

УДК 159.9

**Емельяненко А.В., Михайлова И.В.**

*Ульяновский государственный университет*

*432000, Ульяновская область, г. Ульяновск, ул. Льва Толстого, д. 42, Российская Федерация*

## ЖИЗНЕННАЯ И ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПОЗИЦИЯ ТОРГОВЫХ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ С ВЕРТИКАЛЬНОЙ И ГОРИЗОНТАЛЬНОЙ КАРЬЕРНОЙ НАПРАВЛЕННОСТЬЮ

### АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются результаты эмпирического исследования жизненной и профессиональной позиции торговых представителей. Диагностический и статический методы исследования позволили выявить наличие особенностей жизненной и профессиональной позиций у торговых представителей с различной карьерной направленностью. По итогам эмпирического исследования подтвердилась выдвинутая гипотеза о наличии различий в ценностных карьерных ориентациях, мотивационной структуре и социально-психологических установках личности торговых представителей с горизонтальной и вертикальной карьерной направленностью. Результаты, изложенные в данной статье, могут быть полезны в управленческом и организационном консалтинге.

### КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:

групповые феномены, жизненная и профессиональная позиция, ценностные карьерные ориентации, мотивационная структура, социально-психологические установки.

**A. Emelyanenkova, I. Mikhailova**

*Ulyanovsk State University*

*42, Lva Tolstogo ul., Ulyanovsk 432017, Russian Federation*

## LIFE AND PROFESSIONAL POSITION OF TRADING REPRESENTATIVES WITH VERTICAL AND HORIZONTAL CAREER DIRECTION

### ABSTRACT

The paper considers the empirical research results where sales representatives' life and professional position were studied. The diagnostic and static methods of research allowed to identify the fact that sales representatives with different career orientations have special features of life and professional positions. Based on the results of the empirical study, the hypothesis about the existence of differences in career values, motivational structure and socio-

psychological attitudes of sales representatives with a horizontal and vertical career orientation was confirmed. The results outlined in this article can be useful in management and organizational consulting.

**KEY WORDS:**

group phenomena, life and professional position, value career orientations, motivational structure, socio-psychological attitudes.

## ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

В контексте социокультурных вызовов современной России на рынке труда возрастает внимание работодателей к специалистам, которые, с одной стороны, имеют значительный профессиональный и жизненный опыт, а с другой – способны быстро реагировать на новейшие тенденции рынка услуг, предоставляемых их компанией, и, более того, не только следовать инновациям, но и разрабатывать новые технологии. Высочайший уровень профессионализма, демонстрируемый ими, означает то, что эти люди полностью состоялись как специалисты в своей профессии, готовы к дальнейшему продвижению и самосовершенствованию, осознают все роли и обязательства, накладываемые на них их деятельностью. Иными словами, у них сформирована жизненная и профессиональная позиция.

При понимании феноменов «жизненная позиция» и «профессиональная позиция» необходимо использовать комплексные, и прежде всего акмеологические, подходы [9]. В этом случае удаётся задействовать все контексты проблемы – образовательный, профессиональный, креативный и рефлексивный аспекты. Успешность специалиста в личностном, профессиональном и карьерном плане является сильным мотиватором для продолжения деятельности и достижения в ней высоких результатов. Вместе с тем, не стоит забывать тот факт, что социальные достижения не тождественны профессиональным достижениям, а профессиональная успешность слабо коррелирует с другими видами социальной успешности [11]. В современных исследованиях профессиональной успешности и профессиональной карьеры выделяют, например, важную роль стандартизации и неопределённости жизненного пути человеком [3]. Стандартизация жизненного пути предопределяет, прежде всего, достижение распространённых и значимых целей привычными и приемлемыми средствами для конкретного социального положения человека. Напротив, неопределённость как существенная характеристика современного общества требует от индивидов способности к самоорганизации и изменению своей жизни: в сфере карьеры это означает, что последняя становится организационным потенциалом индивида для выстраивания карьеры.

