

УДК 316.42

## **ОСОБЕННОСТИ МОТИВАЦИОННОЙ СФЕРЫ РАБОТНИКОВ В2С СЕКТОРА С РАЗЛИЧНЫМ ОТНОШЕНИЕМ К ДЕНЬГАМ**

**Артамонова В. В.<sup>1</sup>**

БГУ – Байкальский государственный университет, Россия, Иркутск, e-mail: viktorina.v.artamonova@yandex.ru

Статья посвящена анализу результатов эмпирического исследования особенностей мотивационной сферы работников В2С сектора с различным отношением к деньгам. Базой исследования являлась розничная сеть группы компаний «Слата» – одного из крупнейших дистрибьюторов продуктов питания на территории Иркутской области. Выборка исследования составила 60 человек (сотрудники одного из магазинов розничной сети группы компаний «Слата» г. Иркутска). Среди респондентов представители женского пола составили 75 % (45 человек – продавцы-кассиры торговой организации) и респонденты мужского пола 25 % (15 человек – менеджеры торгового зала). В соответствии с основной гипотезой исследования, авторы конкретизировали особенности мотивационной сферы личности работников и выделили следующие аспекты: денежная установка «уважение» способствует развитию стремления к достижению успехов и общественному уважению; стремление к достатку и материальному благополучию способствует бережному отношению к деньгам (установка «бюджет»); стремление к сохранению бюджета и материальному благополучию способствует проявлению мотивации к осторожности в обращении с деньгами; материальная независимость способствует развитию социальных связей. Психодиагностическими методами стали опросник мотивационной структуры личности В. Э. Мильмана; «Мотивация к успеху»; «Мотивация к избеганию неудач» Т. Элерса; шкала денежной этики (Money Ethic Scale) Т. Танга. Для определения достоверности различий использовался t-критерий Стьюдента, а для выявления связей между изучаемыми феноменами – коэффициент корреляции Спирмена. В статье подробно проанализированы результаты по каждой методике и сделаны выводы.

Ключевые слова: особенности мотивационной сферы личности, В2С сектор, отношение личности к деньгам, розничные сети, денежные установки, мотивация к успеху.

## **FEATURES OF THE MOTIVATIONAL SPHERE OF B2C SECTORS WORKERS WITH VARIOUS MONEY RELATIONS**

**Artamonova V. V.<sup>1</sup>**

BGU – Baikal State University, Russian Federation, Irkutsk, e-mail: viktorina.v.artamonova@yandex.ru

The article is devoted to the analysis of the results of an empirical study of the characteristics of the motivational sphere of B2C sector employees with a different attitude to money. The study was based on the retail network of the Slata group of companies, one of the largest food distributors in the Irkutsk region. The sample of the study was 60 people (employees of one of the stores in the retail chain of the Slata group of companies in Irkutsk). Among the respondents, female representatives accounted for 75 % (45 people are sellers and cashiers of a trade organization) and male respondents accounted for 25 % (15 people are managers of a trading floor). In accordance with the main hypothesis of the study, the

authors specified the features of the motivational sphere of the personality of workers and identified the following aspects: the monetary setting «respect» contributes to the development of the desire to achieve success and public respect; the desire for prosperity and material well-being contributes to a careful attitude to money (setting «budget»); the desire to maintain a budget and material well-being contributes to the manifestation of motivation for caution in handling money; material independence contributes to the development of social ties. Psychodiagnostic methods became the questionnaire of the motivational personality structure of V. Э. Milman; «Motivation for success»; «Motivation to avoid failure» T. Ehlers; scale of monetary ethics (Money Ethic Scale) T. Tanga. Student's t-test was used to determine the significance of differences, and the Spearman correlation coefficient was used to identify the relationships between the studied phenomena. The article analyzes in detail the results of each technique and draws conclusions.

Keywords: features of the motivational sphere of the personality, B2C sector, the ratio of personality to money, retail chains, monetary attitudes, motivation for success.

Согласно официальной статистике, оборот розничной торговли в Российской Федерации в январе 2018 года составил 2321,2 млрд рублей, что в сопоставимых ценах составляет 102,8 % к январю предыдущего года. В этот же период времени оборот розничной торговли на 93,9 % формировался торгующими организациями и индивидуальными предпринимателями, осуществляющими деятельность вне рынка, при этом доля розничных рынков и ярмарок составила 6,1 % (в январе 2017 г. – 93,4 % и 6,6 % соответственно). В 2017 году розничные торговые сети формировали в среднем по России 29,6 % общего объема оборота розничной торговли (в 2016 г. – 28,1 %). В обороте розничной торговли пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями удельный вес оборота торговых сетей составил 34,2 % (в 2016 г. – 32,3 %) [9]. Исходя из вышеперечисленных данных, можно сделать вывод о том, что в обозримом будущем розничные торговые структуры могут составить весомую конкуренцию иным субъектом торговой деятельности. Это в свою очередь затронет вопрос управленческой модели той или иной розничной сети, так как человеческий ресурс и его мотивация в процессе развития системы будет являться главенствующим пунктом успешного развития и расширения.

