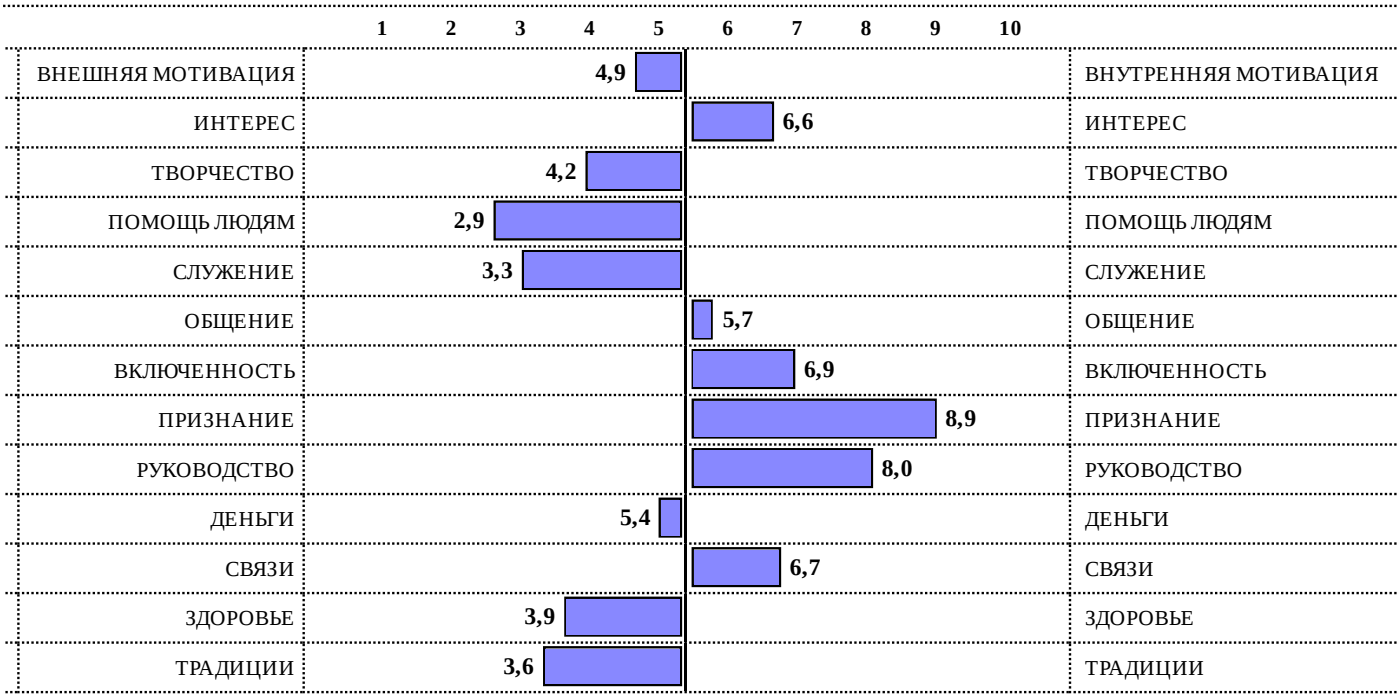
Информация о тестировании

Название теста:	CTM-2a
Дата тестирования:	04.07.2014 (Пт), 15:50:23 (+0400)
Продолжительность:	00:05:25
Номер протокола:	00562696

Информация о респонденте

Имя респондента:	Никитин Александр Владимирович
Пол респондента:	мужской
Возраст респондента:	35

Факторный профиль



Словесные интерпретации

Средняя выраженность ВНЕШНЕЙ/ВНУТРЕННЕЙ МОТИВАЦИИ
У респондента не выявлено однозначного преобладания внешней или внутренней мотивации. Его примерно в равной степени интересует как содержательная сторона профессии (чтобы она была ему интересна, помогала творчески самореализовываться или интеллектуально совершенствоваться), так и внешняя, материальная её сторона (оплата труда, социальные гарантии, престиж и прочие выгоды).

+ ИНТЕРЕС К ПРОЦЕССУ
В большинстве случаев респондент предпочитает интересную и разнообразную работу, позволяющую постоянно получать новую информацию, обучаться, профессионально развиваться. Его будет мотивировать включение в процесс обучения (тренинги, занятия в учебном центре), деятельность, требующая приобретения новых знаний и навыков, повышающая его профессиональную квалификацию.

- ***ТВОРЧЕСТВО***
В большинстве случаев респондент предпочитает действовать по определенному, хорошо знакомому алгоритму, плану и не ищет творческого самовыражения. С одной стороны, нетворческой работы всегда больше, и это придает респонденту универсализм, но, с другой стороны, его может пугать необходимость принятия оригинальных решений, требующих новаторского подхода, а в современных, постоянно меняющихся условиях это бывает необходимым условием успеха.