Мышление человека в процессе профессиональной деятельности, опираясь на связи научных знаний с социальными требованиями и культурными традициями [10], определяет стремление человека к карьерным продвижениям,

достижению более высокого положения в единой организационной иерархии. В современных условиях острой внешней и внутренней конкуренции, динамичного изменения спектра экономических факторов особое значение, действительно, приобретает внутреннее побуждение работника трудиться с максимальной добросовестностью, энергичностью, возможность повысить запасы этой энергии подчиненного и направлять её на достижение целей организации, при сохранении личной заинтересованности [2; 12]. Такие задачи постоянно сопровождают руководителей самых разных уровней и являются важным признаком компетентности руководителя. Именно по этим причинам всё больше российских организаций сегодня разрабатывают и воплощают в жизнь самые разные системы мотивирования персонала [1; 14].

Ещё одно важное положение, которое мы должны учитывать, исследуя профессиональную мотивацию – разграничение понятий «общетрудовой мотивации» и «профессиональной мотивации» [7]. Если следствие первой – общая диспозиция личности и отношения её к трудовой деятельности, то следствие второй – конкретная профессиональная деятельность [5].

Изучение мотивации основывается на разных концепциях. Например, «патерналистская» концепция выстраивалась на исследованиях Э. Деси и В. Врума [15]. Ими было выявлено, что удовлетворение собственной работой влечёт большее побуждение к её выполнению, и по мере роста награды индивид лучше работает, при этом вознаграждение может не зависеть от реальной продуктивности деятельности работника [8]. Д. Макгрегор выделял два вектора «теория X» и «теория Y» [13]. Первая базировалась на теории, которую разработал Ф. Тейлор, где пользовались вознаграждением в виде индивидуальной сдельной системы заработной платы и постоянным контролем за деятельностью работника, она получила название «Научного управления». Оказалось, что применять к сотрудникам инновационной организации данную практику недопустимо, так как при этом игнорируются потребность в самореализации и самоуважении (по терминологии А. Маслоу) [6], а именно в данном виде деятельности они несут в себе каталитические функции. Было выявлено, что весомую часть данной стороны потребностей можно удовлетворять, используя организационные мероприятия, на которых решения будут приниматься открыто и гласно. Однако при этом не стоит забывать и другую сторону теории А. Маслоу, согласно которой удовлетворением более высоких запросов нельзя достичь эффективности, пока не реализованы потребности на более низких уровнях.

## ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель данного исследования состояла в выявлении особенностей жизненной и профессиональной позиции торговых представителей с вертикальной и горизонтальной карьерной направленностью. Основное внимание было уделено ценностным карьерным ориентациям, мотивационной структуре и социально-психологическим установкам личности. Мы предпо-

ложили, что существуют отличия в перечисленных компонентах структуры жизненной и профессиональной позиции торговых представителей с горизонтальной и вертикальной карьерной направленностью.

В качестве психодиагностических методов использовались методики: «Диагностика ценностных ориентаций в карьере “Якоря карьеры” (Методика Э. Шейна, адаптирован В.А. Чикер и В.Э. Винокурова); «Диагностика мотивационной структуры личности» (В.Э. Мильман); «Диагностика социально-психологической установки личности в мотивационно-потребностной сфере» (О.Ф. Потемкиной). В качестве методов статистической обработки данных: критерий Манна-Уитни (для выявления статистических различий между группами торговых представителей с разной карьерной направленностью).

Исследование проводилось на базе ООО «Инновационные технологии» г. Самара. В исследовании приняли участие 52 человека (22 женщины и 30 мужчин, возраст от 22 до 46 лет), которые все работают торговыми представителями.

### АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ

Опираясь на методику «Якоря карьеры» Э. Шейна, мы выделили две интересующие нас группы для исследования: первая группа – торговые представители с преобладанием вертикальной карьерной направленности и вторая группа – с преобладанием горизонтальной карьерной направленности. Результаты специфики их ценностных карьерных ориентаций представлены в таблице 1.