Следует отметить, что большинство торговых сетей относятся к сфере Business-To-Consumer (далее – B2C) – сектора бизнеса, где прямые продажи осуществляются для конечного потребителя. Система B2C позволяет вести прямые продажи с минимальным количеством посредников. Устранение посредников дает возможность устанавливать конкурентные цены на местах и даже увеличивать их (исключая вознаграждение посредников), что, естественно, приведет к росту прибыли торговой сети [4. С. 36-37]. Однако сегмент B2C имеет специфику в операционных продажах, когда покупатели имеют полное представление о своих потребностях и хорошо

информированы о товарах или услугах; при этом поставщика товара или услуги легко заменить. Этот аспект в свою очередь заставляет крупные торговые сети задуматься о результативности деятельности персонала, непосредственно работающего с потоком покупателей: менеджеров торговых залов, продавцов-консультантов, продавцов-кассиров и т. п.

Отличительная особенность проблем мотивации работников В2С сектора заключается в том, что, поняв механизм формирования мотивационной сферы личности, управляющие розничной сети смогут качественно организовывать деятельность работников, управлять персоналом и эффективно выстраивать бизнес-процессы организации.

В последние годы отношение к труду и удовлетворенность трудом стали предметом исследования отечественных и зарубежных ученых. Исследованию мотивации посвящено множество работ. Так, авторами содержательных теорий мотивации являются А. Маслоу [2; 3], Д. МакКлелланд, Ф. Герцберг [6. С. 79-84]. Ключевой идеей данных теорий является рассмотрение мотивации как системы идентификации тех внутренних побуждений личности, которые способствуют совершению определенных поступков и действий.

Авторы процессуальных теорий рассматривают поведение личности с учетом особенностей ее восприятия и познания. К данным теориям относятся модель ожидания, модель справедливости и модель мотивации Портера-Лаунера [10. С. 140-141].

Среди современных отечественных исследователей, которые внесли вклад в изучение проблемы трудовой мотивации, необходимо отметить В. Асеева, В. Мясичева, С. Рубинштейна, В. Воронкова, Н. Гавкалова, Г. Дмитриенко, М. Доронина, А. Егоршина, А. Жилина, Т. Озерникову, Е. Петрову, О. Ганаза и др. [1; 5; 8].

Однако проблема мотивации на сегодняшний день продолжает оставаться недостаточно изученной, что сдерживает решение и других, связанных с нею, теоретических и практических задач. Так, например, недостаточно изучены экономические факторы формирования мотивации, ее связь с особенностями отношения к деньгам. На наш взгляд, такие исследования могут стать незаменимыми в работе с персоналом торговых сетей. Знание взаимосвязи особенностей мотивации и отношения к деньгам можно использовать для проведения более эффективной политики управления организацией, для разработки методов воздействия на трудовую мотивацию персонала, методов стимулирования производительности труда и т. п.

Несмотря на довольно многочисленные исследования сущности мотивации, факторов ее формирования, взаимосвязи с психологией есть необходимость дальнейшего изучения ее различных социально-психологических аспектов.

В 2018 году нами было проведено исследование, направленное на выявление особенностей мотивационной сферы работников В2С сектора с различным отношением к деньгам. В основу исследования легло предположение о том, что мотивационная сфера работников В2С сектора с различным отношением к деньгам имеет свои особенности, а именно:

- денежная установка «уважение» способствует развитию стремления к достижению успехов и общественному уважению;
- стремление к достатку и материальному благополучию способствует бережному отношению к деньгам (установка «бюджет»);
- стремление к сохранению бюджета и материальному благополучию способствует проявлению мотивации к осторожности в обращении с деньгами;
- материальная независимость способствует развитию социальных связей.

Исследование проводилось на базе розничной сети ГК «Слата» – одного из крупнейших дистрибьюторов продуктов питания на территории Иркутской области [7]. В исследовании приняли участие 60 человек (сотрудники одного из магазинов розничной сети ГК «Слата» г. Иркутска). Среди респондентов представители женского пола составили 75 % (45 человек – продавцы-кассиры торговой организации) и респонденты мужского пола 25 % (15 человек – менеджеры торгового зала). Средний возраст испытуемых варьировался в интервале от 25 до 35 лет, уровень дохода – от 10 до 35 тыс. рублей в месяц. Высшее образование имелось у 35 испытуемых, среднее специальное – у 25 работников В2С сектора.

В ходе исследования были использованы следующие психодиагностические методики:

- для исследования мотивационной сферы личности – опросник мотивационной структуры личности В.Э. Мильмана [11. С. 236-240], «Мотивация к успеху» Т. Элерса, «Мотивация к избеганию неудач Т. Элерса [11. С. 248-251];
- для изучения отношения к деньгам – шкала денежной этики (Money Ethic Scale) Т. Танга [11. С. 328-329];
- для определения достоверности различий использовался:  $t$  – критерий Стьюдента, а для выявления связей между изучаемыми феноменами – коэффициент корреляции Спирмена.

