

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В.Н.КАРАЗІНА

ФАКУЛЬТЕТ ПСИХОЛОГІЇ

КАФЕДРА ПРИКЛАДНОЇ ПСИХОЛОГІЇ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему: Особливості соціально-комунікативних навичок у продавців-консультантів з різним рівнем професійної успішності

Студентки 2 курсу групи ЗПС-61 другого (магістерського) рівня вищої освіти освітньо-професійної програми «Психологія» за спеціальністю 053 – ПСИХОЛОГІЯ
Людмили ВАТАГІНОЇ

Керівник: к. психол. н., ст. викл ЗВО
Павло СЕВОСТ'ЯНОВ

Чотирьохрівнева шкала оцінювання _____
Кількість балів: _____

Члени комісії _____
(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ КАТЕГОРІЙ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАТИВНИХ НАВИЧОК ОСОБИСТОСТІ, ПРОФЕСІЙНОЇ УСПІШНОСТІ ТА ПСИХОЛОГІЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОДАВЦІВ-КОНСУЛЬТАНТІВ.....	8
1.1. Поняття професійної успішності особистості.....	8
1.2. Поняття соціально-комунікативних навичок особистості.....	13
1.3. Психологічні особливості особистості професії продавця-консультанта ...	17
Висновки до розділу I	21
РОЗДІЛ II. МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАТИВНИХ НАВИЧОК У ПРОДАВЦІВ-КОНСУЛЬТАНТІВ З РІЗНИМ РІВНЕМ ПРОФЕСІЙНОЇ УСПІШНОСТІ	23
1.1. Мета та завдання дослідження; характеристика вибірки досліджуваних....	23
2.2. Методи дослідження	24
Висновки до розділу II.....	30
РОЗДІЛ III. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАТИВНИХ НАВИЧОК У ПРОДАВЦІВ-КОНСУЛЬТАНТІВ З РІЗНИМ РІВНЕМ ПРОФЕСІЙНОЇ УСПІШНОСТІ.....	31
3.1. Розробка процедури діагностики професійної успішності продавців-консультантів та її вимірювання	31
3.1.1. Розробка та валідизація опитувальника для оцінки професійної успішності продавців-консультантів керівництвом.....	31
3.1.2. Дослідження суб'єктивної оцінки продавцями-консультантами власної професійної успішності	37
3.2. Виділення рівнів професійної успішності продавців-консультантів	39
3.3. Порівняльний аналіз виразності соціально-комунікативних навичок у продавців-консультантів з різним рівнем професійної успішності.....	43

3.3.1. Порівняльний аналіз виразності показників комунікативних і організаторських схильностей у продавців-консультантів з різним рівнем професійної успішності	43
3.3.2. Порівняльний аналіз виразності показників комунікативної соціальної компетентності у продавців-консультантів з різним рівнем професійної успішності	45
3.3.3. Порівняльний аналіз виразності показників соціального інтелекту у продавців-консультантів з різним рівнем професійної успішності.....	49
Висновки до розділу III	51
ВИСНОВКИ.....	54
ЛІТЕРАТУРА	57

ВСТУП

Актуальність проблеми. Враховуючи тривалу повномасштабну війну в Україні, що забирає на себе більшість суспільного інтересу, останнім часом економічна складова існування країни дещо обділяється увагою, - і, в тому числі, це стосується поточних наукових досліджень. Проте, ця складова є не менш важливою, - і з позиції підтримки держави в непростих умовах бойових дій, і в плані перспективного післявоєнного відновлення країни.

Однією з головних основ економічних процесів завжди була і є торгівля. І в якості предмету дослідження вона виступала не тільки в економіці, а й, зокрема, у психології, де регулярно вивчається психологія купівельної поведінки (І. Цимбалюк), психологічні особливості торгівельного обслуговування (С. Решміділова), психологічна складова впливу на специфіку поведінки споживачів та продавців у сфері торгівлі (В. Берекеля) та багато іншого. Проте, з огляду на сьогоденне зростання поширення великих мережевих точок продажів товарів, все більшої актуальності наразі набуває дослідження такої соціальної категорії торгівельної галузі, як продавці-консультанти.

Поєднавши останній чинник із зазначеною вище важливістю торгівлі для нашого суспільства, ми виходимо на актуальність питання професійної успішності продавців-консультантів, адже, враховуючи усі перелічені моменти, ця успішність багато в чому визначає ефективність економічно-торгівельних процесів аж до макроекономічного рівня. І, маючи на увазі саме вказаних фахівців, основою професійної діяльності яких є безпосередня взаємодія з покупцями, що, безперечно, передбачає соціально-комунікативну інтеракцію як важливий інструмент торгівлі, в рамках даної роботи ми націлюємось на дослідження особливостей соціально-комунікативних навичок у продавців-консультантів з різним рівнем професійної успішності.

Мета роботи: дослідити особливості соціально-комунікативних навичок у продавців-консультантів з різним рівнем професійної успішності

Об’єкт – соціально-комунікативні характеристики особистості.

Предмет – соціально-комунікативні навички в контексті професійної успішності продавців-консультантів.

Завдання:

1) Провести теоретичний аналіз категорій соціально-комунікативних навичок особистості, професійної успішності та психологічних особливостей професійної діяльності продавців-консультантів.

2) Розробити процедуру діагностики професійної успішності продавців-консультантів та виміряти її.

3) Виділити рівні професійної успішності продавців-консультантів.

4) Визначити виразність соціально-комунікативних навичок продавців-консультантів.

5) Провести порівняльний аналіз виразності соціально-комунікативних навичок у продавців-консультантів з різним рівнем професійної успішності.

Гіпотеза: ми припускаємо, що розвиненість соціально-комунікативних навичок у продавців-консультантів, є пов’язаною з високим рівнем професійної успішності за такими її складовими, як компетентісна, поведінкова та особистісна.

Методики:

1) Опитувальник для оцінки професійної успішності продавців-консультантів керівництвом, створений на основі чек-листа HR-менеджерів з фіксації професійної ефективності співробітників.

2) Метод бальних оцінок Ф. Гальтона для визначення суб’єктивної оцінки власної професійної успішності продавцями-консультантами (в авторській модифікації).

3) Методика виявлення й оцінки комунікативних і організаторських схильностей (КОС-2) в адаптації О. Ігнатович.

4) Методика «Діагностика комунікативної соціальної компетентності (КСК)» (україномовна адаптація – Г. Товканець).

5) Методика діагностики соціального інтелекту Тромсе (The Tromsø Social Intelligence Scale) TSIS – адаптація К. Кузьміної.

Методи статистичної обробки даних:

1) Критерій перевірки розподілу на нормальність Колмогорова-Смирнова.

2) Описові статистики – для вивчення міри виразності соціально-комунікативних навичок та показників професійної успішності у продавців-консультантів.

3) В ході апробації авторського опитувальника з метою перевірки його психометричних характеристик застосовувався кореляційний аналіз Спірмена (для виявлення зв'язків пунктів опитувальника з інтегральним показником, а також – для критеріальної валідизації) та розрахунок внутрішньої погодженості за допомогою коефіцієнту Альфа-Кронбаха. Крім того, для перевірки факторної структури опитувальника використовувався конфірматорний факторний аналіз.

4) Для порівняння виразності зовнішніх оцінок успішності професійної діяльності продавців-консультантів, наданих експертами, та суб'єктивних оцінок даної успішності самих працівників було застосовано критерій Манна-Уїтні для незалежних вибірок.

5) Для виділення груп продавців-консультантів з різними рівнями професійної успішності – кластерний аналіз (метод К-середніх). Також в рамках даної процедури перед кластеризацією з метою зниження розмірності шкалювання було застосовано експлораторний факторний аналіз (метод головних компонент, з обертанням Варімакс).

6) Для порівняння груп продавців-консультантів з різними рівнями професійної успішності використовувався метод Краскелла-Уолліса для незалежних вибірок.

Зазначені методи математичної статистики застосовувалися із використанням програм IBM SPSS v. 23 та JASP v. 0.19.

Вибірка. У дослідженні взяли участь 146 продавців-консультантів мережевих магазинів з продажу побутової техніки «Фокстрот», «Епіцентр», «Комфі» та «Алло» у містах Харків, Київ, Дніпро і Умань (87 чоловічої статі; 59 - жіночої). Вік досліджуваних – від 18 до 38 років. Також у роботу з метою оцінки професійної успішності досліджуваних в якості експертів було залучене пряме

керівництво досліджуваних, яке безпосередньо взаємодіє із зазначеними працівниками в ході виконання робочих обов'язків (заступники директорів, менеджери з персоналу, HR-и тощо – загальною кількістю 21 особа).

В ході формування вибірки нами також був врахований чинник стажу роботи продавців-консультантів. З одного боку він мав бути достатнім для того, щоб пряме керівництво, що виступало в якості експертів з визначення виразності професійної успішності, мало достатньо інформації для максимально валідної оцінки підлеглих. З іншого боку, розкид у стажі не мав бути великим настільки, щоб така змінна, як професійний досвід, могла значною мірою вплинути на вдосконалення робочих навичок, - отже й на професійну успішність. У підсумку стаж роботи досліджуваних на посаді продавців-консультантів визначався межами від двох до п'яти років.

Дослідження було проведено з дозволу регіонального керівництва вказаних торгівельних мереж.

Практична значущість роботи полягає в тому, що можливе виявлення найбільш професійно-успішного типу продавців-консультантів з типовими, притаманними йому соціально-комунікативними особливостями в перспективі зможе надати знання, які стануть у нагоді при здійсненні профвідбору на посаду продавця-консультанта, а також – для підвищення професійної компетентності зазначених фахівців через вплив на їхні соціально-комунікативні характеристики (в рамках консультацій, тренінгів і т.д.).

РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ КАТЕГОРІЙ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАТИВНИХ НАВИЧОК ОСОБИСТОСТІ, ПРОФЕСІЙНОЇ УСПІШНОСТІ ТА ПСИХОЛОГІЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОДАВЦІВ-КОНСУЛЬТАНТІВ

1.1. Поняття професійної успішності особистості

Сучасні суспільно-економічні відносини, з огляду на постійний прогрес в різних аспектах, характеризуються зростанням виразності низки параметрів: ринкової конкуренції, вмотивованості успіхом, вимог до компетентності професіоналів, динамічності робочих процесів тощо. В умовах поєднання усіх цих чинників неодмінно постає питання пов'язаності професійної успішності та ефективності праці.