**Таблица 1**

Выявление различий в видах карьерных ориентаций у торговых представителей с разной карьерной направленностью при помощи критерия Манна-Уитни

Вид карьерных ориентаций	Вертикальная карьерная направленность	Горизонтальная карьерная направленность	U эмп
профессиональная компетентность	5,894	8,0	182**
менеджмент	7,1	5,283	241*
автономия	8,2	4,2	190**
предпринимательство	10	9,35	310
стабильность места жительства	3,0	9,0	95**
служение	7,518	7,4	80**
вызов	4,0	4,1	351
интеграция стилей жизни	3,0	3,1	351

\*\* – различия при уровне значимости 0,001

\* – различия при уровне значимости 0,05

В процессе анализа данных (табл. 1) было отмечено, что группа, в которой доминирует вертикальная карьерная направленность, позиционировала себя как статусная. Они идентифицируют себя именно с управленческой группой в отличие от испытуемых второй группы (значимые различия по шкалам менеджмента и автономии). В противоположность им, во второй группе, с доминированием горизонтальной карьерной ориентации, профессиональная позиция совпадает с содержанием профессии, а не с должностью, вне зависимости от уровня иерархии. Напомним, что понятие профессиональной позиции, рассмотренное нами выше, предполагает устойчивую систему отношений индивида к определённой стороне трудовой деятельности, которая проявляется в форме поведения и поступка [9]. Жизненная и профессиональная позиции реализуются, прежде всего, в референтных группах, которыми в случае профессиональной позиции, являются профессиональные сообщества.

Торговые представители с выраженной вертикальной карьерной ориентацией ценят автономию и поэтому могут испытывать трудности, связанные с формальными правилами трудовой дисциплины и организационной культуры. Для них важен свой темп и свой стиль в работе, самостоятельность в поставке целей и в принятии решений, чтобы работа органично сочеталась с частной жизнью, помогала её выстраивать и дополняла финансовыми и статусными возможностями. В организации такой человек работать может эффективно при условии высокого уровня свободы выбора действия. С другой стороны, вторым приоритетом для данной группы является предпринимательство, они могут быть весьма успешны как в создании новых организаций, так и реализации независимых проектов на стыке разнообразных инноваций.

Торговые представители с выраженной горизонтальной карьерной ориентацией важным фактором своей работы считают, в первую очередь, стабильность места жительства, и даже перспектива роста по карьерной лестнице или новой работы не очень их мотивирует, если будет связана с другим городом или страной. Они не приемлют переезд и, более того, даже периодические командировки при изучении вакансий являются для них отталкивающим фактором. В этой группе получены высокие результаты по шкале, связанной с менеджментом (управлением). Одним из весомых устремлений испытуемых данной группы является управление. Человек с вертикальной карьерной ориентацией может иметь склонность к управлению самыми разными ресурсами или алгоритмами, например, такими как люди, проекты, любые бизнес-процессы. Сути это не изменяет – важными перспективами своего профессионального развития он видит личный контроль ситуации, причём это не всегда должна быть высокая должность, иногда могут предпочесть организационную роль «серого кардинала», которая очень устраивает их ощущением своего вмешательства и контроля, что создаёт чувство уверенности.

Среди общих результатов для обеих карьерных направленностей отметим высокий уровень желаемого удовлетворения социально-коммуникативного мотива в сфере рабочих обязанностей. В основе деятельности торговых представителей лежит общение с людьми разного возраста и опыта, поэтому для эффективного выполнения обязанностей требуется либо ярко выраженная мотивация аффилиации, либо значительные ресурсы на восстановление, если рабочая ситуация воспринимается как принудительное общение.

Методика «Мотивационная структура личности» В.Э. Мильмана позволила нам исследовать мотивационную структуру у испытуемых с разной карьерной направленностью при помощи критерия Манна-Уитни, который позволяет оценить различия между двумя выборками (в нашем случае у испытуемых с разной карьерной направленностью) в каждой мотивационной структуре (табл. 2).

**Таблица 2**

Выявление различий в мотивационном профиле у испытуемых с разной карьерной направленностью при помощи критерия Манна-Уитни

Мотивационный профиль	Вертикальная направленность		U м/у Идеальным	Горизонтальная направленность		U – м/у Реальным
	Идеальный	Реальный		Идеальный	Реальный	
Поддержание жизнеобеспечения	10,96	6,78	240*	12,0	6,0	310
Комфорт	10,48	8,05	320	10,0	5,0	215**
Социальный статус	9,33	10,47	185**	6,7	6,0	190**
Общение	11,6	12,6	260	8,0	9,0	290
Общая активность (деятельность)	11,23	8,77	95**	4,0	9,0	310
Творческая активность	13,47	10,27	115**	6,0	4,0	90**
Общественная полезность (общественная деятельность).	10,76	11,72	240*	6,0	7,0	230*

