является негативная реакция на нежелательное поведение. Должно быть наоборот. Позитивное подкрепление имеет большие шансы на успех.

4. Активное слушание. Имеются в виду способы доведения до собеседника реакции на сообщаемую информацию и выражаемые чувства.

5. Выдвижение ясных требований и поддержание контакта с игроками. Завершая разговор с игроком, необходимо удостовериться, что цели были правильно поняты.

***

1. Грачев, Н.П. Спортивный менеджмент: теория и практика: учебно-методическое пособие / Н.П. Грачев, И.Н.Маслова. –Воронеж: ФГБОУ ВПО «ВГИФК», 2012. – 127 с.
2. Ермаков В.А. Психология в индустрии спорта: хрестоматия / авт.-сост. В.А. Ермаков. – М.: Изд. центр ЕАОИ, 2011. – 616 с.
3. Ильин Е.П. Психология общения и межличностных отношений. — СПб. Питер, 2009. — 576 с.:ил. — (Серия «Мастера психологии»).
4. Ильина Н.Л. Психология тренера: учеб. пособие. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2016. – 109 с.
5. Ключников А.В. Основы менеджмента [Текст]: учеб. пособие / А.В. Ключников; Российская международная академия туризма. – М.: Советский спорт, 2010. – 172 с.
6. Кузнецова Т.А., Лузгарева О.И. Менеджмент физической культуры и спорта: учеб. - метод. Пособие / Кемеровский государственный университет; сост. Т.А. Кузнецова, О.И. Лузгарева. – Кемерово, 2015. – 117 с.

Пухов М.Т., Тютюнников А.С.

Анализ потребностей игроков, побуждающих их к активной деятельности

*ФГБОУ ВО "Кубанский государственный университет физической культуры,
спорта и туризма"
(Россия, Краснодар)*

doi:10.18411/sciencepublic-08-07-2019-13

idsp: sciencepublic-08-07-2019-13

Содержательные теории мотивации акцентируют внимание на потребностях, которые побуждают людей к действию.

Одним из первых теоретиков содержательных теорий был Абрахам Маслоу. Его теория иерархии потребностей (1943 г.) предполагает, что в основе мотивации человека лежит комплекс потребностей, причем потребности конкретного человека можно представить в виде строгой иерархии. Система потребностей характеризуется постоянным динамизмом – по мере удовлетворения одних становятся актуальными другие. А. Маслоу выделил пять уровней потребностей и считал, что потребности нижних уровней влияют на человека прежде, чем потребности верхних уровней.

1. Физиологические потребности. В спортивной среде к ним относятся потребности в чистом воздухе и помещении для тренировок, организации здорового питания, хорошем бытовом и медицинском обслуживании и т.п.

2. Потребности в безопасности. Применительно к сфере спорта – это потребности в безопасных условиях труда, дополнительных льготах, гарантия сохранения места в команде.

3. Социальные потребности. В командах данные потребности удовлетворяются по мере формирования благоприятного морально-психологического климата в коллективе команды, поддержания хороших отношений с тренером, участия в тренировочных процессах, взаимодействия с болельщиками команды.

4. Потребности в уважении и самоуважении. В рамках команды они реализуются через признание заслуг, повышение статуса игрока, увеличение его ответственности, получение кредита доверия.

5. Потребности в самореализации, самоактуализации. В командах они удовлетворяются в процессе обучения, должностного роста, выполнения сложной, творческой работы, участия в принятии решений.

Согласно теории А. Маслоу первоначально должны быть удовлетворены потребности низших уровней. По мере их удовлетворения происходит переход на следующую ступень потребностей, которая будет в большей степени влиять на поведение человека, так как удовлетворенная потребность перестает быть стимулом. Потребность в самореализации никогда не может быть удовлетворена полностью, поскольку с развитием человека его потенциальные возможности расширяются. Поэтому процесс мотивации через потребности бесконечен.

Чтобы более высокий уровень потребностей начал влиять на поведение человека, не обязательно удовлетворять потребности более низкого уровня полностью. Например, люди испытывают потребность в социальных взаимодействиях задолго до того, как будут полностью удовлетворены их потребности в безопасности или физиологические потребности. Другими словами, если в данный момент доминирует определенная потребность, поведение человека может определяться не только ею.

Теория А. Маслоу предоставила тренерам инструмент для мотивации игроков – их потребности. Чтобы побуждать конкретного человека, необходимо создать условия для удовлетворения его индивидуальных потребностей, причем через такие действия, которые способствуют достижению целей команды. В спортивных командах лучшими мотивирующими факторами являются потребности высших уровней.