З даним твердженням повністю погоджується Г. Гуменюк [7], проте, як відзначає автор, ефективність праці не може бути тотожна професійній успішності, адже остання є набагато ширшим поняттям, адже вона охоплює не тільки роботу як об'єкт активності, а й особистість як суб'єкт, від якого ця активність йде.

Дане положення підтверджується в рамках значного узагальнюючого аналізу Т. Скорик, яка виявила кілька основних положень, що стосуються феномену професійної успішності [31]. По-перше, мова йде про мультифакторність та інтегративність природи професійної успішності в контексті її здатності характеризувати самого суб'єкта активності. Згідно з дослідницею, змістовно це визначається поєднанням специфіки професійної діяльності та набору особистісних рис, які у більшій чи меншій мірі пов'язані з цією діяльністю. Тут можна говорити і про відповідність виразності професійно важливих якостей кваліфікаційним та професійним вимогам, і про мотиваційне узгодження особистісного та діяльнісного компонентів і т.д.

По-друге, Т. Скорик відзначає, що професійна успішність має обов'язково передбачати комплекс внутрішніх та зовнішніх оцінок, що визнають діяльність успішною. Якщо хоча б одна з цих складових вказує на інше, про професійний успіх говорити не можна. Наприклад, якщо сама людина вважає себе успішною у роботі,

проте, певні об'єктивні критерії це не підтверджують, або навпаки, - людина досягає значного професійного визнання при тому що сама є незадоволеною своїми трудовими звершеннями, - вона не може вважатися професійно успішною.

Нарешті, по-третє, - те, що частково витікає з попереднього твердження, - з-поміж зовнішніх та внутрішніх чинників, що пов'язані з професійною успішністю, пріоритетними є останніми, - тобто, фактори, що йдуть від самої особистості: емоційні переживання, установки, устремління, здібності, особистісні якості, система цінностей тощо. На думку дослідниці, це зумовлюється тим, що природа професійної діяльності не дозволяє цій активності трансформуватися, адаптуючись під особистість, адже в такому разі буде змінюватися її функціонал і, відповідно спроможність досягати цілей, задля яких ця діяльність і виникла. Натомість, особистість є більш варіативним феноменом, - отже тільки вона спроможна успішно опанувати професійну діяльність в залежності від варіювання власних параметрів [31].

К. Чучиліна говорить про чотирьохфакторну структуру професійної успішності [37]. Згідно з авторкою, одним з найголовніших елементів даного феномену є працездатність як соціально-фізіологічний параметр індивіда, що відповідає за спроможність людини утримувати виконання роботи на прийнятному рівні якості та ефективності. Другий фактор – результативність праці – зовнішня характеристика успішності, що визначається виконанням або невиконанням поставлених в рамках професійних обов'язків завдань. Третій – ефективність діяльності – параметр, що визначається співвідношенням витрачених зусиль та ресурсів особистості з досягнутими результатами. Нарешті, четвертий фактор – продуктивність праці – характеристика, що вказує на підтвердження або не підтвердження абсолютної робочої результативності суб'єкта праці.

Варто сказати, що сьогодні виділення соціально-фізіологічного параметру (працездатності) у структурі професійної успішності викликає в наукових колах низку суперечностей. Так, А. Авер'янова відзначає, що біологічна детермінація професійної успішності унеможливорює реалізацію останньої в певних видах професійної діяльності [1]. Проте, реальність вказує на протилежне, і сьогодні ми

маємо можливість регулярно спостерігати за тим, як прогнозовано невідповідні за фізіологічними параметрами робочій специфіці особистості перевершують у професійній успішності тих, хто теоретично мав демонструвати в цьому найвищі результати.

На противагу цьому дослідниця пропонує низку внутрішньоособистісних феноменів в якості основи формування професійної успішності, серед яких виділяє: міру реалізації та втілення особистісного потенціалу, характер установок, прагнень, мрій та надій особистості, відчуття задоволеності досягнутими результатами у професійній діяльності, характер оцінювання життєвого успіху, і, найголовніше, - ступінь самореалізації та самоактуалізації суб'єкта професійної діяльності. Так само як і згадана вище Т. Скорик, А. Авер'янова говорить, що індикація професійної успішності складається з двох складових: 1) з емоційної оцінки успіху, що йде від самої особистості, та 2) з визнання факту досягнення значущої мети, що була поставлена в рамках виконання роботи [1].

Л. Ляховець наполягає на тому, що професійна успішність передбачає складну взаємодію низки факторів та їхніх субфакторів, що реалізується рівнево [16]. Так, згідно з дослідником, перший рівень професійної успішності диференціюється на зовнішню і внутрішню оцінку професійного успіху (так само, як у Т. Скорик), - проте, в даному випадку автор не говорить про пряму взаємодію цих двох складових, визнаючи їх у високій ступені автономними по відношенню один до одного. На наступному рівні зовнішня оцінка успішності репрезентується основними характеристиками професійної діяльності, і вже вони, звертаючись до попереднього рівня, мають змогу взаємодіяти з таким компонентом, як внутрішня оцінка успішності. Натомість остання, переходячи до наступного рівня у вигляді представлення в особистісних утвореннях, не має аналогічної властивості щодо повернення до зовнішніх оцінок на попередньому рівні. І відсутність такої можливості зберігається до передостаннього рівня, на якому знаходяться мотиваційно-оціночні та поведінкові процеси. За виміром зовнішніх оцінок цей рівень представлений результативністю діяльності, ініціативністю працівника та ефективністю діяльності. Нарешті, на останньому рівні два зазначених напрями

інтегруються в категорії функціональних станів суб'єкта праці.

В. Омелянська допускає, що усі розглянуті вище компоненти можуть становити основу професійної успішності. Зокрема, мова йде про систему зовнішніх та внутрішніх оцінок успіху, ефективність діяльності, результативність праці тощо [22]. Проте, як зазначає дослідниця, усі зазначені змінні мають властивість формувати ефект надмірного психологічного та психофізіологічного навантаження на людину, - і це може призводити до низки негативних наслідків (профдеформація, вигорання, виснаження, втрату осмисленості професійної діяльності тощо). Тому авторка пропонує розглядати зв'язок вказаних чинників з професійною успішністю не як лінійний та абсолютизований, а як доволі складну закономірність, що визначається певним оптимумом, - точкою, в якій ці фактори, будучи пов'язані з виразним успіхом, ще не створюють надмірного тиску на особистість, який би міг спричиняти негативні наслідки для психічного здоров'я.

В рамках зарубіжної психології Д. Холл визначив професійну успішність як явище, що складається внаслідок двох компонентів – довгострокової професійної орієнтації особистості, до якої входять професійна адаптивність та ідентичність, і короткострокової професійної орієнтації особистості, в рамках якої проявляють себе ставлення до роботи та робоча продуктивність [46]. Згідно з автором, на різних етапах професійного становлення дані дві складові періодично змінюють одна одну на вершині пріоритетності, по чергово визначаючи характер варіювання професійної успішності.

С. Сейберт з колегами [52], і пізніше – МакКарті [50], - дійшли висновку, що професійна успішність є похідною від особистісної проактивності. Тобто, як і в розглянутих роботах вітчизняних психологів, в даних думках простежується неможливість визнання професійного успіху виключно на основі зовнішніх критеріїв оцінки праці, - це визнання має обов'язково опосередковуватися волею суб'єкта праці.

К. Орпен говорить про те, що професійна успішність не може визначатися на короткому відрізку робочої діяльності [51]. Згідно з автором, даний параметр може проявити себе тільки в контексті управління кар'єрою: у випадку стабільного

кар'єрного прогресу можна говорити про професійну успішність; в усіх інших випадках, навіть якщо у певні періоди особистість демонструє високу робочу ефективність, продуктивність та задоволеність від результатів власної праці, - ні.

С. Махеншварі та Т. Крішнан визначили, що, окрім управління кар'єрою, професійна успішність у значній мірі визначається мірою узгодження з організаційною політикою та низкою чинників організаційного рівня (підтримка керівництва, зворотній зв'язок щодо власної професійної діяльності тощо) [49].

Враховуючи таку різноманітність наявних даних щодо структурної організації феномену професійної успішності, Т. Скорик відзначає, що на сьогоднішній день найбільш актуальною та найбільш популярною є чотирьохфакторна модель даного явища [31]. В ній виділяється, по-перше, мотиваційно-ціннісний компонент – тобто, система відношень суб'єкта праці до власної роботи, що визначається його мотиваційними спонуканнями, а також – місцем його професійної діяльності у ціннісній ієрархії. Другий компонент – компетентнісний – вказує на міру обізнаності та компетентності особистості у професії, в рамках якої вона працює. Третій – поведінковий – зумовлюється відповідністю поведінки суб'єкта праці на роботі моделям, що визнаються успішними в рамках кожної окремо взятої професійної галузі. Нарешті, четвертий – особистісний, - який вказує на наявність особистісних якостей, які сприяють професійному успіху людини в рамках здійснюваної робочої активності.

Отже, підводячи підсумок даному підрозділу, ми маємо винести два основних моменти, які у подальшому стануть основою нашого емпіричного дослідження.

По-перше, - те, що професійна успішність має обов'язково передбачати двобічну оцінку успіху робочої діяльності – як з позиції суб'єкта цієї діяльності, так і ззовні (з боку керівництва або на основі певних об'єктивних критеріїв). Даний факт буде обов'язково нами врахований, і діагностику професійної ефективності ми будемо проводити, враховуючи ці обидві складові.

По-друге, - те, що, хоч професійна успішність і являє собою цілісний, і високій ступені чітко окреслений конструкт, - для більш ефективного його вивчення

має враховуватися його структурна організація, і в даному аспекті ми будемо спиратися на описану вище модель, запропоновану Т. Скорик.

Отже, професійна успішність – це параметр, що відображує особливості виконання суб'єктом праці своєї професійної діяльності, визначаючись системою внутрішніх і зовнішніх оцінок щодо досягнення в ній успіху. Даний параметр складається з мотиваційно-ціннісного компоненту, що вказує на ставлення людини до роботи її мотиваційними спонуканнями, а також – місцем її професійної діяльності у ціннісній ієрархії; компетентнісного компоненту, який визначає міру обізнаності та компетентності особистості у професії; поведінкового компоненту, що визначає відповідність поведінки людини на роботі моделям, які визнаються успішними в рамках кожної окремо взятої професійної галузі; та особистісного компоненту, що детермінується наявністю у суб'єкта праці особистісних якостей, які сприяють його професійному успіху в рамках здійснюваної робочої активності.