\*\* – различия при уровне значимости 0,001

\* – различия при уровне значимости 0,05

Торговым представителям с вертикальной направленностью свойственно добиваться не только комфорта, но и лучшего социального статуса для себя и своих близких. Для них характерна творческая активность, нежели

для торговых представителей с горизонтальной направленностью. Торговые представители с вертикальной направленностью в карьерных ориентациях считают, что они приносят пользу обществу, а вот торговые представители с горизонтальной направленностью полагают, что занимаются бесполезным делом или же у них снижен уровень личностной значимости общественной полезности их профессиональной деятельности. Возможно именно с этим пониманием и связан пониженный уровень комфорта и творческой деятельности у торговых представителей с горизонтальной направленностью.

В ходе исследования установлены различия в идеальных представлениях у торговых представителей с разными карьерными ориентациями. По идеальному мотивационному профилю было установлено различие в поддержке жизнеобеспечения – торговым представителям с вертикальной направленностью достаточно того, что они имеют сейчас, а представители горизонтальной направленности желают получить больше, чем у них сейчас имеется. Мы можем предположить, что это связано с уровнем комфорта жизни, который не удовлетворяет торговых представителей с горизонтальной направленностью.

Также нами были получены различия и в идеальных представлениях о социальном статусе, общей активности, творческой активности, общественной полезности. Торговым представителям с вертикальной направленностью в карьерных ориентациях хочется повысить социальный статус, может быть даже получить власть, в отличие от представителей с горизонтальной направленностью.

Нами были проанализированы мотивационный профиль, проявляющийся в идеальных и реальных фактах общежитической и рабочей сфер. На основании результатов исследования можно сделать вывод о ведущем значении мотивации в структурах мотивационных сфер личности в связи с рабочей ситуацией. При этом вне зависимости от карьерной направленности у испытуемых преобладает внутренняя мотивация, им важно ощущать значимость своей работы и чувствовать, что они справляются с ней. С другой стороны, внешние мотиваторы как положительные, так и отрицательные, также способны оказывать на них влияние, создавая оптимальный рабочий климат и адекватную личную профессиональную позицию. Такой результат, скорее, связан как с особенностью выстроенной системы управления, так и с личностными качествами индивида.

При рассмотрении мотивационного профиля следует отметить высокий уровень мотивов «поддержка – комфорт» и «рост». Как идеальному, так и реальному профилю соответствует преобладание группы мотивов роста над группой мотивов потребительских тенденций, т. е. потребительской мотивацией. В результате можно оценивать мотивационные профили торговых представителей как с вертикальной, так и с горизонтальной карьерной направленностью, как ориентированные на личностный рост и самореализацию.

Вместе с тем, если в рабочих сферах уровень мотива «роста» больше уровня желаемого мотива «комфорта», то общежитейская сфера демонстрирует противоположные тенденции, и мотив «комфорта» доминирует над мотивом «роста». Такие противоречия могут говорить о внутреннем конфликте личности, которая, с одной стороны, стремится к продуктивности и успешности в профессиональной сфере, а с другой – ограничивает личностный ресурс специалиста в рамках целостного и гармоничного развития личности.

Обобщённый мотивационный профиль (как сумма параметров в общежитейской и рабочей сферах) по своим характеристикам приближается к рабочему профилю, как в идеальной, так и реальной оценках, на основании чего можно сделать вывод о том, что у испытуемых в мотивационной структуре личности доминируют мотивы, носящие производственный характер, для них важна работа, и они воспринимают её как неотъемлемую часть своей жизни.

Также в рамках исследования мы изучили социально-психологические установки личности в мотивационно-потребностной сфере у торговых представителей с разной карьерной направленностью по методике О.Ф. Потемкиной (табл. 3).