Отталкиваясь от концепции А. Маслоу, Фредерик Герцберг создал двухфакторную теорию мотивации (1959). Он провел серию исследований, выявивших различный характер воздействия потребностей на уровень удовлетворенности работой. Часть потребностей больше влияла на неудовлетворенность, чем на удовлетворенность. Поэтому, с точки зрения факторов, процесс обретения удовлетворенности и нарастания неудовлетворенности был разделен им на два самостоятельных процесса: «удовлетворенность – отсутствие удовлетворенности» и «неудовлетворенность – отсутствие неудовлетворенности».

Процесс «удовлетворенность – отсутствие удовлетворенности» в основном находится под влиянием факторов, связанных с содержанием работы, т. е. с внутренними по отношению к работе факторами. Эти факторы оказывают сильное мотивирующее воздействие на человека. Если они отсутствуют, то не возникает сильной неудовлетворенности. Данная группа факторов называется мотиваторами. К ним относятся все потребности, которые можно отнести к потребностям в росте и признании. У Ф. Герцберга их шесть:

- 1) трудовые успехи члена команды (достижения);
- 2) признание заслуг (признание);
- 3) расширение самостоятельности (ответственность);
- 4) служебный рост (продвижение);
- 5) профессиональное совершенство (личностный рост);
- 6) творческий характер труда (работа сама по себе).

Если данные потребности удовлетворяются, то человек испытывает удовлетворение, радость, ощущение личного достижения, а значит, мотивация трудовой деятельности увеличивается.

Процесс «неудовлетворенность – отсутствие неудовлетворенности» определяется факторами, в основном связанными с окружением, в котором осуществляется работа. Это внешние факторы. Их отсутствие вызывает у работников чувство неудовлетворенности, но их наличие не обязательно вызывает состояние удовлетворенности, т. е. данные факторы не играют мотивирующей роли. Они как бы связаны с устранением «боли», «страдания». Их называют гигиеническими факторами или факторами здоровья, это подчеркивает, что они создают нормальные, здоровые условия труда. К этим факторам относятся: условия труда; оплата труда; безопасность

на рабочем месте; правила, распорядок и режим работы; взаимоотношения с руководством; взаимоотношения в коллективе.

Вывод: при наличии у членов команды неудовлетворенности менеджер должен обращать внимание на те факторы, которые вызывают неудовлетворенность, чтобы устранить ее. Когда достигнуто состояние неудовлетворенности, необходимо мотивировать работников с помощью факторов роста.

Третья содержательная теория мотивации – это теория ERG (1972) (от англ. existence – «существование», relatedness – «взаимосвязи» и growth – «рост») Клейтона Альдерфера. В отличие от А. Маслоу он объединил потребности человека в три группы:

- 1) потребности существования, которые включают две группы потребностей А. Маслоу – физиологические и в безопасности;
- 2) потребности во взаимосвязях – это потребности в социальных контактах, взаимодействиях;
- 3) потребности роста связаны с развитием внутреннего потенциала человека, соответствуют потребностям в самовыражении А. Маслоу.

Вторым различием в указанных теориях является то, что, по А. Маслоу, движение от потребности к потребности происходит только снизу вверх. К. Альдерфер считает, что движение идет в обе стороны: вверх, если удовлетворена потребность нижнего уровня, и вниз, если не удовлетворяется потребность более высокого уровня. В случае неудовлетворения потребности верхнего уровня усиливается действие потребности более низкого уровня, что переключает внимание человека на этот уровень. Наличие двух направлений движения в удовлетворении потребностей открывает дополнительные возможности мотивации людей в организации.

Последняя содержательная теория мотивации – теория приобретенных потребностей Дэвида МакКлелланда. Теория предполагает, что определенные типы потребностей, удовлетворение которых важно для организации, приобретаются людьми в течение жизни под влиянием обучения, опыта, жизненных обстоятельств. Это потребности достижения, присоединения (причастности) и власти.

Потребность достижения проявляется в желании осуществить что-то трудное, новое, достичь высоких показателей успеха в решении задач, обогнать, превзойти других людей, самого себя. Человек стремится достичь стоящих перед ним целей более эффективно, чем он это делал ранее. Люди с высоким уровнем потребности достижения предпочитают самостоятельно ставить цели. При этом они обычно выбирают умеренно сложные цели и задачи исходя из того, чего они могут достичь. Эти люди легко берут на себя персональную ответственность, но им трудно заниматься работой, у которой нет ясного и ощутимого результата, наступающего достаточно быстро. Они предпочитают индивидуальный результат, коллективный результат их устраивает меньше.

