

- SELECT
- DEVELOP
- LEAD

HOGAN*REPORTS*

GRAF

KWESTIONARIUSZ MOTYWÓW, WARTOŚCI I PREFERENCJI

Raport: John Doe

ID: HA154779

Data: 13 kwietnia 2010





WPROWADZENIE

Skale Kwestionariusza Motywów, Wartości i Preferencji (MVPI) są adekwatną próbą zaczerpniętą z pełnego zakresu ludzkich motywów, bazującą na 80 latach akademickich prac badawczych. Wartości, preferencje oraz zainteresowania są wszystkie motywacyjnymi pojęciami: różnią się one głównie pod kątem ich uniwersalności - wartości są najbardziej szerokim i abstrakcyjnym rodzajem motywu, a zainteresowania - najbardziej wąskim i specyficznym rodzajem motywu. Te motywacyjne pojęcia mówią nam o pragnieniach i planach osoby, a także wyjaśniają długofalowe motywy i tendencje w jej życiu.

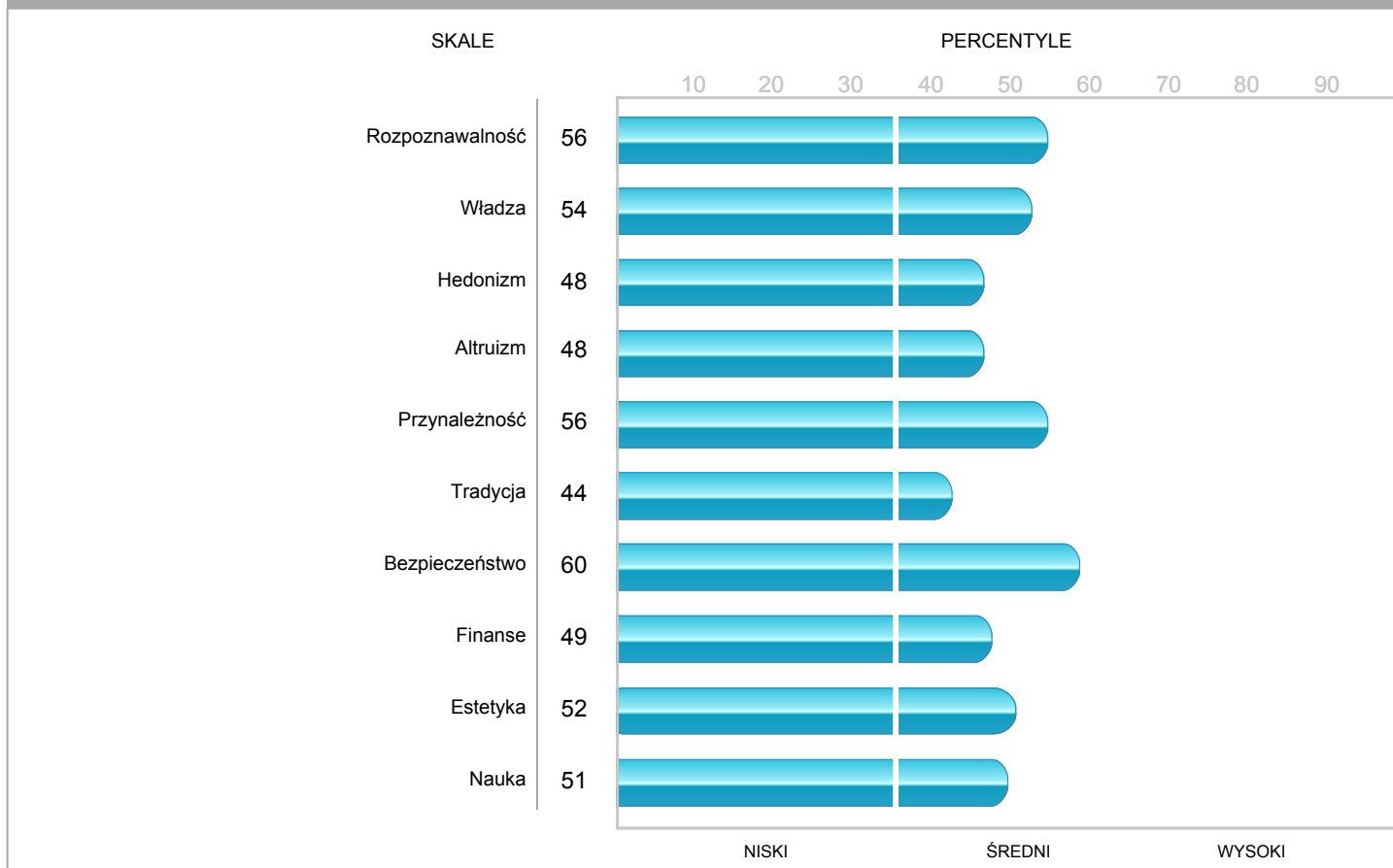
Istnieją dwa obszary, dla których te motywacyjne informacje mogą być przydatne. Po pierwsze, mogą one być użyteczne dla oszacowania dopasowania pomiędzy zainteresowaniami osoby a psychologicznymi wymaganiami stanowisk; tak więc MVPI może być użyty, by pomóc ludziom w wyborze profesji lub zawodu. Po drugie, kwestionariusz może być wykorzystany do określenia dopasowania pomiędzy wartościami osoby a klimatem konkretnej organizacji; a zatem MVPI może być użyty, by pomóc ludziom w strategicznych rozważaniach na temat ich obecnej ścieżki zawodowej.

