

Учреждение образования  
«Белорусский государственный педагогический университет  
имени Максима Танка»

Институт повышения квалификации и переподготовки  
Факультет дополнительного профессионального образования  
Кафедра андрагогики

**ВЗАИМОСВЯЗЬ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ И  
НАПРАВЛЕННОСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ  
У ЖЕНЩИН ПЕРИОДА СРЕДНЕЙ ВЗРОСЛОСТИ В СФЕРЕ  
ПРОДАЖ**

Допущена к защите  
в Государственной  
экзаменационной комиссии  
Заведующий  
кафедрой андрагогики  
\_\_\_\_\_ Е.Н.Алтынцева  
\_\_\_\_\_ 20\_\_

Дипломная работа  
слушателя второго года обучения  
группы № П-214/В  
специальности переподготовки  
1-23 01 71 «Психология»  
очной (вечерней) формы  
получения образования  
Лашкевич Дарьи Николаевны

Руководитель:  
Клезович Ольга Валерьевна,  
кандидат педагогических наук,  
доцент  
Защищена \_\_\_\_\_ 20\_\_  
с отметкой \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_)

Минск, 2022

# ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОБЛЕМЫ ВЗАИМОСВЯЗИ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ И НАПРАВЛЕННОСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ У ЖЕНЩИН ПЕРИОДА СРЕДНЕЙ ВЗРОСЛОСТИ В СФЕРЕ ПРОДАЖ	6
1.1 Особенности ценностных ориентаций у женщин периода средней взрослости	6
1.2 Профессиональная мотивация: сущность и специфика в контексте сферы продаж	12
1.3 Особенности профессиональной мотивации у женщин периода средней взрослости	21
ГЛАВА 2 ЭМПИРИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ВЗАИМОСВЯЗИ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ И НАПРАВЛЕННОСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ У ЖЕНЩИН ПЕРИОДА СРЕДНЕЙ ВЗРОСЛОСТИ В СФЕРЕ ПРОДАЖ	26
2.1 Организация исследования взаимосвязи ценностных ориентаций и направленности профессиональной мотивации у женщин периода средней взрослости в сфере продаж	26
2.2 Описание результатов исследования	29
2.3 Рекомендации по повышению профессиональной мотивации у женщин периода средней взрослости в сфере продаж с учетом особенностей ценностных ориентаций	43
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	49
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	52
ПРИЛОЖЕНИЯ	56

## ВВЕДЕНИЕ

Диагностика ценностей конкретного общества — эффективный способ его изучения, выявления проблемных областей и прогнозирования будущего состояния, что особенно важно в эпохи перемен и трансформаций.

Проведенное исследование посвящено проблеме взаимосвязи ценностных ориентаций и направленности профессиональной мотивации у женщин периода средней взрослости в сфере продаж. Ценностная проблематика относится к числу наиболее важных направлений современных психологических исследований. Теоретический и практический анализ ценностей может дать многое для изучения общества и происходящих в нем процессов, поскольку ценности не только входят в число основных компонентов мотивации человеческой деятельности, но и во многом детерминируют специфику восприятия индивидом окружающей действительности. Произошедшие в кратчайшие исторические сроки социальные, экономические и политические преобразования породили ряд проблем, требующих изучения.

Проблема ценностей и ценностных ориентаций была полем исследования значительного числа ученых, среди которых можно выделить З. Фрейда, К. Левина, А. Маслоу, Ш. Шварц и У. Билски, У. Томаса и Ф. Знанецкого, Т. Парсонса, М. Рокича, В.Я. Ядова, Б.Г. Ананьева, Д.А. Леонтьева и др.

Особую актуальность на современном этапе экономического развития имеет проблема мотивации персонала. Это объясняется тем, что устойчивое развитие, результативность деятельности организации напрямую зависит от эффективности работы сотрудников. Важнейшим фактором успешного функционирования современной организации является совершенствование мотивационных механизмов, эффективное использование кадрового потенциала. Анализ и исследование профессиональной мотивации является актуальным не только с теоретической точки зрения, но и с практической. Данная информация необходима каждому работодателю для качественного подбора персонала, а также выстраивания долгосрочной перспективы сотрудничества работника и работодателя.