1.2. Поняття соціально-комунікативних навичок особистості

З огляду на соціально-детерміновану природу розвитку особистості, соціально-комунікативні навички є неодмінною складовою та необхідною умовою існування сучасної особистості.

У широкому сенсі значення навички – це надбані людиною компетентності, що утворилися внаслідок багаторазового повторення певних дій. Навички відзначаються високим рівнем досконалості та автоматизованості здійснення активності. Відповідно, коли ми маємо на увазі соціально-комунікативні навички, мова йде про ті з них, що утворилися на основі постійної міжособової інтеракції [33].

Згідно з Є. Романенко, основна функція комунікативних навичок полягає у збільшенні ефективності та продуктивності передачі інформації, що здійснюється в рамках комунікативного процесу [27]. Згідно з автором, подібно до навичок письма, які дозволяють людині, не замислюючись як саме виводити літери, зосереджуватися на змісті того, що пишеться, комунікативні навички дозволяють особистості максимально доречно будувати міжособову комунікацію, не відволікаючись на

пошук найбільш доцільних способів її побудови.

Відповідно до думок Є. Васютинської, комунікативні навички є нерозривно пов'язаними з діяльністю особистості, в тому числі і професійною [4]. В цьому контексті дослідниця говорить про те, що на перехресті професійної діяльності та репрезентації суб'єкта праці утворюється низка компетентностей, і поряд з практично-спеціальною, психологічною, соціальною та іншими компетентностями формується одна з найбільш важливих – комунікативна компетентність, яку авторка визначає в якості навички, що охоплює усі можливі мовні сфери – слухання, говоріння, писання та читання.

З точки зору Є. Васютинської, комунікативна компетентність є основоположною соціально-комунікативною навичкою особистості, адже вона відповідає за міру обізнаності особистості щодо способів побудови комунікації, - відповідно, і за швидке винайдення найбільш оптимальних та доцільних серед них. На думку дослідниці, це реалізується завдяки унікальній структурі розвитку даного феномену, що містить в собі змістовний, діяльнісний, процесуальний, інструментально-методичний, соціальний та саморегуляційний компоненти.

Змістовна складова відповідає за наповнення компетентності безпосередньо знаннями про організацію комунікативного процесу, - і, чим більш об'ємними є ці знання, тим більшою кількістю альтернатив способів побудови комунікації володіє особистість. Діяльнісний компонент забезпечує реалізацію комунікативних знань в ході безпосередньої міжособової взаємодії, тобто, несе функцію практичного застосування змістовної складової. Процесуальний компонент відповідає за контекстність кожної окремо взятої комунікації, - в залежності від її умов, вихідних даних і т. д. Інструментально-методична складова вказує на різноманіття способів практичної реалізації наявних знань через діяльнісний компонент. Соціальна складова є аналогом процесуальної, з тією лише різницею, що мова йде виключно про соціально-культурний контекст. Нарешті, саморегуляційний компонент відповідає за керування власними психологічними ресурсами з метою оптимальної реалізації всіх перелічених вище складових [4].

О. Павлик та І Василенко визнали, що однією з найбільш важливих груп

комунікативних навичок є комунікативні та організаторські схильності [23]. Якщо виходити з того, що схильність у широкому сенсі слова – це підкріплений здібностями хист в прагнення до певного виду діяльності, виділення комунікативних та організаторських здібностей в окрему по відношенню до комунікативної компетентності категорію є цілком логічним.

На думку дослідників, така точка зору в ході вивчення комунікативних та організаторських схильностей дозволяє досліджувати комунікативні навички навіть поза межами безпосередньої ситуації комунікативної взаємодії, що, в свою чергу, значно збільшує можливості глибокого пізнання даного феномену.

Посилаючись на О. Старинську, ще однією фундаментальною категорією, яку слід виділяти з-поміж комунікативних навичок, є соціальний інтелект [32].

Феномен соціального інтелекту доволі неоднозначно трактується в рамках психологічної науки. Так, Д. Гоулман запропонував визначати дане поняття як один із різновидів загального інтелекту людини, що базується на двох компонентах: 1) емоційній обізнаності (міра розуміння інших); та 2) соціальних здібностях (спроможність застосовувати соціальні знання в ході взаємодії з іншими) [44].

Дж. Гілфорд, досліджуючи загальний інтелект людини на основі уявлень Е. Торндайка, виводив в ньому три компоненти: символічно-семантичний (абстрактний інтелект), фігуральний (практичний інтелект) та поведінковий, який, на думку дослідника, як раз і являє собою інтелект соціальний [45].

Одну з найбільш сучасних та актуальних концепцій соціального інтелекту запропонували дослідники з м. Тромсе Д. Сільвера, М. Мартінуссен та Т. Дахль [54]. Згідно із запропонованою ними моделлю, соціальний інтелект має трьохкомпонентну структуру, в якій передбачено такі складові, як: 1) обробка соціальної інформації, що відповідає за розуміння поведінки інших та здібність передбачати цю поведінку; 2) соціальна свідомість – структура, що містить знання про ситуації соціального характеру; 3) соціальні навички – здатність до адекватного входження до кожної нової соціальної ситуації.

Наразі ми навели три фундаментальних групи соціально-педагогічних навичок: комунікативні та організаторські схильності, комунікативно-соціальна

компетентність та соціальний інтелект. Проте, у психологічній науці є відмінні погляди на проблему класифікації даного явища, одні з яких наполягають на ще більшому узагальненні даного феномену; інші – на більшій диференціації.

Зокрема, Н. Литвиненко та Т. Сергієнко виходять з точки зору, що виділення різних видів комунікативних навичок є доцільним виключно в контексті діяльності, де вони застосовуються [15]. На думку авторів, найбільшою мірою це проявляється в рамках професійної діяльності.

Схожої думки дотримується О. Сас, - лише з тим акцентом, що комунікативні навички є різновидом професійної компетентності фахівців різних видів професійної діяльності [30].

Т. Окольнича наполягає на тому, що усі відомі на сьогодні комунікативні навички є похідною від однієї родоначальної – комунікабельності, що вбирає в себе товариськість та загальне уміння взаємодіяти з іншими [21]. При цьому, дослідниця значною мірою пов'язує комунікативні навички з комунікативною активністю людини.

Т. Щербан виділяє первинні (що від самого початку формуються на окремих психологічних ресурсах особистості) та вторинні (що формуються на основі первинних) комунікативні навички [39]. При цьому, з-поміж зазначених ресурсів автором виділяється не тільки переконання, знання та інтелект, а й емоційно-вольові феномени. Згідно з дослідником, свідомість і комунікативні навички утворюють собою динамічну систему, яка, в залежності від актуальних вимог ситуації, формує характер взаємовпливу цих двох складових.

Проте, з огляду на максимально доцільну збалансованість узагальнення та ретельності щодо широти охоплення феномену соціально-комунікативних навичок, ми маємо намір зупинитися на класифікації, згідно з якою даний феномен розподіляється на комунікативні та організаторські схильності, комунікативно-соціальна компетентність та соціальний інтелект.

Отже, підведемо підсумок за даним підрозділом.

Соціально-комунікативні навички – це надбані людиною уміння соціальної взаємодії, що утворилися внаслідок багаторазового повторення міжособових

інтеракцій, функція яких полягає у збільшенні ефективності та продуктивності передачі інформації, що здійснюється в рамках комунікативного процесу. Дані навички розподіляються за трьома основними групами: комунікативні та організаторські схильності, комунікативно-соціальна компетентність та соціальний інтелект.

Варто додати, що це узагальнення також ляже в основу нашого майбутнього емпіричного дослідження, отже, виділенні всі перелічених компонентів буде враховане при формуванні дизайну дослідження.

1.3. Психологічні особливості особистості професії продавця-консультанта

Традиційно професію продавця відносили до системи «людина-людина». Проте, з огляду на сучасні реалії, сьогодні продавець-консультант представляє спеціалізацію змішаного типу, - адже, окрім взаємодії з покупцями, він має бути у високій мірі компетентним і в галузі взаємодії з електронно-обчислювальною технікою, і щодо складних розрахункових операцій, які стосуються і продажів, і повернення та обліку товарів.

Така багатофункціональність зумовлюється цілою низкою чинників: зростанням конкуренції на ринку праці, збільшенням динаміки суспільно-економічних відносин, прагненням власників магазинів максимально заощадити на циклах реалізації товару тощо.

З огляду на зазначені факти, О. Мірошніченко відносить професію продавця-консультанта до категорії, що найбільшою мірою пов'язана з ризиком професійного та емоційного вигорання [20].

Проте, така характеристика є притаманною майже всім професіям типу «людина-людина», - отже, у подальшому ми спробуємо зосередитися виключно на особливостях професійної активності продавців-консультантів.

В багатьох дослідження повторюється думка щодо важливості соціально-комунікативних характеристик в контексті здійснення професійної діяльності продавця-консультанта. Зокрема, Ю. Войцеховський в якості таких наводить здібності до здійснення соціального впливу з метою забезпечення високої

професійної успішності продавців, - головним чином – маніпуляцій та переконання [6].

В. Максюта визначає дві основні групи факторів, що визначають успішність професії продавця: знову-таки, - соціально-комунікативні, та когнітивні. До перших автор відносить: артистизм, здатність до лаконічного та грамотного формулювання думок та стриманість [17]. Серед когнітивних чинників дослідником виділяються: характеристики уваги (розподіл, переключення, обсяг, концентрація), розвинена пам'ять та зорова чутливість. Очевидно, що в даному випадку цілком підтверджується вказане нами на початку даного підрозділу положення щодо змішаного типу спеціалізації сучасного продавця консультанта, в рамках якої він має бути у високій мірі компетентним і в галузі взаємодії з електронно-обчислювальною технікою, і щодо складних розрахункових операцій, які стосуються і продажів, і повернення та обліку товарів. Тобто, вказане різноманіття характеристик є скоріше вимушеною необхідністю, а не бажаною умовою збільшення професійної ефективності.