Анализ результатов психодиагностической методики «Опросник мотивационной структуры личности» В.Э. Мильмана представлен на рис. 1.

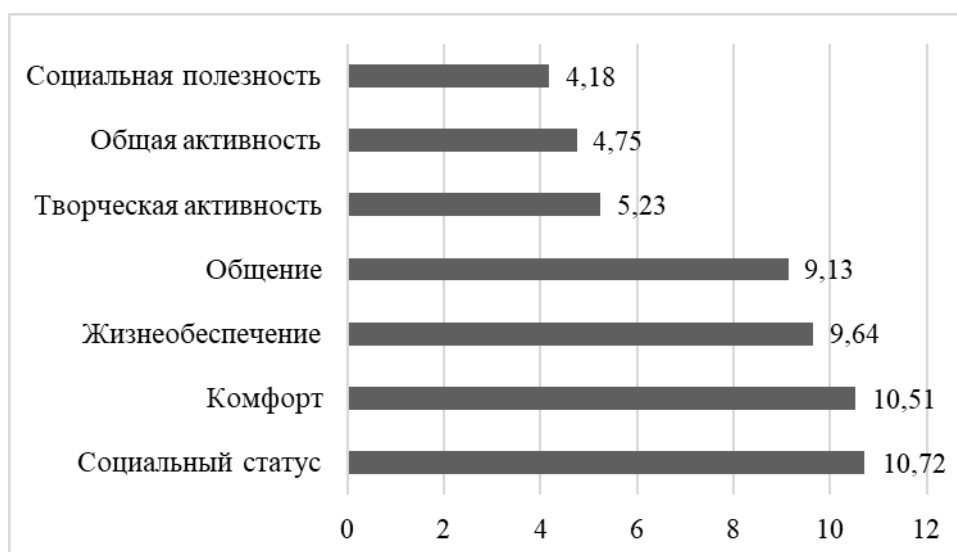


Рис. 1. Жизненные стремления испытуемых (среднегрупповые баллы)

Как видно из рисунка, преобладающими жизненными стремлениями респондентов являются: социальный статус (10,72 б.), комфорт (10,51 б.), жизнеобеспечение (9,64 б.) и общение (9,13 б.). Это свидетельствует о том, что испытуемые, прежде всего, стремятся к достижению гармонии между личной жизнью и работой, к комфортному взаимодействию с окружающими, к определенному положению в обществе и значимой социальной группе, к жизни в достатке. Следовательно, можно предположить, что если в кадровой политике предприятия будет учтен данный факт, то он может стать эффективным инструментом воздействия на результативность деятельности персонала.

При этом низкие среднегрупповые значения наблюдаются по таким жизненным стремлениям, как творческая активность (5,23 б.), общая активность (4,75 б.) и социальная полезность (4,18 б.). Полученные данные, вероятно, связаны со спецификой работы испытуемых, большинство из которых занимает должности продавцов-кассиров. Можно предположить, что эти сотрудники воспринимают свои должности как не располагающие к творческой активности и не имеющие общественно-полезного значения.

Заработная плата людей, занимающих данную должность, относительно невысока (примерно от 10 до 20 тыс. руб. в месяц), что можно объяснить желанием иметь достаточно комфортные условия и при этом не проявлять активности. Ведущим мотивом в данном случае являются не материальные блага, а удобства и дополнительные преимущества (работа в тепле, бесплатное питание, скидки на товары, работа рядом с домом и т. п.).

Высокие среднегрупповые баллы по такому мотиву, как социальный статус, выражающийся в стремлении работать в престижном месте, можно объяснить достаточной известностью бренда ГК «Слата» на территории Иркутской области. Преобладание мотива жизнеобеспечения у респондентов говорит о практичности и заботе о благосостоянии. Совокупность таких мотивов, как жизнеобеспечение, комфорт, социальный статус и общение свидетельствуют о личных мотивах большинства испытуемых: наибольшее значение имеет не самовыражение в работе, а обеспечение комфортной жизни.

Для изучения особенностей мотивации достижения успеха была использована методика «Мотивация к успеху» Т. Элерса (рис. 2).