Проблема мотивации изучалась к текущему моменту рядом отечественных и зарубежных исследователей, таких как А.Н. Леонтьев, Э.С. Чугунова, Е.А. Климов, А.В. Петровский, Дж. Холланд, У. Эмерсон и др. На сегодняшний день нет единой теории мотивации, однако все исследователи подчеркивают важность мотивации для успешности профессиональной деятельности. Мотивация профессиональной деятельности — один из важнейших вопросов управления персоналом. От того, насколько мотивированы сотрудники, зависит их ориентация на цели организации,

стремление достичь и обеспечить наилучший результат. Это, в свою очередь, является основой для эффективной деятельности организации в целом. В этом смысле решающей для рыночно ориентированных компаний, работающих в конкурентных сегментах рынка, оказывается успешность деятельности специалистов отделов продаж – менеджеров по продажам. Поэтому большинство таких компаний уделяют особое внимание вопросам их мотивации.

Между тем на настоящий момент недостаточно изучена проблема взаимосвязи ценностных ориентаций и направленности профессиональной мотивации у женщин периода средней зрелости в сфере продаж, при том, что на сегодняшний день сфера продаж представлена в большей части женщинами периода средней зрелости. Все выше сказанное подтверждает актуальность данного исследования.

Цель исследования: выявить взаимосвязь ценностных ориентаций и направленности профессиональной мотивации у женщин периода средней зрелости в сфере продаж.

Для достижения поставленной цели был выделен ряд задач:

1. Раскрыть сущность понятия «ценностные ориентации» и их особенности у женщин периода средней зрелости.

2. Представить специфику профессиональной мотивации и ведущих мотивов профессиональной деятельности у женщин периода средней зрелости в контексте сферы продаж.

3. Эмпирически изучить ценностные ориентации и направленность профессиональной мотивации у женщин периода средней зрелости в сфере продаж.

4. Разработать рекомендации по повышению профессиональной мотивации у женщин периода средней зрелости в сфере продаж с учетом особенностей ценностных ориентаций.

Гипотеза исследования: существует взаимосвязь ценностных ориентаций и направленности профессиональной мотивации у женщин периода средней зрелости в сфере продаж.

Объект исследования: ценностные ориентации, профессиональная мотивация.

Предмет исследования: взаимосвязь ценностных ориентаций и направленности профессиональной мотивации у женщин периода средней зрелости в сфере продаж.

Зависимая переменная: направленность профессиональной мотивации.

Независимая переменная: ценностные ориентации.

Методологическая основа исследования: общенаучные принципы объективности, системности. В основе исследования лежит положение о двух

классах ценностей (термальных и инструментальных) предложенное М. Рокичем; положение А.Н. Леонтьева о том, что мотивы деятельности несут в себе действительную содержательную характеристику потребностей, теоретические положения, выдвинутые в работах зарубежных и отечественных ученых по проблеме профессиональной мотивации (Е.П. Ильин, В.А. Ядов, А.Н. Леонтьев, Ф. Герцберг, В. Врум, Д. МакКлелланд и др.).

Методы исследования: теоретический анализ, сравнение и обобщение литературы по проблеме исследования; психодиагностический метод, методы качественного и количественного анализа результатов исследования с применением методов математической статистики (коэффициент ранговой корреляции Спирмена), интерпретационные методы.

Методики исследования:

1. Опросник терминальных ценностей (И.Г. Сенин) (Приложение А).
2. Мотивационный профиль личности (Ш. Ричи и П. Мартина) (Приложение Б).

Контингент испытуемых: выборку исследования составили 60 женщин в возрасте от 25 до 40 лет, работающих в сфере продаж. Средний возраст участвующих в опросе женщин составил 30,9 лет; минимальный возраст – 25 лет; максимальный возраст – 40 лет. Высшее образование имеют 20% выборки. Средний стаж работы в компании составляет 1,5 года.