В. Біскуп з колегами, визнаючи вкрай показовим співвіднесення професійно важливих особливостей з типом темпераменту, наполягають на найбільшій відповідності професії продавця-консультанта (наряду з вчителем, барменом, кореспондентом, юристом, адміністратором та ін.) сангвіністичному типу [3]. Отже, якщо врахувати, що типи темпераменту формуються на основі поєднання параметрів емоційної стабільності та екстраверсії, - то і в даному випадку авторами підкреслюється важливість соціально-психологічних характеристик в контексті успішності професійної діяльності продавця-консультанта.

Л. Кришемінська також визначає низку характеристик, що вказують на особливості професії продавця-консультанта [14]. По-перше, дослідниця говорить про особливу культуру спілкування, - феномен, що ґрунтується на саморозкритті, самореалізації та духовності особистості. У випадку з продавцями-консультантами ця культура має формуватися з огляду на необхідність максимально ефективної взаємодії з покупцем, що має бути налагоджена у вкрай короткий проміжок часу. Відповідно, культура спілкування повинна базуватися на моральній відкритості та

соціальної зрілості; - продавець-консультант має справляти враження людини, з якою виникає бажання побудувати комунікацію.

По-друге, дослідниця говорить про «контактність» - характеристику, що дозволяє продавцю-консультанту у вкрай стиснутий час, минаючи усі можливі соціально-психологічні бар'єри, встановлювати з покупцем контакт. Л. Кришемінська підкреслює, що основоположне підґрунтя даної якості як раз і криється у здатності долати бар'єри, адже усі без виключення люди в тій чи іншій мірі їх мають; більш того, мова йде не тільки про бар'єри власне продавців-консультантів, а й ті, що можуть бути наявні у покупців.

Наступна група характеристик, згідно з дослідницею, - це емпатія, соціальний інтелект і готовність допомогти. Як відзначає авторка, зазначені параметри дозволяють продавцю максимально точно визначати потреби покупця, і, відповідно, робити процес продажу у високій ступені ефективним. Вказані якості допомагають внести визначеність у випадку з покупцями що вагаються при виборі товару або щодо самого факту покупки; вони здатні розташувати покупців до більш невимушених покупок, відчутти себе в магазині більш розкуто тощо.

І останнім пунктом дослідниця виводить здатність продавці до оптимізації комунікативного процесу з покупцем. В якості прикладу успішно розвиненої такої якості Л. Кришемінська наводить компетентність щодо найбільш вдалих способів розпочати діалог з покупцями різних психотипів, семантичну побудову мовлення, підбір контекстного емоційного реагування на взаємодію з покупцем, відсутність зайвої енергійності та нав'язливості в тих ситуаціях, коли продавець вже упевнився у бажанні покупця придбати товар тощо [14].

Тепер на основі розглянутої інформації спробуємо дати відповідь, наскільки доцільним в контексті подальшого емпіричного вивчення психологічних особливостей продавців-консультантів буде залучення виявлених у попередньому підрозділі (п. 1.2) соціально-психологічних навичок (комунікативні та організаторські схильності, комунікативно-соціальна компетентність та соціальний інтелект).

Говорячи про навички загалом, стає очевидною їхня важливість в контексті

професії продавців консультантів, адже саме вони є тим феноменом, що дозволяють полегшувати та оптимізувати взаємодію продавця з покупцем, зосереджуючись не на пошуку шляхів побудови взаємодії, а безпосередньо на змісті торгівельної операції.

Комунікативні та організаторські схильності можна визнавати необхідними для професії продавця-консультанта, посилаючись на наведені вище думки Л. Кришемінської щодо необхідності долати соціально-психологічні бар'єри в ході комунікації продавця з покупцем. Очевидно, що зазначені схильності дають першому перевагу в ініціативності, яка, в свою чергу, буде сприяти руйнуванню даних бар'єрів.

Вагомість комунікативної компетентності для продавців-консультантів підтверджується положеннями, запропонованими В. Максютюю, в яких констатується необхідність поєднання комунікативних та когнітивних характеристик цих фахівців. Це цілком відповідає природі комунікативної компетентності, яка, як ми бачили з попереднього підрозділу, як раз і формується на основі поєднання чинників набуття соціального досвіду та опрацювання цього досвіду на когнітивному рівні.

Нарешті, про важливість соціального інтелекту для продавців-консультантів говориться напряду Л. Кришемінською, яка поєднує його у більш загальну групу професійно-важливих якостей продавця-консультанта поруч із емпатією та готовністю допомогти. Більш того, дане положення доволі очевидно читається і в роботах Ю. Войцеховського, який зазначав, що здійснення продавцем-консультантом соціально-психологічного впливу на покупця є неможливим без «читання» всього контексту ситуації міжособової інтеракції, отже, і без розвиненого соціального інтелекту.

Таким чином, ми маємо визнати, що усі групи соціально-комунікативних навичок, виділені нами в ході теоретичного аналізу даного феномену, є доречними для залучення у подальше емпіричне дослідження, - то ж, в ході вивчення особливостей соціально-комунікативних навичок у продавців-консультантів з різним рівнем професійної успішності серед цих навичок будуть репрезентовані і

комунікативні та організаторські схильності, і комунікативно-соціальна компетентність, і соціальний інтелект.

Отже, підведемо підсумок: сьогодні продавець-консультант представляє спеціалізацію змішаного типу, - адже, окрім взаємодії з покупцями, він має бути у високій мірі компетентним і в галузі взаємодії з електронно-обчислювальною технікою, і щодо складних розрахункових операцій, які стосуються і продажів, і повернення та обліку товарів. Головними професійно важливими якостями продавця-консультанта наразі визнаються: здібності до здійснення соціально-психологічного впливу, артистизм, здатність до лаконічного та грамотного формулювання думок, стриманість, екстравертованість, контактність, розвиненість культури спілкування, емпатія, соціальний інтелект, готовність допомогти, спроможність до оптимізації комунікативного процесу, емоційна стабільність, високо виразні характеристики уваги та пам'яті.

Висновки до розділу I

1. Професійна успішність – це параметр, що відображує особливості виконання суб'єктом праці своєї професійної діяльності, визначаючись системою внутрішніх і зовнішніх оцінок щодо досягнення в ній успіху. Даний параметр складається з мотиваційно-ціннісного компонента, що вказує на ставлення людини до роботи її мотиваційними спонуканнями, а також – місцем її професійної діяльності у ціннісній ієрархії; компетентнісного компонента, який визначає міру обізнаності та компетентності особистості у професії; поведінкового компонента, що визначає відповідність поведінки людини на роботі моделям, які визнаються успішними в рамках кожної окремо взятої професійної галузі; та особистісного компонента, що детермінується наявністю у суб'єкта праці особистісних якостей, які сприяють його професійному успіху в рамках здійснюваної робочої активності.

2. Соціально-комунікативні навички – це надбані людиною уміння соціальної взаємодії, що утворилися внаслідок багаторазового повторення міжособових інтеракцій, функція яких полягає у збільшенні ефективності та продуктивності передачі інформації, що здійснюється в рамках комунікативного

процесу. Дані навички розподіляються за трьома основними групами: комунікативні та організаторські схильності, комунікативно-соціальна компетентність та соціальний інтелект.

3. Сьогодні продавець-консультант представляє спеціалізацію змішаного типу, - адже, окрім взаємодії з покупцями, він має бути у високій мірі компетентним і в галузі взаємодії з електронно-обчислювальною технікою, і щодо складних розрахункових операцій, які стосуються і продажів, і повернення та обліку товарів. Головними професійно важливими якостями продавця-консультанта наразі визнаються: здібності до здійснення соціально-психологічного впливу, артистизм, здатність до лаконічного та грамотного формулювання думок, стриманість, екстравертованість, контактність, розвиненість культури спілкування, емпатія, соціальний інтелект, готовність допомогти, спроможність до оптимізації комунікативного процесу, емоційна стабільність, високо виразні характеристики уваги та пам'яті.

РОЗДІЛ II. МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАТИВНИХ НАВИЧОК У ПРОДАВЦІВ- КОНСУЛЬТАНТІВ З РІЗНИМ РІВНЕМ ПРОФЕСІЙНОЇ УСПІШНОСТІ

1.1. Мета та завдання дослідження; характеристика вибірки досліджуваних

Мета роботи: дослідити особливості соціально-комунікативних навичок у продавців-консультантів з різним рівнем професійної успішності

Завдання:

- 1) Розробити процедуру діагностики професійної успішності продавців-консультантів та виміряти її.
- 2) Виділити рівні професійної успішності продавців-консультантів.
- 3) Визначити виразність соціально-комунікативних навичок продавців-консультантів.
- 4) Провести порівняльний аналіз виразності соціально-комунікативних навичок у продавців-консультантів з різним рівнем професійної успішності.

Гіпотеза: ми припускаємо, що розвиненість соціально-комунікативних навичок у продавців-консультантів, є пов'язаною з високим рівнем професійної успішності за такими її складовими, як компетентнісна, поведінкова та особистісна.

Вибірка. У дослідженні взяли участь 146 продавців-консультантів мережеских магазинів з продажу побутової техніки «Фокстрот», «Епіцентр», «Комфі» та «Алло» у містах Харків, Київ, Дніпро і Умань (87 чоловічої статі; 59 - жіночої). Вік досліджуваних – від 18 до 38 років. Також у роботу з метою оцінки професійної успішності досліджуваних в якості експертів було залучене пряме керівництво досліджуваних, яке безпосередньо взаємодіє із зазначеними працівниками в ході виконання робочих обов'язків (заступники директорів, менеджери з персоналу, HR-и тощо – загальною кількістю 21 особа).

В ході формування вибірки нами також був врахований чинник стажу роботи продавців-консультантів. З одного боку він мав бути достатнім для того, щоб пряме керівництво, що виступало в якості експертів з визначення виразності професійної успішності, мало достатньо інформації для максимально валідної

оцінки підлеглих. З іншого боку, розкид у стажі не мав бути великим настільки, щоб така змінна, як професійний досвід, могла значною мірою вплинути на вдосконалення робочих навичок, - отже й на професійну успішність. У підсумку стаж роботи досліджуваних на посаді продавців-консультантів визначався межами від двох до п'яти років. Дослідження було проведено з дозволу регіонального керівництва вказаних торгівельних мереж.