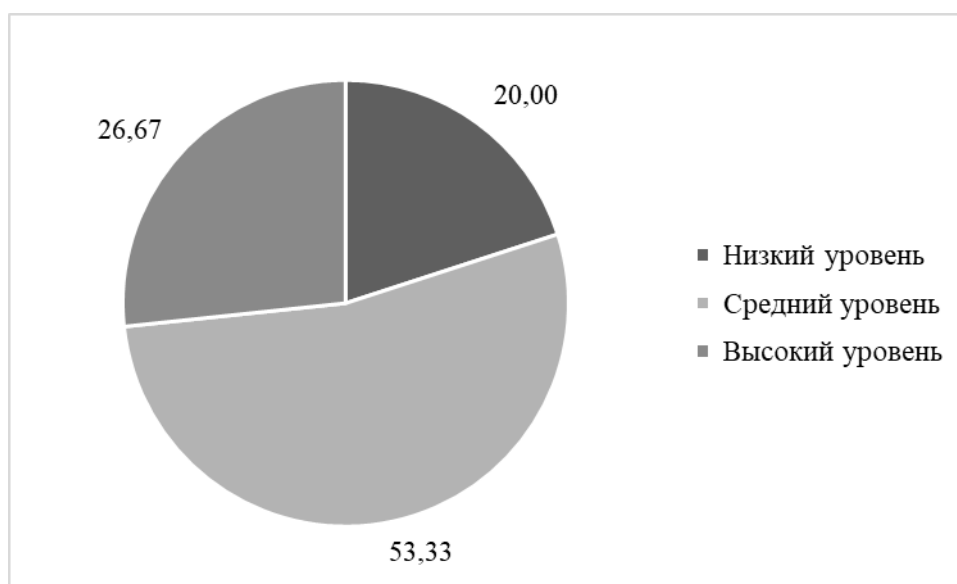


Рис. 2. Уровни мотивации достижения успеха, %

У большинства испытуемых (53,33 %) был выявлен средний уровень мотивации достижения успеха, что объясняется зависимостью от ситуативных факторов. Так, в привычной, знакомой ситуации испытуемые стремятся к достижению наибольших результатов, новых целей, а в новой обстановке, при неудачных обстоятельствах такие люди не будут стремиться к достижению чего-то большего и будут удовлетворены имеющимся условиями работы.

У 26,67 % респондентов наблюдается высокий уровень достижения успехов. Такие люди ставят перед собой новые цели, не боятся препятствий на пути к их достижению, стремятся к саморазвитию, совершенствованию во всех сферах. Эти сотрудники могут представлять интерес для руководства торговой сети и являться кадровым потенциалом для управленческих должностей данной сети с минимальными затратами со стороны работодателя. Низкий уровень мотивации достижения преобладает у 20,00 % опрошенных сотрудников торговой сети, что характеризуется, в

первую очередь, отсутствием стремлений к достижению новых результатов в работе, к улучшению некоторых сфер жизнедеятельности и т.п.

Применительно к деятельности сотрудников торгово-розничной сети полученные результаты можно объяснить отсутствием особых возможностей для развития: продвижение по службе, карьерный рост в данном виде деятельности развиты слабо. Конкуренция и соревнования на данной должности также незначительны, так как объем выручки напрямую не зависит от кассира и менеджера, в отличие, например, от продавца в розничной торговле. Соответственно, данная категория испытуемых не видит в профессии особых перспектив, которых можно было бы достичь. В связи с этим стремления к достижению успеха в трудовой деятельности понижены, что подтверждается анализируемыми данными.

С помощью методики Т. Элерса также были получены данные по мотивации избегания неудач (рис. 3).

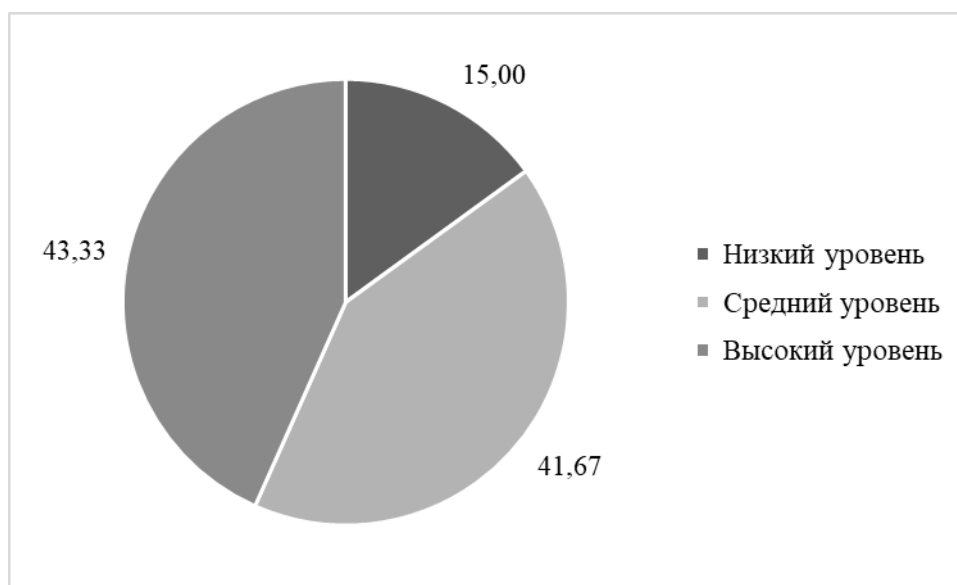


Рис. 3. Уровни мотивации избегания неудач, в %

Полученные данные свидетельствуют о том, что у большинства респондентов (43,33 %) выявлен высокий уровень мотивации избегания неудач, что говорит о защитном поведении, о боязни осуждения со стороны окружающих, страхе потерпеть поражение. Такие испытуемые ставят перед собой легкодоступные цели, не стремясь к саморазвитию. Для них важно не стремление к новым достижениям: доминирующим является мотив избежать препятствий, промахов, ошибок, осуждения. Такие люди очень осторожны, ответственны и расчетливы. Для них актуальна безопасность, стабильность и надежность в любой сфере жизнедеятельности.