Эмпирическая база исследования: ООО «ТД Аскона-Импорт».

Практическая значимость полученных результатов: полученные результаты могут использоваться в разработке коррекционных программ и практических рекомендаций для повышения профессиональной мотивации у женщин возраста средней взрослости, работающих в сфере продаж. Полученные результаты могут быть использованы в педагогическом процессе при подготовке курсов по социальной психологии, психологии труда, организационно-управленческому консультированию.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Ценностные ориентации личности – центральная составляющая личностной структуры, характеризующая ее отношение к различным ценностям и определяющая ее поведение и мотивацию. Система ценностных ориентаций имеет пограничный статус между мотивационно-потребностной сферой и системой личностных смыслов. Таким образом, ценностные ориентации имеют двойные функции. Во-первых, ценности – основа формирования и сохранения в человеческом сознании установок, являясь по этой причине, составляющей сознания. Во-вторых, ценности представлены в преобразованном виде как мотивы деятельности и поведения, так как ориентация человека в мире и его стремление достичь определенные цели неминуемо согласованы с ценностями, входящими в структуру его личности.

Исходя из анализа исследований, ценностно-смысловые особенности женщин периода средней зрелости, зачастую зависят от накопленного жизненного опыта. Женщины в периоде средней зрелости более приспособлены к жизни, они уверены в себе, реально оценивают свои возможности, корректируют свои жизненные цели и уровень притязаний, открыты для достижений, которые не успели реализовать в молодости. Среди терминальных ценностей для женщин периода средней зрелости наиболее важными являются профессиональные, финансовые, интеллектуальные и семейные ценности.

Профессиональная мотивация – это действие конкретных побуждений, которые обуславливают выбор профессии и продолжительное выполнение обязанностей, связанных с этой профессией. Профессиональная ориентация динамична, изменчива и представляет собой непрерывный процесс, протекающий под постоянным воздействием объективных и субъективных факторов. Анализ литературы показал, что в возрасте средней зрелости характерна направленность в мотивационной сфере на финансовое вознаграждение, обусловленное стремлением к стабильности. При этом, в данном возрасте актуализируется потребность в самореализации, остается актуальной и потребность в самоутверждении, которое осуществляется за счет раскрытия своего потенциала. В профессиональной мотивации в сфере продаж особую роль играет выраженная мотивация достижения. Выстраивание долгосрочных отношений, материальное вознаграждение, условия труда, социальные контакты – наиболее выраженные мотивы у работников сферы продаж.

Несмотря на столь обширные теоретические и практические исследования в области мотивации трудовой деятельности, многие вопросы

разработаны недостаточно, в частности мало изучены вопросы мотивов профессиональной деятельности у женщин периода средней зрелости в сфере продаж, а также связи их ценностных ориентаций и направленности профессиональной мотивации.

В исследовании была выдвинута следующая гипотеза: существует взаимосвязь ценностных ориентаций и направленности профессиональной мотивации у женщин периода средней зрелости в сфере продаж. В исследовании участвовали сотрудники ООО «ТД Аскон- Импорт». Выборку исследования составили 60 женщин в возрасте от 25 до 40 лет, работающих в сфере продаж. Исследование проводилось в 2022 году.

В исследовании использовался метод психологического тестирования по следующим методикам:

1. Опросник терминальных ценностей (И.Г. Сенин).
2. Мотивационный профиль личности (Ш. Ричи и П. Мартин).

В результате исследования, было установлено, что преобладающие терминальные ценности у женщин периода средней зрелости в сфере продаж – «Высокое материальное положение» и «Достижения», наименее выраженный показатель – «Духовное удовлетворение».