2.2. Методи дослідження

При проведенні емпіричного дослідження використовувалися наступні методики:

1) Опитувальник для оцінки професійної успішності продавців-консультантів керівництвом, створений на основі чек-листа HR-менеджерів з фіксації професійної ефективності співробітників.

2) Метод бальних оцінок Ф. Гальтона для визначення суб'єктивної оцінки власної професійної успішності продавцями-консультантами (в авторській модифікації).

3) Методика виявлення й оцінки комунікативних і організаторських схильностей (КОС-2) в адаптації О. Ігнатович.

4) Методика «Діагностика комунікативної соціальної компетентності (КСК)» (україномовна адаптація – Г. Товканець).

5) Методика діагностики соціального інтелекту Тромсе (The Tromsø Social Intelligence Scale) TSIS.

Розглянемо вказані методики більш детально.

Опитувальник для оцінки професійної успішності продавців-консультантів керівництвом, створений на основі чек-листа HR-менеджерів з фіксації професійної ефективності співробітників. – стандартизований опитувальник, що розроблявся спільно з фахівцями в галузі менеджменту персоналу (старшими менеджерами, директорами та заступниками директорів магазинів, HR-ми та HR-директорами). До опитувальника увійшли основні пункти, за якими у повсякденній роботі HR-менеджери фіксують професійну ефективність

співробітників, і які можуть бути застосовані до продавців-консультантів загалом, - без урахування специфіки організації, в якій вони працюють. Дані пункти були приведені з формату чек-листа до формату опитувальника.

Загалом у розробку опитувальника було залучено 12 фахівців.

Опитувальник складається з 20 тверджень про різні характеристики продавців-консультантів, що мають оцінюватися їхнім керівництвом за 7-бальною шкалою. Опитувальник дозволяє провести оцінку успішності продавців-консультантів керівництвом за наступними шкалами: мотиваційно-ціннісний компонент; компетентнісний компонент; поведінковий компонент та особистісний компонент професійної успішності. Більш детально про дану методiku буде розказано у п. 3.1 при описі процедури її валідації.

Метод бальних оцінок Ф. Гальтона не має жорстко фіксованої інструкції щодо використання, а передбачає лише опис процедури його застосування. Даний метод може по-різному змістовно наповнюватися, в залежності від мети дослідження.

В нашому випадку, оскільки в ході теоретичного аналізу було визначено, що професійна успішність – це параметр, що відображує особливості виконання суб'єктом праці своєї професійної діяльності, визначаючись системою внутрішніх і зовнішніх оцінок щодо досягнення в ній успіху, для визначення суб'єктивної оцінки власної професійної успішності продавцями-консультантами (внутрішніх оцінок) ми мали підібрати такий зміст методик, який би відповідав опитувальнику для оцінки професійної успішності продавців-консультантів керівництвом (зовнішнім оцінкам). У підсумку даний опитувальник включив до себе такі самі шкали: мотиваційно-ціннісний компонент; компетентнісний компонент; поведінковий компонент та особистісний компонент професійної успішності.

На відміну від попереднього опитувальника, який проходився керівництвом продавців-консультантів, в даному випадку тестувалися вже самі працівники, які мали оцінити за 7-бальною шкалою чотири пункти: 1. Висока мотивація до виконання роботи. 2. Високий рівень обізнаності щодо виконання роботи. 3. Висока ефективність, продуктивність та результативність виконуваної

роботи. 4. Висока відповідність роботи моєму особистісному характеру.

Результат в 1 бал свідчить про дуже низьку виразність компонента; 2 – про низьку; 3 – про нижчу за середню; 4 – про середню; 5 – про вищу за середню; 6 – про високу; 7 – про дуже високу виразність.

Методика виявлення й оцінки комунікативних і організаторських схильностей – опитувальник, що складається з 40 тверджень, на які продавці-консультанти мали відповісти «Так» або «Ні».

Методика передбачає наявність двох субшкал, за якими, згідно з ключем, розраховується коефіцієнт:

1) Шкала комунікативних схильностей (0,10-0,45 – низький рівень; 0,46-0,55 – нижчий за середній рівень; 0,56-0,65 – середній; 0,66-0,75 – вищий за середній; 0,76-1 - високий).

2) Шкала організаторських схильностей (0,20-0,55 – низький рівень; 0,56-0,65 – нижчий за середній рівень; 0,66-0,70 – середній; 0,71-0,80 – вищий за середній; 0,77-1 - високий).

Методика «Діагностика комунікативної соціальної компетентності» – стандартизований опитувальник, що включає сто пунктів, оцінюваних продавцями-консультантами за допомогою вибору одного з трьох варіантів відповіді.

Методика включає наступні шкали:

Шкала брехні – показник, що визначає міру правдивості та достовірності результатів. Визнається, що по досягненню критичного показника дванадцять балів результати опитування слід вважати невалідними.

Фактор А, або Фактор «Відкритість» - відображує міру товариськості респондента, його готовності йти на інтеракцію; 0-7 – низька виразність; 8-15 – помірна; 16-20 – висока; 13- 15 - певне переважання даного компоненту.

Фактор В, або Фактор «Кмітливість» - вказує на розвиненість логічного мислення піддослідного; 0-7 – низька виразність; 8-15 – помірна; 16-20 – висока; 13-15 - певне переважання даного компоненту.

Фактор С, або Фактор «Емоційна стійкість» - стриманість, емоційна зрілість та стабільність досліджуваного; 0-7 – низька виразність; 8-15 – помірна; 16-

20 – висока; 13- 15 - певне переважання даного компоненту.

Фактор Д, або Фактор «Життєрадісність» - визначає міру оптимізму, веселості, безтурботності респондента; 0-7 – низька виразність; 8-15 – помірна; 16-20 – висока; 13- 15 - певне переважання даного компоненту.

Фактор К, або Фактор «Чуйність» - відображує художність мислення, проникливість); 0-7 – низька виразність; 8-15 – помірна; 16-20 – висока; 13- 15 - певне переважання даного компоненту.

Фактор М, або Фактор «Орієнтація у рішеннях на себе» - вказує міру покладання досліджуваного на себе в ході здійснення процесу ухвалення важливих рішень); 0-7 – низька виразність; 8-15 – помірна; 16-20 – висока; 13- 15 - певне переважання даного компоненту.

Фактор Н, або Фактор «Самоконтроль» - відповідає за навички до підкорення власної поведінки правилам; 0-7 – низька виразність; 8-15 – помірна; 16-20 – висока; 13- 15 - певне переважання даного компоненту.

Фактор П, або Фактор «Асоціальність» - відображує міру схильності до реалізації асоціальної поведінки; 0-14 – низька виразність; 15-30 – помірна; 31-40 – висока.

Методика діагностики соціального інтелекту Тромсе – опитувальник, що складається з 21 пункти, які мають бути оцінені продавцями-консультантами за 7-бальною шкалою.

Методика дозволяє оцінити соціальний інтелект за наступними шкалами:

1) Обробка соціальної інформації. Даний компонент відповідає за сприйняття та розуміння поведінки інших, а також - за здібність передбачати цю поведінку.

2) Соціальна свідомість. Дана структура містить знання про ситуації соціального характеру, - тобто, є свого роду соціальним досвідом особистості, що може бути актуалізованим у будь-який момент.

3) Соціальні навички. Складова, що відповідає за здатність до адекватного входження особистості до кожної нової соціальної ситуації. Ґрунтується на поєднанні соціального досвіду та його когнітивного опрацювання.

Показники за вказаними шкалами розраховуються у стенах (за 10-бальною шкалою) із стандартною схемою їхньої інтерпретації (1-3 – низька виразність; 4-6 – помірна; 7-10 - висока).

Після отримання даних діагностики в першу чергу було застосовано критерій перевірки розподілу на нормальність Колмогорова-Смирнова (таблиця 2.1).

Таблиця 2.1

Результати перевірки нормальності розподілу із застосуванням критерію

Колмогорова-Смирнова

Шкала	Статистика критерію	P (2-ст)
Мотиваційно-ціннісний к. (зовн)	0,111	0,168
Компетентнісний к. (зовн)	0,099	0,200
Поведінковий к. (зовн)	0,108	0,199
Особистісний к. (зовн)	0,143	0,009**
Мотиваційно-ціннісний к. (внутр)	0,107	0,200
Компетентнісний к. (внутр)	0,156	0,003**
Поведінковий к. (внутр)	0,106	0,200
Особистісний к. (внутр)	0,098	0,200
Комунікативні схильності	0,155	0,003**
Організаторські схильності	0,148	0,007**
Шкала брехні	0,110	0,170
Відкритість	0,089	0,200
Кмітливість	0,162	0,002**
Емоційна стійкість	0,142	0,010*
Життєрадісність	0,084	0,200
Чуйність	0,109	0,198
Орієнтація у рішеннях на себе	0,205	0,000**
Самоконтроль	0,101	0,200
Асоціальність	0,150	0,005**
Обробка соціальної інформації	0,086	0,200
Соціальна свідомість	0,090	0,200
Соціальні навички	0,115	0,151
Загальний соціальний інтелект	0,104	0,200

Примітка: * - $p \leq 0,05$; ** - $p \leq 0,01$.

За підсумком аналізу розподілу, з огляду на низку виявлених невідповідностей емпіричних даних закону нормальності, у подальшому ухвалене рішення про застосування непараметричних методів обробки даних. Отже, застосовувалися такі методи.

1) Описові статистики – для вивчення міри виразності соціально-комунікативних навичок та показників професійної успішності у продавців-консультантів.

2) В ході апробації авторського опитувальника з метою перевірки його психометричних характеристик застосовувався кореляційний аналіз Спірмена (для виявлення зв'язків пунктів опитувальника з інтегральним показником, а також – для критеріальної валідизації) та розрахунок внутрішньої погодженості за допомогою коефіцієнта Альфа-Кронбаха. Крім того, для перевірки факторної структури опитувальника використовувався конфірматорний факторний аналіз.

3) Для порівняння виразності зовнішніх оцінок успішності професійної діяльності продавців-консультантів, наданих експертами, та суб'єктивних оцінок даної успішності самих працівників було застосовано критерій Манна-Уїтні для незалежних вибірок.