Средний уровень мотивации избегания неудач наблюдается у 41,67 % респондентов. Это свидетельствует о ситуативности данного вида мотивации, который

проявляется в сложных незнакомых ситуациях, обстоятельствах, требующих от работника творческих способностей, высокой активности, ответственности.

Низкий уровень мотивации избегания неудач наблюдается у 15,00 % испытуемых. Для данной категории респондентов характерны стремления к достижению целей и преодолению препятствий. Неудачи для них являются необходимым элементом накопления опыта, саморазвития, совершенствования навыков. Такие люди избегают легких целей и задач, им интересно выполнять трудные задания и реализовывать себя через них.

С целью выявления особенностей отношения испытуемых к деньгам была применена методика Т. Танга «Шкала денежной этики» (рис. 4).

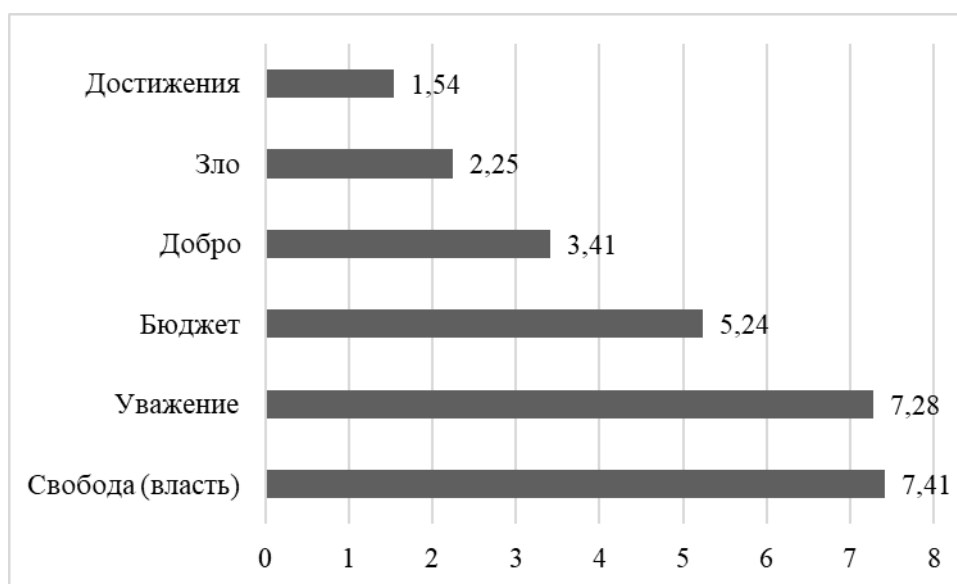


Рис. 4. Денежные установки испытуемых (среднегрупповые баллы)

Преобладающими установками по отношению к деньгам являются «уважение» (7,28 б.), «свобода (власть)» (7,41 б.), «бюджет» (5,24 б.). Респонденты считают, что человек, который сумел достичь материального благополучия, достоин уважения. В их понимании деньги расширяют возможности человека (хорошо выглядеть, комфортно жить, повышать образовательный уровень, путешествовать, управлять людьми и т.п.), но с ними необходимо бережно «обращаться» (планировать доходы и расходы, расходовать с пользой, делать накопления, инвестировать и т.д.).

Низкие значения наблюдаются по таким установкам, как «добро» (3,41 б.), «зло» (2,25 б.) и «достижения» (1,54 б.). Данные результаты свидетельствуют о том, что деньги не являются особой ценностью для респондентов, негативного отношения к деньгам они не испытывают и не считают их символом особого достижения, жизненных заслуг, так как нуждаются в денежных ресурсах в первую очередь для жизнеобеспечения.



Возможно, это связано с тем, что работники В2С сектора по роду деятельности каждый день сталкиваются с различными видами обращения с деньгами, в связи с чем деньги воспринимаются как рабочий инструмент, а не как нечто очень ценное и жизненно важное. Кроме того, в данной сфере деятельности нет возможности постоянно повышать уровень дохода (заработная плата стабильна), соответственно, деньги не считаются особой ценностью, как, например, у человека, играющего на бирже или бизнесмена.

Стоит отметить, что в анализируемой торговой организации существует практика материального поощрения в виде премий, но получить премию достаточно сложно, так как наравне с поощрениями существует и система штрафов (например, за недостачу товара расплачивается вся смена, включая кассиров и охранников, работавших в день недостачи). Кроме того, штрафы предусмотрены за опоздание, медлительность и т. п. Таким образом, в сложившихся условиях премия практически недостижима.

У испытуемых, считающих деньги символом уважения, преобладает стремление к достижению определенного социального статуса (9,88 б.) (рис. 5).