Pomiary motywów, wartości i zainteresowań są nieco odmienne od pomiarów osobowości. Pomiary osobowości mówią nam, co dana osoba może robić w pewnych sytuacjach, podczas gdy inwentarze wartości i zainteresowań mówią nam, co osoba chce robić. Co więcej, ludzie nie wykazują skłonności do zniekształcania swoich odpowiedzi w pomiarach zainteresowań, ponieważ ich wartości i aspiracje są częścią ich tożsamości i są oni zazwyczaj chętni do dyskusowania na ich temat. W końcu, motywy, wartości i preferencje są wybitnie stabilne; wykazują one tendencję do bardzo niewielkich zmian w miarę jak osoba się starzeje - to, co interesuje cię teraz, będzie interesować cię później.



Rozpoznawalność	Osoby o wysokich wynikach cenią sławę, rozgłos oraz bycie widocznymi.
Władza	Osoby o wysokich wynikach cenią współzawodnictwo, osiągnięcia i sukces materialny.
Hedonizm	Osoby o wysokich wynikach cenią zabawę, dobre towarzystwo oraz miłe spędzanie czasu.
Altruizm	Osoby o wysokich wynikach cenią aktywne pomaganie innym oraz ulepszanie społeczeństwa.
Przynależność	Osoby o wysokich wynikach cenią częste i różnorodne interakcje społeczne.
Tradycja	Osoby o wysokich wynikach cenią historię, tradycję oraz staromodne cnoty.
Bezpieczeństwo	Osoby o wysokich wynikach cenią pewność, przewidywalność oraz środowiska wolne od ryzyka.
Finanse	Osoby o wysokich wynikach cenią aktywność biznesową, pieniądze oraz korzyści finansowe.
Estetyka	Osoby o wysokich wynikach cenią kreatywną i artystyczną ekspresję siebie.
Nauka	Osoby o wysokich wynikach cenią koncepcje, technologię oraz racjonalny sposób rozwiązywania problemów.

Następna strona prezentuje profil MVPI, który uzyskał Pan Doe, po którym następuje podsumowanie jego wyników. Na kolejnych stronach profil jest interpretowany w bardziej dogłębny sposób.

**Profil Graficzny**

Powyższy profil pokazuje wyniki, jakie na poszczególnych skalach uzyskał Pan Doe. Wyniki przedstawione są w percentylach. Wyniki percentylowe wskazują na odsetek osób pochodzących z porównawczej (inaczej "normalizacyjnej") grupy, których wyniki są na lub poniżej poziomu wyniku, który uzyskał Pan Doe. Użyta grupa normalizacyjna jest wskazana poniżej profilu.