4) Для виділення груп продавців-консультантів з різними рівнями професійної успішності – кластерний аналіз (метод К-середніх). Також в рамках даної процедури перед кластеризацією з метою зниження кількості шкал було застосовано експлораторний факторний аналіз (метод головних компонент, з обертанням Варімакс).

5) Для порівняння груп продавців-консультантів з різними рівнями професійної успішності використовувався метод Краскелла-Уолліса для незалежних вибірок.

Зазначені методи математичної статистики застосовувалися із використанням програм IBM SPSS v. 23 та JASP v. 0.19.

Отже, узагальнимо усю наведену інформацію, сформулювавши висновки за даним розділом.

Висновки до розділу II

1. Для забезпечення виконання поставлених в рамках дослідження завдань у роботу було залучено такі методики, як: Авторський опитувальник для оцінки професійної успішності продавців-консультантів керівництвом, розроблений спільно з фахівцями в галузі менеджменту персоналу; Метод бальних оцінок Ф. Гальтона для визначення суб'єктивної оцінки власної професійної успішності продавцями-консультантами (в авторській модифікації); Методика виявлення й оцінки комунікативних і організаторських схильностей (КОС-2) в адаптації О. Ігнатович; Методика «Діагностика комунікативної соціальної компетентності (КСК)» (україномовна адаптація – Г. Товканець); Методика діагностики соціального інтелекту Тромсе (The Tromsø Social Intelligence Scale) TSIS.

2. З метою забезпечення статистичної обробки отриманих в рамках дослідження даних у роботу було залучено такі методи, як: критерій Колмогорова-Смирнова для перевірки розподілу на нормальність, описові статистики, конфірматорний та експлораторний факторний аналіз (метод головних компонент з обертанням Варімакс), кореляційний аналіз Спірмена, коефіцієнт Альфа-Кронбаха, критерій Манна-Уїтні для незалежних вибірок, кластерний аналіз (метод К-середніх) та метод Краскелла-Уолліса для незалежних вибірок.

РОЗДІЛ III. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАТИВНИХ НАВИЧОК У ПРОДАВЦІВ-КОНСУЛЬТАНТІВ З РІЗНИМ РІВНЕМ ПРОФЕСІЙНОЇ УСПІШНОСТІ

3.1. Розробка процедури діагностики професійної успішності продавців-консультантів та її вимірювання

3.1.1. Розробка та валідизація опитувальника для оцінки професійної успішності продавців-консультантів керівництвом

В ході створення опитувальника для оцінки професійної успішності продавців-консультантів керівництвом спільно з фахівцями в галузі менеджменту персоналу було сформульовано низку пунктів, згідно з компонентами професійної успішності, запропонованими Т. Скорик: мотиваційно-ціннісним; компетентнісним; поведінковий та особистісним.

Початкова версія опитувальника містила 28 тверджень (по сім на кожний з чотирьох компонентів). В першу чергу з метою виявлення міри відповідності цих тверджень вимірюванню єдиного вектору досліджуваного явища було проведено кореляційний аналіз (за Спірменом) пунктів опитувальника з інтегральними показниками за шкалами (таблиця 3.1).

Таблиця 3.1

Результати кореляційного аналізу пунктів опитувальника з відповідними інтегральними показниками за шкалами (N=146)

Компонент	Пункт	Кореляція
Мотиваційно-ціннісний (1)	1. Вмотивований (-на) до виконання робочих обов'язків	0,404**
	2. Виявляє бажання працювати	0,584**
	3. Демонструє прагнення до роботи	0,511**
	4. Цінує свою роботу	0,382**
	5. Боїться втратити свою роботу	0,181*
	6. Визнає свою роботу одним із пріоритетів	0,306**
	7. У повсякденному житті не має більших інтересів, ніж робота	0,177*
Компетентнісний (2)	8. Легко порадиться з нестандартними ситуаціями, що виникають на роботі	0,488**
	9. Володіє значними знаннями з різноманітних галузей, що стосуються не тільки тієї, на якій він (вона) спеціалізується в рамках професійної діяльності	0,167*
	10. Добре знає всі свої робочі обов'язки	0,356**
	11. Має професійну обізнаність, що може відкрити йому (їй) шлях до більш високих посад	0,473**
	12. Має за плечима значну кількість сертифікатів, що засвідчують підвищення кваліфікації	0,234**

Таблиця 3.1 (продовження)

Результати кореляційного аналізу пунктів опитувальника з відповідними інтегральними показниками за шкалами (N=146)

Компонент	Пункт	Кореляція
(2)	13. Не потребує сторонньої допомоги при виникненні спірних питань з покупцями	0,509**
	14. Досконало знає всі етапи продажів та повернення товарів	0,604**
Поведінковий (3)	15. Не відволікається на пустощі протягом робочого дня	0,182*
	16. Активно та продуктивно взаємодіє з покупцями	0,439**
	17. Демонструє високі показники продажів	0,524**
	18. Стає до роботи вчасно (без запізень)	0,194*
	19. Охоче взаємодіє з покупцями навіть в умовах купівлі товару з мінімальним маржинальним відсотком продавця	0,605**
	20. Добре переконує купити товар покупця, який вагається	0,422**
	21. Презентує покупцеві товар так, щоб виникало бажання купити його	0,554**
Особистісний (4)	22. Має здібності розташовувати покупців до себе	0,488**
	23. Володіє вмінням розрядити напругу, що виникає в ситуації взаємодії з покупцем	0,456**
	24. Є привабливим (-ою) для покупців	0,187*
	25. Володіє харизмою, здатною привернути увагу покупців	0,175*
	26. Володіє здібністю викликати в покупців довіру	0,391**
	27. Здатен (-на) зберігати тактовність та стриманість при виникненні суперечливих і конфліктних ситуацій з покупцями	0,403**
	28. Володіє вмінням відчувати настрій покупців і застосовувати це у спілкуванні з ними	0,426**

Примітка: * - $p \leq 0,05$; ** - $p \leq 0,01$.

Як ми можемо бачити, в цілому запропоновані пункти продемонстрували високі кореляції (всі з них є значущими) з відповідними їм інтегральними показниками. Проте, були й такі, які на тлі інших демонстрували помітно нижчу значущість.

Зокрема, в межах мотиваційно-ціннісного компоненту відносно низькі кореляції продемонстрували пункти «Боїться втратити свою роботу» (0,181) та «У повсякденному житті не має більших інтересів, ніж робота» (0,177). Очевидно, що в першому випадку отриманий результат зумовлений тим, що страх втрати роботи відноситься до негативних мотиваційних чинників залученості у працю, отже він меншою мірою співвідноситься з професійною успішністю. У другому випадку, як ми вважаємо, запропоноване твердження може мати відношення до обмеженості загальної пізнавальної активності особистості, що також йде врозріз з особистісною успішністю.

В рамках компетентнісного компоненту відносно низькі кореляції виявлено за пунктами «Володіє значними знаннями з різноманітних галузей, що стосуються не тільки тієї, на якій він (вона) спеціалізується в рамках професійної діяльності» (0,167) та «Має за плечима значну кількість сертифікатів, що засвідчують підвищення кваліфікації» (0,234). Ми вважаємо, що перше з вказаних тверджень могло продемонструвати низьку пов'язаність з інтегральним показником тому, що в ньому більшою мірою відображуються загальні, а не спеціальні здібності, необхідні для реалізації професійної діяльності продавця-консультанта. Щодо другого пункту – очевидно, що проходження працівником сертифікації саме по собі не може достеменно свідчити про зростання його професійної компетентності, адже в низці випадків має місце бути формальне, невмотивоване відвідування продавцем-консультантом відповідних курсів, на яких він може проявити свої здібності на мінімально достатньому рівні, якого вистачає для отримання сертифікату.

У поведінковому компоненті найнижчі кореляції продемонстрували пункти «Не відволікається на пустощі протягом робочого дня» (0,182) та «Стає до роботи вчасно (без запізнь)» (0,194). В даному випадку ми схилиємося до думки, що і відволікання на пустощі, і запізнення на роботу на сьогоднішній день можуть умовно відноситися до типових атрибутів неформальної корпоративної культури, в якій проявляються індивідуально-психологічні особливості продавців-консультантів. Відповідно, якщо ці елементи значною мірою не заважають ефективній роботі фахівця (варто додати, що в магазинах побутової техніки найбільші потоки покупців – увечері, отже, незначні запізнення не можуть значною мірою позначатися на продажах; а пустощі серед працівників є вельми допустимими в моменти відсутності людей, зацікавлених у придбанні товарів), вони не мають йти врозрід з формуванням професійної успішності.

Нарешті, в рамках особистісного компоненту відносно низькі кореляції продемонстрували пункти «Є привабливим (-ою) для покупців» (0,187) та «Володіє харизмою, здатною привернути увагу покупців» (0,175).

В ході формулювання даних тверджень ми виходили зі спостереження фахівців в галузі менеджменту персоналу, що брали участь у складанні

опитувальника, згідно з яким покупці більш охоче йдуть до привабливих та харизматичних продавців-консультантів. Проте, з огляду на те, що дані пункти продемонстрували найнижчі кореляції, очевидно, що привабливість образу продавця-консультанта є менш впливовим чинником успішного здійснення професійної діяльності, ніж внутрішньоособистісні якості.

У підсумку усі означені твердження з найнижчими показниками кореляції були нами відкинуті.

Далі з метою аналізу внутрішньої погодженості пунктів опитувальника за відповідними шкалами нами був розрахований коефіцієнт Альфа-Кронбаха. Причому, щоб відстежити те, чи вплинуло на цю погодженість попереднє відкидання пунктів, що продемонстрували найнижчі кореляції з інтегральними показниками, даний коефіцієнт розраховувався як для початкового набору питань (N=28), так і для кінцевого (з урахуванням відкинутих пунктів N=20) (Таблиця 3.2).

Таблиця 3.2

Результати аналізу узгодженості пунктів за шкалами із застосуванням коефіцієнту

Альфа-Кронбаха

Шкала	Альфа-Кронбаха	
	Версія до відкидання пунктів (N=28)	Версія після відкидання пунктів (N=20)
Мотиваційно-ціннісний	0,722	0,809
Компетентнісний	0,736	0,816
Поведінковий	0,849	0,919
Особистісний	0,633	0,774

Як ми можемо бачити, відкидання на попередньому етапі тверджень, що продемонстрували найнижчі кореляції з інтегральними показниками, сприяло підвищенню узгодженості пунктів опитувальника за шкалами. У фінальній версії за особистісним показником виявляється достатній рівень узгодженості; за мотиваційно-ціннісним та компетентнісним – хороший; та за поведінковим – дуже хороший.