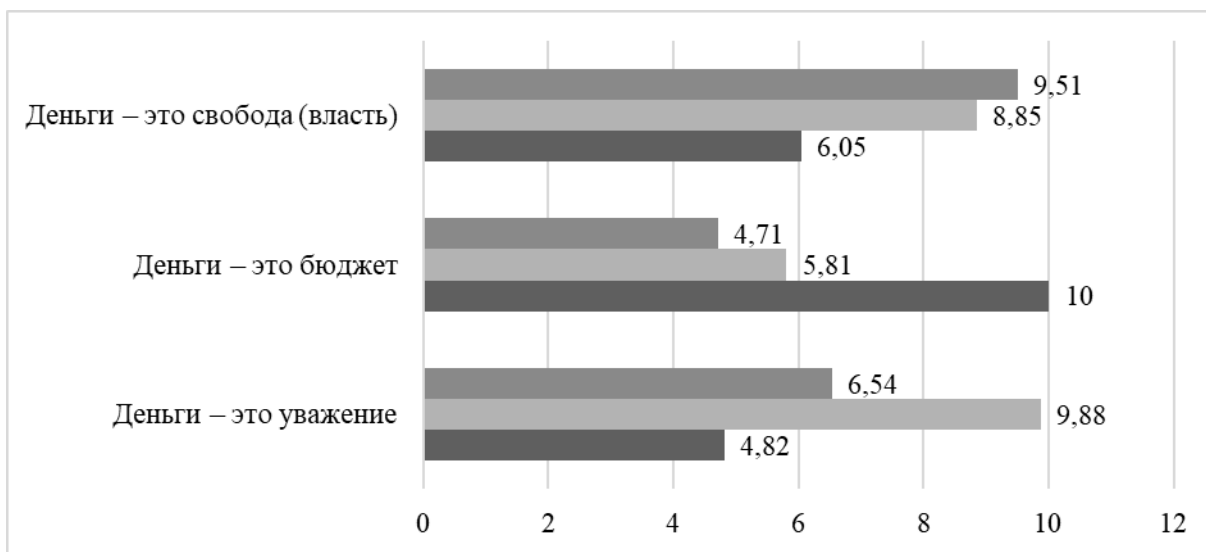


Рис. 5. Жизненные стремления испытуемых с различным отношением к деньгам (среднегрупповые баллы)

Средние значения наблюдаются у респондентов по жизненным стремлениям к жизнеобеспечению (4,28 б.) и к общению (6,54 б.). У респондентов, для которых деньги – это, в первую очередь, пополнение бюджета, наблюдаются высокие среднегрупповые значения по стремлению к жизнеобеспечению (10 б.), средние значения в данной группе выявлены по стремлениям к социальному статусу (5,81 б.) и общению (4,71 б.). Испытуемые, в понимании которых деньги – это свобода и власть, показывают высокие значения по жизненным стремлениям к социальному статусу (8,85 б.) и общению (9,52 б.).

Оценка полученных различий с помощью критерия Стьюдента подтвердила наличие достоверных различий между:

– денежными установками «уважение» и «бюджет» по стремлению к жизнеобеспечению  $t = 2,17$  (ткрит. 2,069;  $p < 0,05$ ), стремлению к достижению социального статуса  $t = \text{минус } 2,24$  (ткрит. 2,069;  $p < 0,05$ );

– денежными установками «уважение» и «свобода (власть)» по стремлению к общению  $t = \text{минус } 2,36$  (ткрит. 2,052;  $p < 0,05$ ).

Таким образом, у людей, в понимании которых с помощью денег можно повысить самоуважение и уважение окружающих, чаще встречается стремление к получению определенного социального статуса. В группе респондентов, для которых деньги, прежде всего, связаны с поддержанием достатка в собственном бюджете, чаще встречается стремление сделать жизнь более обеспеченной. Для испытуемых, считающих, что деньги дают, прежде всего, независимость и власть, чаще встречается стремление к установлению различных контактов, взаимодействию с людьми (особенно такими, которые могут быть полезными в достижении цели) (рис. 6).