**Таблица 3**

Выявление различий социально-психологических установок личности в мотивационно-потребностной сфере у торговых представителей с разной карьерной направленностью при помощи критерия Манна-Уитни

	вертикальная направленность	горизонтальная направленность	U эмп
процесс	5	9	210**
результат	9	6	240*
альтруизм	3	6	250*
эгоизм	6	6	594,5
труд	5	6	415
деньги	10	10	598
свобода	10	9	418
власть	9	6	248*

\*\* – различия при уровне значимости 0,001

\* – различия при уровне значимости 0,05

Как и торговые представители с вертикальной, так и с горизонтальной направленностью в карьерных ориентациях имеют высокие значения по шкале ориентации на деньги. Данные результаты, по нашему мнению, вполне объяснимы, поскольку человек, как правило, выполняя свои профессиональные задачи, ориентируется на заработную плату. Вместе с тем, есть

достоверные различия в социально-психологических установках личности в мотивационно-потребностной сфере у торговых представителей с разной карьерной направленностью. Так, торговые представители с вертикальной направленностью больше ориентированы на результат в профессиональной деятельности, в то время, как торговым представителям с горизонтальной направленностью в большей степени важен процесс.

Выявлено, что торговые представители с вертикальной направленностью меньше направлены на альтруизм в работе, в то время как торговые представители с горизонтальной направленностью могут бескорыстно выполнить какую-либо профессиональную задачу.

Кроме того, по результатам исследования было обнаружено, что торговые представители с вертикальной направленностью больше ориентированы на власть и отношения в стиле «руководитель – подчинённый», а торговые представители с горизонтальной направленностью не обращают на властные структуры какого-либо значимого внимания.

Один из наиболее весомых показателей связан с установкой на деньги, что свидетельствует о значимости жизненной и профессиональной позиции испытуемых нашей выборки, так как торговые представители изначально ориентированы на увеличение благосостояния как своего, так и организации, повышения её престижа в глазах потенциальных потребителей. Второй по величине показатель символизирует ориентацию на власть, он весомо меньше значения финансового стимулирования, что может означать, что испытуемые не придают серьёзного значения влиянию на другого человека, на общество, если это не приносит прибыли.

Результаты по методике соотнесения показателей всех шкал позволили выделить в целом по выборке три доминирующих типа мотивационного профиля: прогрессивный, импульсивный и стенический. Преобладающее большинство торговых представителей нашей выборки с вертикальной карьерной направленностью можно отнести к прогрессивному типу мотивационного профиля, главной чертой которого является преобладание мотива личного роста над мотивами поддержания. Как правило, такой тип характеризует индивидов, которым удаётся достигать успехов в работе. Кроме того, такие результаты показывают личности, имеющие социально направленную позицию. Импульсивный тип был выделен в выборке с горизонтальной направленностью. Это может быть связано с внутренними мотивационными конфликтами личности, поисками себя как в рабочем и профессиональном плане, так и в своей жизненной позиции в целом.

Жизненная позиция специалиста, наряду с профессиональной позицией, выступает одним из основных направлений развития персонала предприятия любого типа и форм собственности, если оно заинтересовано в повышении конкурентоспособности своего бизнеса, удержания квалифицированных специалистов и увеличения прибыли [4].

## ВЫВОДЫ

Было проведено эмпирическое исследование с целью выявить особенности жизненной и профессиональной позиции торговых представителей с вертикальной и горизонтальной карьерной направленностью. Выделены две соответствующие эмпирические группы.

Торговые представители с вертикальной карьерной направленностью больше ориентированы на автономию, управление (менеджмент) и служение. Торговые представители с горизонтальной карьерной направленностью ориентированы на развитие профессиональной компетентности и стабильности места жительства. Таким образом, профессиональная позиция торговых представителей с вертикальной карьерной направленностью отличается статусностью, а торговых представителей с горизонтальной карьерной направленностью – ориентацией на профессиональные компетенции и глубину знаний своего дела.

Был изучен мотивационный профиль торговых представителей с разной карьерной ориентацией. Торговые представители с вертикальной карьерной направленностью в реальной жизни ориентированы на социальный статус и комфорт, достигнув который они могут позволить себе как личную творческую активность, так и деятельность на благо общества. Торговые представители с горизонтальной карьерной направленностью своим идеалом видят повышение уровня жизнеобеспечения, а торговые представители с вертикальной карьерной направленностью стремятся к более высокому социальному статусу и разного вида активной деятельности.

Также были рассмотрены социально-психологические установки личности в мотивационно-потребностной сфере у торговых представителей с разной карьерной направленностью. Торговые представители с вертикальной карьерной направленностью ожидаемо ориентированы на власть и результат, а торговые представители с горизонтальной карьерной направленностью ориентированы на непосредственно процесс деятельности и альтруизм.