Вероятно, женщины периода средней зрелости в сфере продаж убеждены в том, что материальный достаток является главным условием жизненного благополучия. Высокий уровень материального благосостояния для них может оказаться основанием для развития чувства собственной значимости. Можно предположить, что женщины периода средней зрелости в сфере продаж тщательно планируют свою жизнь, ставят конкретные цели и главным для себя считают достижения поставленных целей, что, в свою очередь, может служить основанием для высокой самооценки.

Преобладающая жизненная сфера у женщин периода средней зрелости в сфере продаж – «Профессиональная жизнь», наименее выраженный показатель – «Общественная жизнь».

Из нашего исследования следует, что ведущими мотивами профессиональной деятельности у женщин периода средней зрелости в сфере продаж являются «Вознаграждение» и «Достижения».

Для проверки гипотезы о том, что существует взаимосвязь ценностных ориентаций и направленности профессиональной мотивации у женщин периода средней зрелости в сфере продаж, был использован метод ранговой корреляции Спирмена.

В результате исследования выявлено наличие статистически значимых взаимосвязей в показателях: собственный престиж и взаимоотношения ( $R = 0,31$  при  $p < 0,05$ ), высокое материальное положение и структурирование работы ( $R = 0,26$  при  $p < 0,05$ ), высокое материальное положение и вознаграждение ( $R =$

0,621 при  $p < 0,05$ ), развитие себя и вознаграждение ( $R = -0,35$  при  $p < 0,05$ ), достижения и условия работы ( $R = -0,34$  при  $p < 0,05$ ), достижения и признание ( $R = -0,487407$  при  $p < 0,05$ ), достижения и достижения ( $R = 0,53$  при  $p < 0,05$ ), достижения и власть и влияние ( $R = -0,36$  при  $p < 0,05$ ), сохранение индивидуальности и власть и влияние ( $R = 0,25$  при  $p < 0,05$ ).

Результаты исследования позволяют говорить о том, что ценностные ориентации взаимосвязаны и влияют на направленность профессиональной мотивации женщин периода средней зрелости в сфере продаж. Выбор профессии в сфере продаж обусловлен стремлением к получению финансового вознаграждения и реализации мотива достижения, получение удовольствия от достижений в профессиональной деятельности специалиста по продажам в целом тесно связан с самим процессом их трудовой деятельности, где продажи, их объемы, рост выручки, показателей эффективности и выступают в роли достижений. Направленность на данные факторы профессиональной мотивации обусловлена ценностными ориентациями женщин периода средней зрелости.

Для повышения профессиональной мотивации необходимо в первую очередь использовать внешние факторы (мотиваторы), которые могут находиться на вооружении у руководителей организаций и специалистов по работе с персоналом. Нами были разработаны рекомендации по повышению профессиональной мотивации у женщин периода средней зрелости в сфере продаж с учетом особенностей ценностных ориентаций.

Таким образом, задачи данного исследования выполнены, цель, заключающаяся в выявлении взаимосвязи ценностных ориентаций и направленности профессиональной мотивации у женщин периода средней зрелости в сфере продаж достигнута, гипотеза исследования подтвердилась.



## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Азаренок, Н. В. Мотивация персонала как фактор успешности профессиональной деятельности / Н.В. Азаренок// Проблемы управления – 2021.– №2. –С. 30– 36.
2. Анисимов, С. Ф. Теория ценностей в отечественной философии XX века / С. Ф. Анисимов // Вестник МГУ. Серия 7: Философия. – 1994. – № 4. – 34–42 с.
3. Афонин, А.Ю. Теории мотивации / А.Ю.Афонин // Экономические науки – 2017. – №17. –С.113 –116.
4. Бабаев, Т. М. Особенности структуры мотивации у менеджеров торговой сферы с разной успешностью профессиональной деятельности / Т. М. Бабаев, Л. Н. Котов // Вестник РУДН. – 2013. – №2. – С. 46–54.
5. Барабанщиков, В. А. Системная организация и развитие психики / В. А. Барабанщиков // Психологическая журнал. – 2003. – Т. 24, №1. – С. 29-46.
6. Бергис, Т. А. Особенности ценностных ориентаций и субъективное благополучие личности на этапе взрослости / Т. А. Бергис // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Педагогика, психология. – 2018. – №3. – С. 58–63
7. Васильев А. Л. Мотивационные особенности специалистов по продажам с разным уровнем успешности профессиональной деятельности / А. Л. Васильев // Психология в экономике и управлении. – 2014. – №1. – С.44–48.
8. Вдовиченко, В. П. Ценностные ориентации современной молодежи: Обзор социол. исслед. / В. П. Вдовиченко. – М. : Просвещение, 2009. – 24 с.
9. Вилюнас В. К. Психологические механизмы мотивации человека / В. К. Вилюнас// – М.: Изд-во МГУ, 1990. – 288 с.
10. Вишняков, А.И. Психологические особенности трудовой мотивации и ценностных ориентаций сотрудников государственных и частных медицинских учреждений / А. И. Вишняков, Г. А. Абдрахманова // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 1–1. – С. 26–35.
11. Всемирнова, Ю. В. Мотивационные особенности менеджеров по продажам с разной профессиональной успешностью / Ю. В. Всемирнова // Психология. Психофизиология. – 2012. – №6 (265). – С. 22–32.
12. Гаврилюк, В. В. Динамика ценностных ориентаций в период социальной трансформации / В. В. Гаврилюк, Н.А. Трикоз // Социологические исследования. – 2002. - №1. – С. 96-105.
13. Гагарина, С. Н. Трудовая мотивация персонала в современной организации / С. Н. Гагарина, А. С. Садовникова // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2022. – № 1-1(83). – С. 44–47.

14. Дильтей, В. Описательная психология / В. Дильтей. – М. :Алетейя, 2007. – 240 с.
15. Додонов, Б. И. Эмоция как ценность / Б. И. Додонов. – М. : Омега-Л, 2006. – 272 с.
16. Замфир, К. Удовлетворенность трудом / К. Замфир – М. : Политиздат, 1983. – 142 с.
17. Ильин, Е. П. Мотивация и мотивы. — СПб. : Питер, 2011. — 512 с.
18. Кара, Ж. Ю. Об особенностях трансформации ценностных и жизненных стратегий женщин в период молодости и зрелости / Ж. Ю. Кара, Д.В. Касьянова // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2017. – №8–9. – С.12–19.
19. Келли, Г. Процесс каузальной атрибуции // Современная зарубежная социальная психология / Г. Келли. – М., 1999. – С. 127–137.
20. Ковальская, В. А. К вопросу о трудовых ожиданиях молодых специалистов по продажам / В. А. Ковальская // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2016. – №12-3. – С. 70–77.
21. Кочнева, Е. М. Гендерные особенности удовлетворенности трудом в периоды ранней и средней зрелости / Е. М Кочнева, А. А. Никитина // Мир науки. Педагогика и психология. – 2019. – №3. – С. 53–59.
22. Кулагина, Е. И. Мотивация, рациональность и готовность к риску в личностном профиле специалистов по продажам недвижимости / Е. И. Кулагина, Т. В. Корнилова // Вопросы психологии. – 2005. – № 2. – С. 105–112.
23. Леонтьев, А. Н. Избранные психологические произведения / А. Н. Леонтьев. – М. : Книга по Требованию, 2012. – 320 с.
24. Леонтьев, Д. А. Методика изучения ценностных ориентации / Д. А. Леонтьев – М. : Педагогика, 2007. – 17 с.
25. Лукич, Р. М. Управление продажами / Р. М. Лукич. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2010. – 256 с.
26. Лукич, Р. Управление отделом продаж. Инструменты эффективного менеджера / Р. Лукич. – М.: Добрая книга, 2014. – 336 с.
27. Майерс, Д. Социальная психология / Д. Майерс. – СПб.: Изд-во «Питер», 2002. – 794 с.
28. Маккеланд, Д. Мотивация человека. / Д. Маккеланд– СПб. : Питер, 2007. – 666 с.
29. Маркова, Е. В. Ценностные ориентации как фактор формирования поведения персонала организации / Е. В. Маркова // Проблемы прикладной психологии. – 2009. – №4. – С. 37–46.
30. Маслоу, А. Мотивация и личность / А. Маслоу. – М. : Питер, 2022. – 400 с.