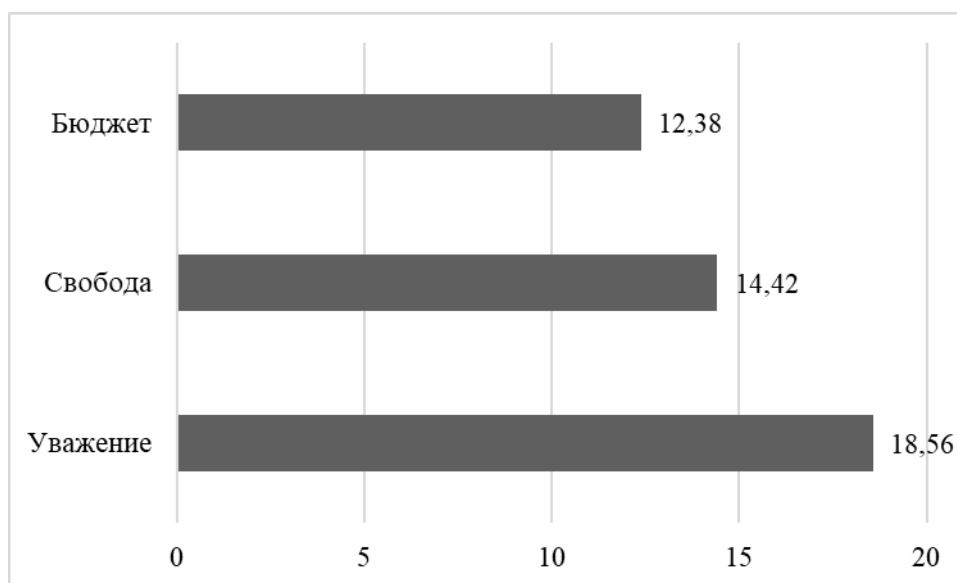


Рис. 6. Мотивация достижения успеха у людей с различным отношением к деньгам (среднегрупповые баллы)

Высокий уровень мотивации достижения успеха (18,56 б.) наблюдается у испытуемых, считающих деньги символом уважения. Средний уровень мотивации достижения наблюдается в группах испытуемых с денежными установками «бюджет» (12,38 б.) и «свобода» (14,42 б.). Анализ достоверности различий в уровне развитости мотивации достижения успеха подтвердил их значимость между группой респондентов с денежными установками «бюджет» и «уважение»  $t = 2,35$  (ткрит. 2,069;  $p < 0,05$ ).

Таким образом, высокий уровень мотивации к достижению успеха чаще встречается у людей, в понимании которых с помощью денег можно повысить самоуважение и добиться уважения со стороны окружающих. Такие люди стремятся заработать как можно больше денег, преодолевая препятствия и обходя риски, чтобы в результате получить уважение окружающих и повысить уважение к себе самому (рис. 7).

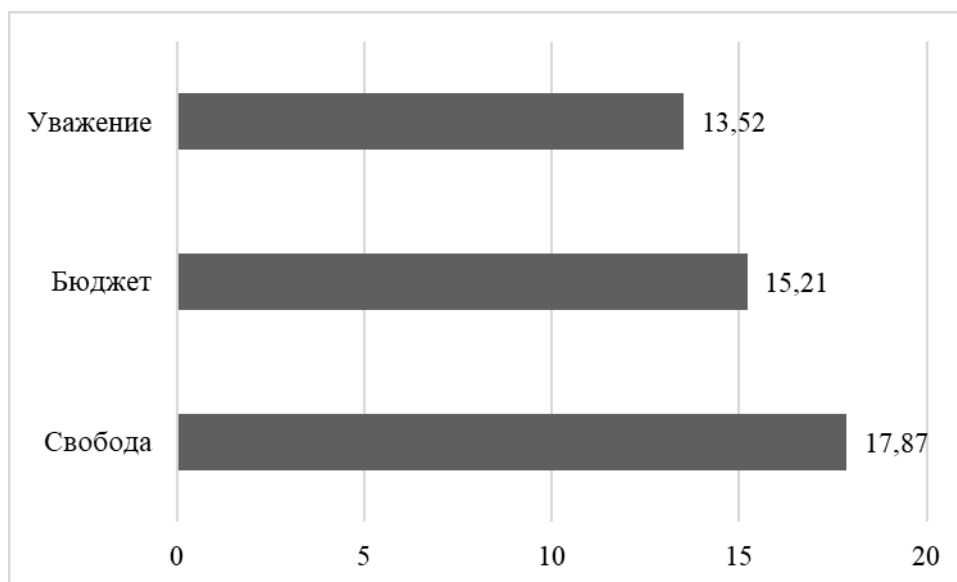


Рис. 7. Мотивация избегания неудач у людей с различным отношением к деньгам (среднегрупповые баллы)

Высокий уровень мотивации избегания неудач (17,87 б.) наблюдается у испытуемых с ведущей денежной составляющей «бюджет». Средний уровень мотивации избегания неудач наблюдается в группах испытуемых с денежными установками «уважение» (13,52 б.) и «свобода» (15,21 б.). Анализ достоверности различий в уровне развитости мотивации избегания неудач подтвердил их значимость между группами респондентов с денежными установками «бюджет» и «уважение»  $t = 2,54$  ( $t_{\text{крит.}} = 2,069$ ;  $p < 0,05$ ).

Таким образом, высокий уровень мотивации избегания неудач чаще встречается у людей, в понимании которых деньги являются, прежде всего, средством сохранения и пополнения бюджета. Такие люди бережно относятся к деньгам, не позволяют себе лишних расходов и поэтому следят за скидками и распродажами, не дают займы, приобретения совершают в проверенных торговых точках.

Анализ связи отношения к деньгам и особенностей мотивационной сферы представлен в табл. 1.