Наступним кроком на шляху валідизації методики була перевірка його

факторної структури із застосуванням конфірматорного факторного аналізу (таблиця 3.3).

Таблиця 3.3

Перевірка факторної структури опитувальника (версії з видаленими пунктами, що продемонстрували найнижчі кореляції з інтегральними показниками) із застосуванням конфірматорного факторного аналізу

Фактор	Пункти	Значення	Ст. похибка	z-знч.	р	95% Довірчий інтервал	
						Нижній	Верхній
Мотиваційно-ціннісний	1. Пункт 1	0.896	0.017	52.108	< .001	0.862	0.930
	2. Пункт 2	0.845	0.017	49.853	< .001	0.812	0.879
	3. Пункт 3	0.852	0.018	46.997	< .001	0.817	0.888
	4. Пункт 4	0.899	0.017	54.453	< .001	0.867	0.932
	5. Пункт 6	0.733	0.020	36.877	< .001	0.694	0.772
Компетентнісний	6. Пункт 8	0.746	0.020	38.200	< .001	0.708	0.785
	7. Пункт 10	0.815	0.018	45.448	< .001	0.780	0.850
	8. Пункт 11	0.740	0.019	39.830	< .001	0.704	0.777
	9. Пункт 13	0.836	0.018	46.788	< .001	0.801	0.871
	10. Пункт 14	0.828	0.018	44.955	< .001	0.792	0.864
Поведінковий	11. Пункт 16	0.786	0.019	41.212	< .001	0.749	0.824
	12. Пункт 17	0.770	0.019	41.434	< .001	0.734	0.806
	13. Пункт 19	0.770	0.019	40.178	< .001	0.733	0.808
	14. Пункт 20	0.873	0.018	47.730	< .001	0.838	0.909
	15. Пункт 21	0.825	0.018	44.747	< .001	0.789	0.861
Особистісний	16. Пункт 22	0.894	0.015	58.929	< .001	0.864	0.924
	17. Пункт 23	0.864	0.016	54.500	< .001	0.833	0.895
	18. Пункт 26	0.828	0.015	53.850	< .001	0.798	0.858
	19. Пункт 27	0.883	0.015	59.746	< .001	0.854	0.912
	20. Пункт 28	0.861	0.015	58.188	< .001	0.832	0.890

Отриману факторну модель можна визначати як прийнятну, адже в ході порівняльного аналізу відповідності (CFA) було отримано наступні показники: $\chi^2(164)=406,9$ при $p<0,001$; порівняльний індекс відповідності (CFI) дорівнює 0,966; Індекс Такера-Льюїса (TLI) дорівнює 0,961. При цьому середня квадратична помилка наближення (RMSEA) має значення 0,071 з 90% довірчим інтервалом від 0,062 до 0,090.

Отже, як ми бачимо, конфірматорний факторний аналіз підтвердив коректність виділення нами чотирьох складових зовнішньої оцінки професійної успішності продавців консультантів: мотиваційно-ціннісної, компетентнісної,

поведінкової та особистісної.

Також з метою перевірки критеріальної валідності опитувальника було проведено кореляційний аналіз (за Спірменом) його показників з показниками середньомісячної кількості продажів та штрафів (таблиця 3.4).

Таблиця 3.4

Кореляційний аналіз показників опитувальника з показниками середньомісячної кількості продажів та штрафів

Показник	Продажі	Штрафи
Мотиваційно-ціннісний	0,488**	-0,413**
Компетентнісний	0,362**	-0,566**
Поведінковий	0,527**	-0,606**
Особистісний	0,339**	-0,327**

Примітка: * - $p \leq 0,05$; ** - $p \leq 0,01$.

Як ми можемо бачити, за всіма компонентами показники опитувальника виявляють позитивну кореляцію з показником продажів і негативно – з показником штрафів, які можна розглядати як об'єктивні зовнішні критерії професійної успішності продавців-консультантів. Отже, це дає нам підстави говорити про прийнятну критеріальну валідність опитувальника.

Нарешті наведемо описові статистики, виведені на основі апробації опитувальника (таблиця 3.5).

Таблиця 3.5

Описові статистики, виведені на основі апробації опитувальника

Показник	Мінімум	Максимум	Середнє	Ст. відх.
Мотиваційно-ціннісний	1,00	6,98	3,242	0,794
Компетентнісний	1,03	7,00	3,865	0,841
Поведінковий	1,00	6,77	2,893	0,623
Особистісний	1,06	7,00	3,957	0,822

Отримані описові статистики на даному етапі можна розглядати як тестові норми і використовувати у подальшому з метою визначення рівня виразності зовнішньої оцінки професійної успішності при діагностиці продавців-консультантів.

3.1.2. Дослідження суб'єктивної оцінки продавцями-консультантами власної професійної успішності

Поглянемо на описові статистики, отримані в ході застосування методу бальних оцінок Ф. Гальтона для визначення суб'єктивної оцінки власної професійної успішності продавцями-консультантами (таблиця 3.6).

Таблиця 3.6

Описові статистики, отримані в ході застосування методу бальних оцінок Ф. Гальтона для визначення суб'єктивної оцінки власної професійної успішності продавцями-консультантами

Показник	Мінімум	Максимум	Середнє	Ст. відх.
Мотиваційно-ціннісний	1,00	7,00	4,351	0,628
Компетентнісний	1,00	7,00	4,296	0,735
Поведінковий	1,00	7,00	4,117	0,688
Особистісний	1,00	7,00	4,669	0,759

На основі результатів, що представлені у таблиці 3.6, ми маємо констатувати тенденцію до завищення оцінки продавцями-консультантами власної професійної успішності за всіма її складовими. Такий результат ми схильні пояснювати, з огляду на природу нормально розвиненої самооцінки (що так само має в нормі тенденцію до завищення, але в адекватних межах), на основі якої, в тому числі, ґрунтується і оцінка себе в рамках професійної діяльності. Зазвичай норма превалює над ненормою, якщо тільки не робиться цілеспрямоване формування вибірки з широким представленням ненормативності, але ми не виходили з такого принципу при наборі досліджуваних.

Отже, так само як і у випадку із загальною самооцінкою, яка у випадку прийнятної позитивності сприяє особистісному розвитку, адекватна тенденція до завищення суб'єктивної оцінки власної професійної успішності може ставати основою для професійного зростання.

Якщо поверхнево подивитися на показники визначення суб'єктивної оцінки власної професійної успішності продавцями-консультантами, та показники оцінки професійної успішності продавців-консультантів керівництвом, враховуючи

однакову розмірність шкал двох методик, на думку спадає припущення про можливі розбіжності, що проявляються у більш низьких оцінках, що даються ззовні, та більш високих, - що йдуть від самих працівників на адресу власної професійної успішності. Оскільки ми маємо справу з двома методиками, в яких містяться шкали з однаковою розмірністю, при тому, що самі шкали є аналогічними, в даному випадку цілком припустиме застосування порівняльного аналізу для незалежних вибірок. Отже, з метою перевірки даного припущення застосуємо метод Манна-Уїтні, порівнявши ці показники (таблиця 3.7).

Таблиця 3.7

Результати порівняльного аналізу виразності зовнішніх та суб'єктивних оцінок професійної успішності продавців-консультантів

Показник	Оцінка	Ср. ранг	U	W	Z	P (2-ст.)
Мотиваційно-ціннісний	Зовнішня	96,92	3420,0	14151,0	-10,033	<0,001
	Внутрішня	196,08				
Компетентнісний	Зовнішня	126,97	7807,0	18538,0	-3,952	<0,001
	Внутрішня	166,03				
Поведінковий	Зовнішня	93,13	2866,5	13597,5	-10,804	<0,001
	Внутрішня	199,87				
Особистісний	Зовнішня	99,16	3746,0	14477,0	-9,581	<0,001
	Внутрішня	193,84				

Як ми можемо бачити, за всіма досліджуваними компонентами професійної успішності спостерігається достовірно вища її оцінка, що йде від самих продавців-консультантів, та, відповідно, нижча – що йде від керівництва.

Зазначимо, що такі дані повністю узгоджуються з результатами наявних відомих досліджень. Зокрема, О. Петренко відзначає, що в ході застосування методик «360 градусів» керівництво завжди прагне занижити оцінку своїх підлеглих, в той самий час як підлегли – навпаки завищити [24].

Ми ж схильні пояснювати такі особливості природою організаційних відносин: як зазначає Н. Юрик, цілі працівника і організації завжди є протилежно спрямованими [40], відповідно, ці дві сторони (продавці-консультанти з одного боку, і керівництво як представники організації з іншого) по-різному визначають ефективність здійснення професійної діяльності працівниками, - що і знайшло відображення в отриманих нами результатах. Тобто, в даному випадку професійна

успішність виступає в якості інструменту досягнення працівниками цілей (і своїх, і організаційних), - відповідно, оцінка використання цього інструменту відрізняється, якщо її дає безпосередньо той, хто його застосовує, і той, хто виступає в якості стороннього спостерігача, - особливо, враховуючи, що, з огляду на вказані відмінності у цілях, кожна зі сторін має відмінні очікування щодо цього використання.

Таким чином, підведемо підсумок за результатами вивчення показників вивчення як зовнішніх, так і суб'єктивних оцінок професійної успішності продавців консультантів.

Авторський опитувальник оцінки професійної успішності продавців-консультантів керівництвом продемонстрував високу внутрішню погодженість та критеріальну валідність. Крім того, його факторна структура, сформована на основі теоретичного аналізу, що передбачала наявність чотирьох складових професійної успішності, а саме: мотиваційно-ціннісної, компетентнісної, поведінкової та особистісної, - була повністю підтверджена в рамках конфірматорного факторного аналізу.

Оцінювання професійної успішності продавців консультантів керівництвом не виявило тенденцій ані до позитивних, ані до негативних показників, проте самі працівники схильні до більш високих оцінок власної професійної успішності, і ця відмінність носить статистично достовірний характер.