- ***ПОМОЩЬ ЛЮДЯМ***
В большинстве случаев респонденту присуща эгоистическая позиция, не предусматривающая бескорыстной помощи и поддержки широкому кругу людей. Он старается извлекать из ситуации выгоду скорее для себя, чем для других людей. Однако в сферу «Я» или «Эго» человека может входить не только он сам, но и более или менее узкий круг значимых людей (семья, профессиональная команда и т.д., в зависимости от размера «Эго»), для которых он готов на многое, если не на все. Вне границы «Эго» - «чужие» (если не «враги»), внутри границы – «свои».

- ***СЛУЖЕНИЕ***
В большинстве случаев респондент равнодушен к общественной значимости своего труда. Возможно, он предпочитает, чтобы этот труд приносил пользу ему и кругу близких ему людей. Не исключен также вариант и того, что респондент занимает несколько «незрелую» позицию, поскольку никогда в жизни не задумывался об общественной значимости своего труда.
#052

Средняя выраженность ориентации на ОБЩЕНИЕ
Респондент вполне нейтрально относится к такому фактору, как общение в работе. С одной стороны, ему приятно, если рядом работают интересные, дружелюбно настроенные коллеги. Но с другой стороны, он вряд ли будет отказываться от интересной и прибыльной должности, если общения в ней недостаточно. При выборе должности респондент ориентируется на другие, более выраженные в данном случае мотивы.

+ ВКЛЮЧЕННОСТЬ В КОМАНДУ
В большинстве случаев респондент ориентирован на командный стиль взаимодействия. «Чувство локтя» для респондента позволяет почувствовать себя защищенным, однако иногда это может говорить о том, что он не готов самостоятельно двигаться к цели, не чувствует опоры в себе, ищет ее в коллективе.

++ ПРИЗНАНИЕ
Респонденту присущи амбициозность и честолюбие, высокая потребность в публичной похвале и одобрении. Иногда чрезмерные амбиции могут служить источником конфликта в социальной среде респондента. Но в то же время здоровое честолюбие мотивирует человека на достижение высоких результатов, способствует принятию на себя роли лидера, «мотора», способного добиться как личного успеха, так и повести коллектив к достижениям при

готовности взять на себя за него ответственность.

+ РУКОВОДСТВО
В большинстве случаев респондент стремится к принятию на себя лидерской роли, ответственности за людей, конкретные направления деятельности, проекты, принятие решений. Таких сотрудников можно удержать в компании перспективами карьерного роста, делегированием полномочий, включением в процесс принятия решений, поручением руководства отдельным проектом и т.д.

Средняя выраженность ориентации на ДЕНЬГИ
Респондент достаточно спокойно относится к финансовой стороне профессии. Конечно, работать бесплатно он вряд ли согласится, что вполне естественно, но всё же выбирать место работы будет, ориентируясь на другие, более значимые для него мотивы. На данный момент материальная отдача от профессии для респондента вторична.

+ СВЯЗИ
В большинстве случаев респондент ориентируется на получение поддержки и покровительства от коллег и сослуживцев. Это может принимать формы как поиска покровительства у вышестоящих руководителей, так и налаживание взаимовыгодных связей с коллегами (например, для информационного обмена, оказания взаимных услуг и т.д.). Возможно, респондент не чувствует уверенности в своих собственных силах, уровне профессионализма и поэтому ищет поддержки со стороны или объективно понимает, что без связей в его сфере деятельности очень трудно сделать карьеру.

- ЗДОРОВЬЕ
В большинстве случаев ради удовлетворения своих ведущих мотивов респондент готов потратить много сил и энергии, что может квалифицироваться как желание любой ценой заработать деньги и продвинуться. Другим объяснением этого показателя может служить крайняя степень увлеченности процессом работы. Вопросы экономии собственных ресурсов его не волнуют («мы за ценой не постоим!»). Это может свидетельствовать либо о молодости и энергичности человека, либо о его увлеченности делом, либо о доминировании профессиональной сферы над всеми остальными.

- ТРАДИЦИИ
В большинстве случаев респондент принципиально не приемлет профессиональные традиции общего с ним круга людей. Порой принципиальное стремление быть не таким, как родственники, друзья и знакомые входит в противоречие с индивидуальными способностями, чертами характера и менталитетом. С другой стороны, стремясь разрешить это противоречие, человек может кардинально изменить свою сущность и, преодолев внутреннее и внешнее сопротивление, выйти на новый уровень своего развития.

© 2004–2013 "Лаборатория Гуманитарные Технологии", +7 (495) 669-67-19, www.ht.ru.