Таблица 1. Анализ связи отношения к деньгам и особенностей мотивационной сферы личности

Особенности мотивационной сферы	Отношение к деньгам		
	«Уважение»	«Бюджет»	«Свобода»
Стремление к жизнеобеспечению	0,05	<b>0,48</b>	0,04
Стремление к достижению социального статуса	<b>0,42</b>	0,23	0,03
Стремление к общению	0,07	0,17	<b>0,42</b>
Высокий уровень мотивации достижения успеха	<b>0,63</b>	0,08	0,16
Высокий уровень мотивации избегания неудач	0,12	<b>0,51</b>	0,29

Анализируя данные, можно выявить наиболее тесную связь между:

- стремлением к достижению определенного социального статуса и восприятием денег как символа достижения общественного уважения (0,42);
- высоким уровнем мотивации достижения и восприятием денег как символа уважения (0,63);
- стремлением к достатку в жизни и бережным отношением к деньгам (0,48);
- высоким уровнем мотивации избегания неудач и восприятием денег, как важнейшего средства пополнения бюджета (0,51);
- стремлением к общению и восприятием денег как символа власти и независимости (0,42).

По результатам исследования были сделаны следующие выводы:

- у торговых работников, считающих деньги символом уважения, чаще встречается стремление к достижению определенного социального статуса;
- у респондентов, воспринимающих деньги как символ достатка и дохода, преобладает жизненное стремление сделать собственную жизнь более обеспеченной;
- при восприятии денег как символа свободы и власти преобладает жизненное стремление к установлению различных контактов, взаимодействию с людьми (особенно такими, которые могут быть полезными в достижении цели);
- при восприятии денег как символа уважения повышается уровень мотивации к достижению успеха;
- при восприятии денег как символа сохранения бюджета повышается уровень мотивации избегания неудач.

Корреляционный анализ полученных данных подтвердил наличие связи между отношением к деньгам и особенностями мотивационной сферы по следующим параметрам: отношение к деньгам как к атрибуту, помогающему получить уважение окружающих, способствует развитию стремления к достижению успехов и общественного уважения; бережное отношение к деньгам связано со стремлением к достатку и материальному благополучию; стремление к сохранению бюджета и материальному благополучию способствует проявлению мотивации избегания неудач, осторожности в обращении с деньгами; материальная независимость способствует развитию социальных связей. По итогам исследования у респондентов было выявлено преобладание мотивации избегания неудач и слабое развитие рабочей направленности.

### **Список литературы**

1. Ганаза О.В. Формирование инновационно активного поведения работников предприятия // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2010. – № 6 (74). – С. 111-113.
2. Маслоу А. Мотивация и личность. Пер. с англ. – СПб., 2012.
3. Маслоу о менеджменте. Самоактуализация. Просвещенный менеджмент. Организационная теория. – СПб., 2003.
4. Наумов В.Н. Стратегические продажи: бизнес модель и методологические аспекты взаимодействия с покупателями // Стратегический менеджмент. – 2013. – № 21 – С. 36-52.
5. Озерникова Т.Г., Пономарчук М.А. Основные проблемы оценки конкурентоспособности политики оплаты труда в России // Известия Байкальского государственного университета. – 2016. – Т. 26, № 5. – С. 739–749. DOI: 10.17150/2500-2759.2016.26(5).739-749
6. Остапенко А.Д. Мотивация и удовлетворенность трудом. – М., 2012.
7. Официальный сайт группы компании «Слата». URL: <http://www.slata.ru> (дата обращения: 11.03.2018).
8. Петрова Е.А. Методические подходы к оценке системы адаптации персонала // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3: Экономика. Экология. – 2015. – № 3 (32). – С. 79-86. DOI: 10.15688/jvolsu3.2015.3.8

9. Розничная торговля, услуги населению, туризм // Федеральная служба государственной статистики. URL: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail) (дата обращения: 11.03.2018 г.).
10. Старова Ю.А. Оценка влияния эффективности системы мотивации предприятия на мотивационную сферу личности его сотрудников // Ученые записки Крымского инженерно-педагогического университета. Серия: Педагогика. Психология. – 2017. – № 1 (7). – С. 140-144.
11. Терехова Т.А. Психодиагностика. – Иркутск, 2010.
12. Gendolla G.H.E., Wright R.A. Updates on the development of Motivation Science // Motivation Science. – 2018. – No. 4 (1). – Pp. 1-3. DOI: 10.1037/mot0000102
13. Pinder C. Work Motivation in Organizational Behavior. – New York, 2008.
14. Prasetyo P., Amboningtyas D. The effect of motivation of work, leadership style, and organizational culture to performance of employee production furniture studies // Journal of Management. – 2018. – Vol. 4. – No. 4. – Pp. 1-9.
15. Riisgaard H. et al. Work motivation, task delegation and job satisfaction of general practice staff: a cross-sectional study // Family practice. – 2017. – Vol. 34. – No. 2. – Pp. 188-193. DOI: 10.1093/fampra/cmw142
16. Wolter S.C., Muehlemann S., Schweri J. Why Some Firms Train Apprentices and Many Others Do Not // German Economic Review. – 2006. – No. 7. – Pp. 249-264. DOI: 10.1111/j.1468-0475.2006.00155.x