Таким образом, жизненная позиция торговых представителей с вертикальной карьерной направленностью отличается стремлением к личному максимальному комфорту (фешенебельности) и публичной демонстрации своей успешности, а жизненная позиция торговых представителей с горизонтальной карьерной направленностью отличается удовлетворением необходимых и доступных личных благ.

Практическая значимость исследования состоит в том, что понимание механизмов формирования профессиональной позиции работника даёт руководителю возможность реализовать эффективное управление персоналом и его мотивацию и, следовательно, увеличивает производительность труда, что в свою очередь повышает конкурентоспособность предприятия и в итоге обеспечивает рост экономики страны в целом. Помимо этого, за-

действуя механизмы внутренней мотивации, каждый человек получает возможности для полной самореализации, что повышает уровень удовлетворённости жизнью и служит личным интересам индивида.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Алимova А.И. Технология мотивационного воздействия на субъект труда // Молодой учёный. 2012. № 9. С. 237–240.
2. Веснин В.Р. Основы менеджмента. М.: Триада-ЛТД, 2016. 430 с.
3. Глузман Н.А., Горбунова Н.В. Профессионализм педагога: успешность и карьера : монография. Ялта, 2017. С. 125–205.
4. Егоршин А.П. Мотивация трудовой деятельности. М.: Инфра-М, 2011. 378 с.
5. Кабушкин Н.И. Основы менеджмента : учебное пособие. 3-е изд. Минск: Новое знание, 2017. 332 с.
6. Маслоу А. Мотивация и личность : пер. с англ. СПб.: Питер, 2016. 352 с.
7. Махорт Н. Проблема мотивации в трудовой деятельности // Управление персоналом. 2002. № 7. С. 35–37.
8. Нюттен Ж. Мотивация, действие и перспектива будущего : пер. с англ. М.: Смысл, 2014. 607 с.
9. Подходы к изучению понятий «позиция» и «профессиональная позиция» в психологии / Е.М. Кочнева, Д.В. Жарова, Е.А. Костылева, Т.Г. Харитоновна // Азимут научных исследований: педагогика и психология. 2017. Т. 6. № 2 (19). С. 255–259.
10. Соколова А.С., Сергеева М.Г. Профессиональная карьера и «образование для карьеры» в современном социуме // Профессиональное образование и общество. 2016. № 3 (19). С. 8–127.
11. Толочек В.А. Профессиональная карьера как социально-психологический феномен. М.: Институт психологии РАН, 2017. 262 с. (Фундаментальная психология – практике).
12. Уколов Р.А. Ценности труда и профессионально-карьерного роста среди молодежи: результаты социологического исследования // Теория и практика общественного развития. 2014. № 15. С. 25–29.
13. Управление персоналом : учебник для вузов / под ред Т.Ю. Базарова, Б.Л. Еремина. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Юнити-Дана, 2013. 560 с.
14. Федотова С.В. Антикризисная мотивационная программа персонала организации // Бухгалтерский учёт. 2009. № 8. С. 67–70.
15. Цуканов Н.Н. Цели и мотивы деятельности менеджера как факторы, влияющие на его эмоциональное выгорание : автореф. дис. ... канд. псих. наук. Казань, 2012. 20 с.

#### REFERENCES

1. Alimova A.I. [Technology of motivational influence on the subject of labour]. In: *Molodoi uchenyi* [The young scientist], 2012, no. 9, pp. 237–240.
2. Vesnin V.R. *Osnovy menedzhmenta* [Fundamentals of management]. Moscow, Triada-LTD Publ., 2016. 430 p.

