразно.

Как подчеркивает А.Н. Леонтьев, целеобразование – это отнюдь не автоматически происходящий и не одномоментный акт, а относительно длительный процесс опробования целей действием и их, если так можно выразиться предметного наполнения. Индивид, замечает Гегель, не может определить цель своего действия, пока он не действовал [3, с. 106]. Именно поэтому, как справедливо отмечает А.Н. Леонтьев, «процесс целеобразования обычно ускользает от исследователя» [3, с. 106].

Учитывая природу цели и целеобразования, которые недоступны прямому внешнему наблюдению и самонаблюдению, в основе их изучения может быть использован проективный метод. Поскольку современная психология практически не располагает методиками изучения интересовавшего нас объекта, нам пришлось задействовать такие методики применительно к задачам исследования.

Задача нашего исследования состояла в выявлении целей деятельности студентов, обучающихся на начальных курсах (I-II) с использованием проективных методов.

Цель исследования – изучить при помощи проективных методик целеполагание в раннем юношеском возрасте.

Объект исследования – целеполагание в раннем юношеском возрасте, используя проективные методики.

Гипотеза исследования состояла в том, что использование проективных методов в исследовании целеполагания может быть вполне адекватными методами.

Нам не известны экспериментальные методики, позволяющие непосредственно фиксировать содержание действия субъекта. Обычно о ней судят по косвенным ее проявлениям, в частности, фиксируя реальное течение деятельности (как в исследованиях Н.Г. Морозовой и др.) Однако более надежным методом нам представляется оценка компонентов деятельности по закономерным связям с теми или иными особенностями психических процессов. Так, в исследованиях А.Н. Леонтьева установлено, что предмет, являющийся целью действия субъекта, с необходимостью оказывается актуально осознанным [4]. В работах П.И. Зинченко и А.А. Смирнова было показано, что материал составляющий непосредственную цель действия, продуктивно запоминается благодаря действию механизмов непроизвольно памяти. В экспериментах, проведенных под руководством Б. Г. Ананьева, была зафиксирована закономерная связь между