

# ОЛЬГА КНЫШ

## МВТІ КАК ИНДИКАТОР МОТИВАЦИИ

ИНДИКАТОР ТИПОВ Мотивационно-Эксперт

Мотивационно-Эксперт (МВТ) – это инструмент, позволяющий оценить уровень мотивации и выявить ее причины. МВТ используется в различных областях, включая менеджмент, маркетинг, социологию и психологию. МВТ помогает выявить причины низкой мотивации и разработать эффективные стратегии по ее повышению. МВТ используется для оценки мотивации сотрудников, клиентов, партнеров и других заинтересованных сторон. МВТ помогает выявить причины низкой мотивации и разработать эффективные стратегии по ее повышению.

Таблица 1. МВТ (Мотивационно-Эксперт)

Категория	Мотивация	Эксперт	Мотивация	Эксперт
МВТ	100	100	100	100
	100	100	100	100
МВТ	100	100	100	100
	100	100	100	100
МВТ	100	100	100	100
	100	100	100	100

16+

**Ольга Владимировна Кныш**  
**МВТИ как индикатор мотивации**

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=42207622](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=42207622)*

*SelfPub; 2019*

**Аннотация**

МВТИ (Myers-Briggs Type Indicator) и Карл Густав Юнг – захватывающая история создания МВТИ! Что мотивирует разные типы МВТИ? Практические рекомендации и упражнения.

# Содержание

Предисловие	4
Теория ЮНГА И МВТИ	5
Типология личности	7
Конец ознакомительного фрагмента.	9

# Предисловие

Известный психоаналитик Карл Густав Юнг полагал, что мотивы поведения обусловлены особенностями личности. В чем практическое значение теории Юнга? Как использовать его теорию в повседневной практике управления? Как определить тип личности? В этой книге мы познакомимся с выводами Юнга о типологии личности и сможете лучше понять взаимосвязь между особенностями личности и мотивации, вы узнаете о том, что такое MBTI (Myers-Briggs Type Indicator) и как с помощью этого инструмента можно определить особенности личности. Возможно, кому-то покажется интересной история создания MBTI. Мы также рассмотрим, какие условия необходимы для достижения максимальной эффективности, раскрытия потенциала для разных типов MBTI.

# Теория ЮНГА И МВТИ

Что происходит, когда базовые, физиологические потребности человека относительно удовлетворены: у него есть верный кусок хлеба, есть крыша над головой, он чувствует себя социально защищенным? Возникают другие потребности, говорит Маслоу. Нам все больше нужны любовь, уважение, признание, возможность самореализации. Что происходит с мотивацией, когда уровень зарплаты, условия труда в целом нас устраивают? На первый план выходит то, чем мы занимаемся, сама работа. Это ни в коем случае не означает, что рост материального благосостояния перестает интересоваться, просто денежной стимуляции уже недостаточно для поддержания мотивации на высоком уровне. А что для этого нужно? Херцберг утверждает, что для роста мотивации необходимо обеспечить сотрудников новыми, сложными задачами, дать возможность нести личную ответственность, предоставить широкие полномочия и самостоятельность. Звучит красиво. Но... цели и задачи, увлекательные для одних, у других не вызывают никакого энтузиазма. Да и стремление к личной ответственности за решения, действия, поступки наблюдается не так часто, как хотелось бы. Это приводит нас к мысли о том, что мотивация связана с особенностями ЛИЧНОСТИ человека: в зависимости от индивидуальных особенностей нас мотивируют или демотивируют

ют совершенно разные вещи. Попробуем разобраться, как действуют механизмы мотивации на личностном уровне.

# Типология личности

Каждый человек уникален и неповторим. Тем не менее, со времен Сократа лучшие мыслители пытаются «классифицировать» человечество, определить признаки и критерии, по которым можно выделить различные типы людей. Так, еще «отец медицины» Гиппократ говорил о четырех типах темперамента, которые зависят от того, какая «жидкость» преобладает в организме: кровь, слизь, желтая или черная желчь. Темпераменты следующие: холерический, сангвинический, флегматический и меланхолический.

*Холерики.* Больше всего подвержены влиянию желчи (*холе*), которая придает им превосходство и властность. Как правило, холерики заявляют свое право на лидерство – и, если не добиваются желаемого, становятся вспыльчивыми и легко выходят из себя.

*Сангвиники.* Люди с преобладанием крови (*сангвы*). Гиппократ характеризует их, как людей шумных, оптимистичных, жизнерадостных, всегда полных энергии и обладающих особым личным обаянием (харизмой).

*Флегматики.* На их темперамент влияет слизь (*флегма*), обладающая успокоительным эффектом. Это миролюбивые, уравновешенные люди, не склонные проявлять активность. Они избегают конфликтных ситуаций, подчиняясь желаниям окружающих.

*Меланхолики.*

# Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.