Потребность присоединения проявляется в желании к налаживанию тесных личных взаимоотношений с окружающими. Люди с такой потребностью стараются устанавливать и поддерживать хорошие дружеские отношения, избегать конфликтов, стремятся получить одобрение со стороны окружающих, обеспокоены тем, как о них думают другие. Такие люди хорошо работают на тех позициях, где необходимы активные взаимодействия с коллегами.

Потребность власти выражается в стремлении контролировать процессы, других людей, влиять на их поведение, нести за них ответственность, быть для них авторитетом. Лица с высокой мотивацией властвования могут быть разделены на две группы.

В первой группе люди стремятся к власти ради власти. Их привлекает сама возможность командования другими людьми. Цели команды часто отходят на второй

план, так как внимание концентрируется на руководящей позиции, на возможности властвования.

Ко второй группе относятся люди, которые стремятся к власти ради решения задач. Эти люди удовлетворяют потребность власти через постановку целей, задач коллективу и через участие в процессе достижения целей. Они стремятся не к властному самоутверждению, а к выполнению ответственной руководящей работы. Именно эта потребность власти второго типа, по мнению Д. МакКлелланда, является наиболее важной.

В практической деятельности тренеры, с одной стороны, должны учитывать потребности достижения, присоединения и власти, а с другой – формировать их. Необходимо так проектировать задания, чтобы игрок удовлетворял доминирующие потребности и, следовательно, осуществлял соответствующий тип поведения. Кроме того, игроку должны быть понятны условия его дальнейшего карьерного роста, собственные перспективы в команде. Тогда появятся дополнительные факторы мотивации.

Перечисленные содержательные теории мотивации помогают понять, что побуждает людей лучше выполнять свою работу и стремиться к высоким результатам. Эти теории подтверждены эмпирическими исследованиями и уже достаточно продолжительное время используются в практике управления. В наибольшей мере данное утверждение относится к теориям А. Маслоу и Ф. Герцберга. Однако данные теории основное внимание уделяют анализу факторов, лежащих в основе мотивации, но не анализируют процесс мотивации. Это основной недостаток содержательных теорий мотивации. Они не объясняют, как люди выбирают тот или иной тип поведения в разных ситуациях. Ведь поведение людей определяется не только потребностями, но и окружающей средой, ожиданиями человека, его оценкой последствий выбранного типа поведения.

***

1. Попов С.Г. Управление персоналом: учеб.пособие. – М., 2006 – С.114.
2. Починкин А.В. Менеджмент в сфере физической культуры и спорта [Текст]: учебное пособие / А. В. Починкин. – 2-е изд., доп. и перераб. – М.: Советский спорт, 2010. – 264 с.
3. Психология физической культуры: учебник / под ред. Б.П. Яковлева, Г.Д. Бабушкина. – М.: Спорт, 2016. – 624 с.
4. Самыгин С.И. С17 Социология и психология управления: учебное пособие / С.И. Самыгин, Г.И. Колесникова, С.Н. Епифанцев. — М.: КНОРУС, 2012. — 256 с.
5. Смоленцева В.Н. Психология взаимодействия в спорте: учебно-методическое пособие для вузов физической культуры / под ред. Профессора В.Н. Смоленцевой. – Омск: СибГУФК, 2015
6. Спивак В.А. Организационное поведение и управление персоналом — СПб: Издательство «Питер», 2000. — 416 с.: ил. — (Серия «Учебники для вузов»).
7. Черепов, В.А. Проблемы менеджмента в сфере физической культуры и спорта: хрестоматия / В.А. Черепов. – СПб.: СПбГАФК им. П.Ф. Лесгафта, 2000. – 229 с.

Шевелева У.Н., Мирзоева Е.В.

Особенности рекламной деятельности в спорте

*ФГБОУ ВО "Кубанский государственный университет физической культуры,
спорта и туризма"
(Россия, Краснодар)*

doi:10.18411/sciencepublic-08-07-2019-14

idsp: sciencepublic-08-07-2019-14

Рекламный бизнес в последнее время стремительно развивается. Еще несколько лет назад главной задачей специалистов было продвижение на рынок конкретного товара. Сейчас реклама перестала быть агитационным плакатом с призывом: иди - и купи! В первую очередь продается не продукт, а услуга - услуга по реализации мечты