

- SELECT
- DEVELOP
- LEAD

HOGAN*REPORTS*

G R A F

INVENTÁŘ MOTIVŮ, HODNOT A PREFERENCÍ

Jméno a příjmení: Jan Novák

ID: DF178402

Datum: 18. června 2010





ÚVOD

Inventář motivů, hodnot a preferencí (MVPI) obsahuje celkem deset škál, které byly ze všech lidských motivů vybrány na základě zkušeností 80 let akademických výzkumů. Hodnoty, preference a zájmy jsou různé pojmy týkající se motivace člověka. Primárně se liší ve své obecnosti: hodnoty jsou nejširším a nejabstraktnějším druhem motivů, zájmy jsou naopak příkladem motivů v nejužším a nejkonkrétnějším smyslu. Tyto motivační pojmy vypovídají o přáních a plánech člověka a vysvětlují dlouhodobé tendence v jeho životě.

Tyto informace mohou být užitečným základem pro osobní a profesní rozvoj.

Informace o motivaci nám mohou být užitečné ve dvou směrech. Jednak nám mohou pomoci zjistit, zda zájmy člověka jsou v souladu s psychologickými požadavky profese. V tomto směru tedy mohou člověku napomoci při volbě kariéry. Dalším směrem pak může být porovnání individuálních hodnot člověka s kulturou stávající organizace. Dotazník tak napomáhá orientaci člověka v jeho aktuální situaci.

Měření motivů, hodnot a preferencí se v určitém směru liší od měření osobnostních charakteristik člověka. Osobnostní charakteristiky nám říkají, jak se daný člověk může zachovat v konkrétních situacích, zatímco motivy a preference ukazují, jak by se člověk chovat chtěl. Lidé také nemají tendenci odpovědi na otázky o svých hodnotách a motivech zkreslovat, protože jsou součástí jejich identity a je běžné o nich hovořit. Důležitou charakteristikou je výrazná stabilita motivů v průběhu lidského života. S věkem člověka se motivy mění velmi málo - co člověka zajímá nyní, bude jej velmi pravděpodobně zajímat i mnohem později.



| | |
|-------------------------|---|
| Uznání | sláva, zviditelnění se a publicita, být v centru pozornosti ostatních, být chválen okolím |
| Moc | soupeření, ovládání, výkony a velkolepé úspěchy, neobvyklé schopnosti, sociální postavení, soutěž a kontrola, povýšení v práci |
| Hédonismus | zábava a příjemně strávený čas, užívání si, vzrušení, dobré jídlo a pití, zábavní přátelé, legrace a potěšení |
| Péče | pomoc druhým, zejména těm méně šťastným, zdokonalování společnosti, naslouchání, obětování se |
| Sociální kontakt | častá a pestrá sociální interakce |
| Tradice | rituály, historie, duchovno, tradiční ctnosti a vzdělání, morálka, rodinné hodnoty |
| Bezpečí | jistota, struktura, předvídatelnost, pořádek, kontrola, plánování a minimalizace finančních rizik, omezení omylů a chyb |
| Obchod | obchod a záležitosti s obchodem spojené, účetnictví, marketing, management, finanční plánování a zisk |
| Estetika | představivost, kreativní a umělecké sebevyjádření, zájem o umění, literaturu, hudbu apod., vzhled, kvalita a dokonalost |
| Poznání | znalosti, nápady a racionální řešení problémů, nové a pokrokové technologie, snaha zjistit, jak věci fungují, důraz na pravdu a správnost poznání |

Na následující stránce naleznete svůj osobní profil zpracovaný na základě vašich výsledků z testu MVPI.



Grafický profil



Graf zobrazuje vaše výsledky v každé z výše popsaných škál. Výsledky jsou uvedeny v percentilech. Ty udávají procento lidí v populaci, kteří mají skór nižší nebo stejný jako vy.