

- SELECT
- DEVELOP
- LEAD

HOGAN*REPORTS*

GRAPHIC

MOTIVI, VREDNOSTI, PREFERENCIJE INVENTAR

Izveštaj za: Petar Petrović

ID : HB833811

Datum : 18. jun 2013.





UVOD

Skale na Motivi, Vrednosti, Preferencije Inventaru (MVPI) predstavljaju adekvatan uzorak iz čitavog opsega ljudskih motiva, zasnovan na 80 godina akademskih istraživanja. Vrednosti, preferencije i interesovanja su motivacioni koncepti: oni se prvenstveno razlikuju po opštosti - vrednosti su najopštija i najapstraktnija, a interesovanja su najuža i najspecifičnija vrsta motiva. Ovi motivacioni koncepti nam govore o željama i planovima osobe i objašnjavaju dugoročne teme i tendencije u životu osobe.

Postoje dva načina kako ove informacije o motivaciji mogu da se koriste. Prvo, mogu se koristiti za procenu usklađenosti između interesovanja osoba i psiholoških zahteva posla; prema tome, MVPI se može koristiti da pomogne ljudima u izboru zanimanja ili karijere. Drugo, inventar se može koristiti za evaluaciju usklađenosti vrednosti osobe i klime određene organizacije; stoga, MVPI se može koristiti i tako da pomogne ljudima da strateški razmišljaju o svojim trenutnim karijerama.

Mere motiva, vrednosti i interesovanja su na određeni način drugačije od mera ličnosti. Mere ličnosti nam govore o tome šta osoba može uraditi u određenoj situaciji, dok nam inventar vrednosti i interesovanja govori o tome šta osoba želi da uradi. Šta više, ljudi ne pokazuju tendenciju da izobličavaju svoje odgovore pri merenju interesovanja jer su njihove vrednosti i aspiracije deo njihovog identiteta i obično žele da razgovaraju o njima. Konačno, motivi, vrednosti i preferencije su izuzetno stabilni; veoma malo se menjaju sa starenjem osobe - ono što Vas interesuje sada, interesovaće Vas i kasnije.

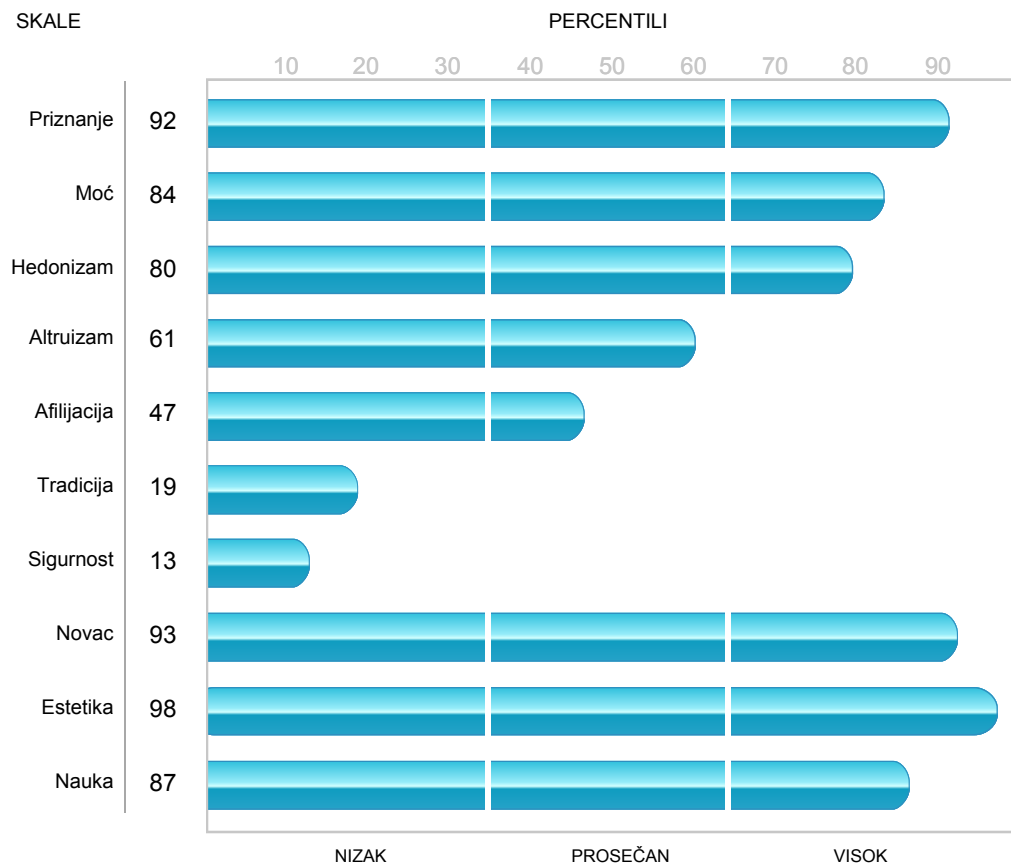
Ove informacije predstavljaju korisnu osnovu za lični i profesionalni razvoj.



Priznanje	Osobe sa visokim skorom cene slavu, vidljivost i publicitet.
Moć	Osobe sa visokim skorom cene takmičenje, postignuće i materijalni uspeh.
Hedonizam	Osobe sa visokim skorom cene zabavu, dobro društvo i provod.
Altruizam	Osobe sa visokim skorom cene aktivno pomaganje drugima i unapređivanje društva.
Afilijacija	Osobe sa visokim skorom cene učestale i raznovrsne socijalne interakcije.
Tradicija	Osobe sa visokim skorom cene istoriju, tradiciju i staromodne vrline.
Sigurnost	Osobe sa visokim skorom cene izvesnost, predvidljivost i okruženje bez rizika.
Novac	Osobe sa visokim skorom cene poslovne aktivnosti, novac i finansijsku dobit.
Estetika	Osobe sa visokim skorom cene kreativno i umetničko samoizražavanje.
Nauka	Osobe sa visokim skorom cene ideje, tehnologiju i racionalno rešavanje problema.



Grafički profil



Grafik iznad prikazuje rezultate kandidata na svakoj skali. Rezultati su prikazani u percentilima. Percentilni skor ukazuje na procenat ljudi iz grupe sa kojom se poredi (ili 'normativne grupe') čiji je rezultat isti ili niži od skora ovog isipitanika.