3. Gluzman N.A., Gorbunova N.V. *Professionalizm pedagoga: uspehnost' i kar'era* : [The professionalism of the teacher: career and success]. Yalta, 2017, pp. 125–205.
4. Egorshin A.P. *Motivatsiya trudovoi deyatel'nosti* [Motivation of labor activity]. Moscow, Infra-M Publ., 2011. 378 p.
5. Kabushkin N.I. *Osnovy menedzhmenta* [Fundamentals of management]. Minsk, New knowledge Publ., 2017. 332 p.
6. Maslou A. *Motivatsiya i lichnost'* [Motivation and personality]. St. Petersburg, Piter Publ., 2016. 352 p.
7. Makhort N. [The problem of motivation in the workforce]. In: *Upravlenie personalom* [Personnel management], 2002, pp. 35–37.
8. Nyutten Zh. *Motivatsiya, deistvie i perspektiva budushchego* [Motivation, action and future prospects]. Moscow, Sense Publ., 2014. 607 p.
9. Kochneva E.M., Zharova D.V., Kostyleva E.A., Kharitonova T.G. [Approaches to the study of the concepts “position” and “professional position” in psychology]. In: *Azimuth nauchnykh issledovaniy: pedagogika i psikhologiya* [Azimuth of scientific research: pedagogy and psychology], 2017, vol. 6, no. 2 (19), pp. 255–259.
10. Sokolova A.S., Sergeeva M.G. [Career and the “education to career” in modern society]. In: *Professional'noe obrazovanie i obshchestvo* [Vocational education and society], 2016, no. 3 (19), pp. 8–127.
11. Tolochek V.A. *Professional'naya kar'era kak sotsial'no-psikhologicheskii fenomen* [Professional career as a socio-psychological phenomenon]. Moscow, Institute of psychology RAS, 2017. 262 p. (Fundamental psychology to practice).
12. Ukolov R.A. [The value of labour and vocational career among young people: results of sociological research]. In: *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya* [Theory and practice of social development], 2014, no. 15, pp. 25–29.
13. Bazarov T.Yu., Eremin B.L., eds. *Upravlenie personalom : uchebnik dlya vuzov* [Personnel management : textbook for universities]. Moscow, Yuniti-Dana Publ., 2013. 560 p.
14. Fedotova S.V. [Crisis motivation program of the personnel of the organization]. In: *Bukhgalterskii uchët* [Accountancy], 2009, no. 8, pp. 67–70.
15. Tsukanov N.N. *Tseli i motivy deyatel'nosti menedzhera kak faktory, vliyayushchie na ego emotsional'noe vygoranie : avtoref. dis. ... kand. psikhol. nauk* [The goals motives and activities of the manager as the factors of emotional burn-out : abstract of PhD thesis in Psychological sciences]. Kazan, 2012. 20 p.

## ДАТА ПУБЛИКАЦИИ

Статья поступила в редакцию: 27.07.2018

Статья размещена на сайте: 07.09.2018

## БЛАГОДАРНОСТИ / ACKNOWLEDGMENTS

Статья выполнена в рамках гранта № 18-413-730015\18 РФФИ «Когнитивные атрибуты групповых феноменов информационной среды в контексте социокультурных вызовов на территории Ульяновской области»

The paper is fulfilled within the grant No. 18-413-730015\18 of Russian Foundation of Basic Research "Cognitive attributes of group phenomena of the information environment in the context of socio-cultural challenges on the territory of Ulyanovsk region".

### **ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ / INFORMATION ABOUT THE AUTHORS**

*Емельяненко Анна Валерьевна* – кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии и педагогики, Ульяновский Государственный Университет; e-mail: annaemelyanenkova@gmail.com

*Михайлова Ирина Викторовна* – кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии и педагогики, Ульяновский Государственный Университет; e-mail: 44kd11@gmail.com

*Anna V. Emelyanenkova* – PhD of Psychological Sciences, Associate Professor at the Department of Psychology and Pedagogy, Ulyanovsk State University, Russia; e-mail: annaemelyanenkova@gmail.com

*Irina V. Mikhailova* – PhD of Psychological Sciences, Associate Professor at the Department of Psychology and Pedagogy, Ulyanovsk State University; e-mail: 44kd11@gmail.com

### **ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ / FOR CITATION**

Емельяненко А.В., Михайлова И.В. Жизненная и профессиональная позиция торговых представителей с вертикальной и горизонтальной карьерной направленностью // Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). 2018. № 3. URL: [www.evestnik-mgou.ru](http://www.evestnik-mgou.ru)

Emelyanenkova A.V., Mikhailova I.V. Life and professional position of trading representatives with vertical and horizontal career direction. In: *Bulletin of Moscow Region State University (e-journal)*, 2018, no. 3. URL: [www.evestnik-mgou.ru](http://www.evestnik-mgou.ru)