31. Митина, О. В. Математические методы в психологии. Практикум / О. В. Митина. – М. : Аспект Пресс, 2008. – 238 с.
32. Мор, Ф. Энциклопедия глубинной психологии. Том 4. Индивидуальная психология. Аналитическая психология / Ф. Мор, К. Зеельман, Р. Каузен и др. – М. :Когито-центр, МГМ, 2006. – 930 с.
33. Пашкевич, О. И. Использование многомерных статистических методов в системе STATISTICA 5.5: учеб.–метод. пособие / О. И. Пашкевич. – Минск : РИПО, 2008. – 66 с.
34. Прохорова, М. В. Особенности структур мотивации трудовой деятельности женщин и мужчин / М. В. Прохорова // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Философия. Психология. Педагогика. – 2016. – №3. – С. 66–71.
35. Психология. Словарь/ Под ред. А. В. Петровского, М. Г. Ярошевского. – М. : Политиздат, 1990. – 494 с.
36. Райгородский, Д. Я. Практическая диагностика. Методика и тесты. Учебное пособие/ Д. Я. Райгородский. – Самара: Издательский дом «БАХРАХ-М», 2019. – 672 с.
37. Родионова, Е. А. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности / Е. А. Родионова. – М. :Юрайт, 2020. – 279 с.
38. Сидорина, Е. В. Психолого-педагогические аспекты изучения ценностно-смысловой сферы периода взрослости / Е. В. Сидорина, С. В. Пепеляева // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 1–2. –С. 66–74.
39. Томас, У. Методологические заметки // Американская социологическая мысль / У. Томас, Ф. Знаненский. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1994. – С. 341–354.
40. Фетискин, Н. П. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп / Н. П. Фетискин, В. В. Козлов, Г. М. Мануйлов. – М. : Изд-во Института Психотерапии, 2002. – 639 с.
41. Фурсов, К.И.Понятие и значение мотивации персонала / К.И. Фурсов //Уникальные исследования. –2016. –№ 9.– С.116-131.
42. Хекхаузен, Х. Мотивация и деятельность / Х. Хекхаузен. – М. : Знания, 1999. – Т. 1. – 474 с.
43. Церковская, К. Л. Мотивы профессиональной деятельности молодых руководителей (на примере отделов продаж) / К. Л. Церковская, С.Е. Поддубный // Профессиональная ориентация. – 2015. – №2. – С. 47–54.
44. Чугунова Э. С. Психология инженерного творчества / Э. С. Чугунова. – Л. : Ленингр. орг. о-ва «Знание» РСФСР, 1990. – 32 с.

45. Щетинина, А.А.Ценностные ориентации личности в психологии: теоретический аспект / А.А. Щетинина. // Молодой ученый. –2022.– №2. – С. 184– 185.
46. Яницкий, М. С. Ценностные ориентации личности как динамическая система/ М. С. Яницкий. – Кемерово :Кузбассвузиздат, 2010. – 204 с.
47. Allport, G.W. Pattern and growth in personality / G. W. Allport. – N.Y. : Holt, Rinehart and Winston, 1961. – 593 p.
48. Meece, J.L. Gender and motivation / J. L. Meece, B. B. Glienke, S. Burg // Journal of School Psychology, 2016. – Volume 4, No. 5. – P. 15–46
49. Shanks, N. H. Management and motivation / N. H. Shanks // Jones and Barlett Publishers, 2007. –Volume 1, No. 3. – P.22–56
50. Vroom, V. Management and Motivation / V. Vroom. – London:Penguin, 1999. – 512 p.
51. Wilson, J. Motivating working women: from production to sales / J. Wilson, N. Kolberg. – NY : NY Publisher, 2021. – 120 p.