3.2. Виділення рівнів професійної успішності продавців-консультантів

Надалі ми плануємо розподілити вибірку на групи, для кожної з яких буде притаманним певний тип (профіль, рівень) співвідношення показників професійної успішності. Для цього буде використовуватися кластерний аналіз (метод k-середніх).

Проте, перед початком процедури кластеризації вибірки з метою виділення рівнів професійної успішності продавців-консультантів з метою зниження розмірності для більш зручної роботи з даними проведемо факторний аналіз (метод головних компонент з обертанням Варімакс) на основі опитувальника оцінки

професійної успішності продавців-консультантів керівництвом та методу бальних оцінок Ф. Гальтона для визначення суб'єктивної оцінки власної професійної успішності продавцями-консультантами (таблиця 3.8).

Таблиця 3.8

Результати факторного аналізу на основі зовнішніх та суб'єктивних оцінок професійної успішності продавців-консультантів

	Компонент	
	1	2
Мотиваційно-ціннісний (зовн.)		0,743
Компетентнісний (зовн.)		0,688
Поведінковий (зовн.)		0,771
Особистісний (зовн.)		0,594
Мотиваційно-ціннісний (суб.)	0,805	
Компетентнісний (суб.)	0,746	
Поведінковий (суб.)	0,811	
Особистісний (суб.)	0,691	

На основі факторизації було отримано два фактори, що у сукупності пояснюють 93,32% дисперсії.

Отже, згідно з результатами, наведеними у таблиці 3.8, усі показники методики, що відповідають за суб'єктивну оцінку професійної успішності, були віднесені до першого фактору, а всі показники, що були виявлені на основі опитувальника оцінки професійної успішності продавців-консультантів керівництвом, - до другого. Відповідно, дані фактори можна називати «Суб'єктивна професійна успішність» та «Об'єктивна професійна успішність».

При подальшій кластеризації методом k-середніх нами вивчалось варіювання F-критерію в залежності від кількості заданих кластерів. У підсумку на основі даного показника було визначено, що оптимальна кількість кластерів дорівнює трьом.

Результати кластерного аналізу вибірки на основі факторів «Суб'єктивна професійна успішність» та «Об'єктивна професійна успішність» представлено у таблиці 3.9.

Таблиця 3.9

Результати кластеризації вибірки на основі виділених факторів

Кластер	Фактори		Кількість осіб
	Суб'єктивна успішність	Об'єктивна успішність	
1	1,81±0,46	-1,12±0,29	68
2	1,68±0,41	1,52±0,38	45
3	-1,26±0,34	-1,84±0,42	33

Для більшої наочності представимо отримані дані графічно (рис. 3.1):

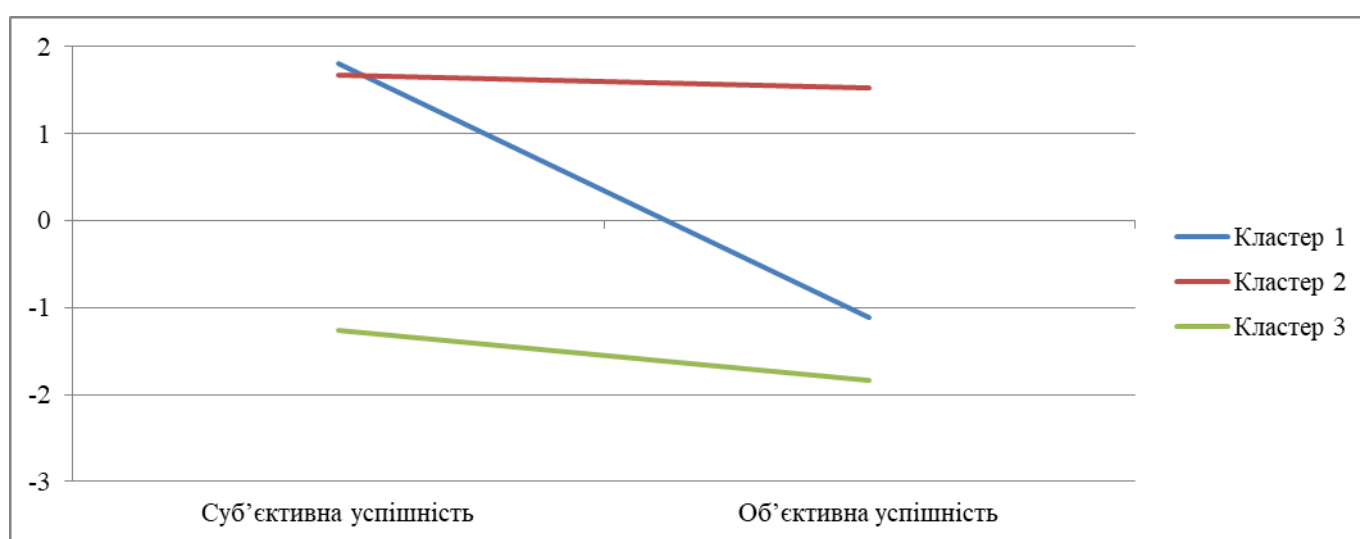


Рис. 3.1. Результати кластеризації вибірки на основі виділених факторів

Отже, як ми бачимо, було виділено три кластери. Для представників першого кластеру (68 осіб) характерна висока суб'єктивна оцінка професійної успішності, та доволі низька – зовнішня оцінка даного параметру. Для другого кластеру (45 осіб) притаманна висока виразність обох параметрів, а для третього (33 особи) – обидві оцінки є виразними на низькому рівні.

Враховуючи визначене нами в рамках теоретичного аналізу положення щодо того, що професійний успіх може визначатися як такий за умови відповідної його оцінки як ззовні, так і зсередини самої особистості працівника, успішним в даному випадку можна назвати лише другий кластер, характеристики якого цілком відповідають вказаному положенню.

Кластер №1 вказує на значну суперечливість між суб'єктивною та об'єктивною оцінками, - тобто, представники даної підгрупи вважають себе доволі

успішними у роботі, проте, керівництво має кардинально відмінну думку щодо цього. З огляду на те, що даний кластер є найбільш чисельним, ми маємо знову констатувати загальну тенденцію до того, що керівництво більшою мірою схильне негативно ставитися до ефективності роботи підлеглих, ніж це відчувають самі працівники, про яку ми говорили вище в світлі розбіжностей цілей продавців-консультантів та організації в рамках робочого процесу. Даний кластер можна умовно назвати «Об'єктивно неуспішний».

Для представників третього кластеру, як і у випадку з першим, характерна узгодженість зовнішньої та суб'єктивної оцінок професійної успішності, проте в даному випадку ці оцінки характеризуються негативністю. Тобто, і самі ці працівники себе вважають малоуспішними, і таку ж думку про них має керівництво. Умовно даний кластер можна назвати «Тотально неуспішним».

Аналізуючи останні два кластери, ми припускаємо, що в аспекті подальшого професійного розвитку більш перспективними є представники третього кластеру, адже вони мають більш адекватну оцінку власної професійної успішності, - відповідно, в разі наявності прийнятної рівня мотивації, в них буде формуватися прагнення до покращення своєї робочої ефективності.

Натомість, в осіб кластеру «Об'єктивно неуспішний» такого підґрунтя немає. Більш того, нами був проведений поверхневий аналіз показників продажів і штрафів по кластерам, і виявилось, що дані досліджувані, маючи схожий показник продажів з представниками «Тотально неуспішної» підгрупи, суттєво відрізняються в більший бік серед усіх трьох кластерів за показниками штрафів, - що цілком узгоджується із вказаною нами невідповідністю суб'єктивної та зовнішньої оцінок їхньої професійної успішності.

Тим не менш, суто з позиції визначення професійної успішності серед виділених профілів найбільш позитивним є «Успішний», а найменш – «Тотально неуспішний», і з огляду на можливість такої ієрархізації, виділені нами кластери цілком правомірно називати рівнями професійної успішності продавців-консультантів, а не просто профілями чи типами.

Отже, підведемо підсумок. Для продавців-консультантів характерні три рівні

професійної успішності: «Успішний», «Об'єктивно неуспішний» та «Тотально неуспішний». «Успішний» рівень характеризується виразними позитивними оцінками робочого успіху як самим працівником, так і його керівництвом. Для «Об'єктивно неуспішного» рівня характерна позитивна оцінка продавцем-консультантом власної професійної успішності, проте ця успішність має негативну оцінку ззовні. «Тотально неуспішні» працівники і себе вважають малоуспішними в професійному плані, і таку ж думку про них має керівництво.

Далі перед нами стоїть завдання порівняти осіб з різними виділеними рівнями професійної успішності за виразністю соціально-комунікативних навичок, - отже, в наступному підрозділі представлені результати такого порівняльного аналізу.

3.3. Порівняльний аналіз виразності соціально-комунікативних навичок у продавців-консультантів з різним рівнем професійної успішності

3.3.1. Порівняльний аналіз виразності показників комунікативних і організаторських схильностей у продавців-консультантів з різним рівнем професійної успішності

Перш ніж приступати до порівняльного аналізу виразності показників комунікативних і організаторських схильностей у продавців-консультантів з різним рівнем професійної успішності, поглянемо на описові статистики, отримані на основі застосування Методики КОС-2 (таблиця 3.10).

Таблиця 3.10

Описові статистики показників, отриманих на основі застосування Методики виявлення й оцінки комунікативних і організаторських схильностей

Показник	Вся вибірка	Кластери*		
		1	2	3
Комунікативні схильності	0,65±0,15	0,67±0,18	0,64±0,16	0,62±0,15
Організаторські схильності	0,64±0,08	0,68±0,07	0,62±0,05	0,58±0,14

*Примітка: * - 1 – «Успішний»; 2 – «Об'єктивно неуспішний»; 3 - «Тотально неуспішний».*

Як ми можемо бачити, для кластерів «Об'єктивно неуспішний» та «Тотально

неуспішний» характерний помірний рівень комунікативних схильностей; для «Успішного» кластеру – вищий за середній.

Щодо організаторських схильностей – для «Успішного» кластеру за даним параметром характерний середній рівень виразності; для решти – нижчий за середній.

Отже, на основі розглянутих описових статистик ми можемо спостерігати тенденцію, в межах якої і комунікативні, і організаторські здібності у представників «Успішного» кластера прагнуть до більш високого рівня у порівнянні з іншими підгрупами. Але те, наскільки визначальною є така тенденція, покажи тільки безпосередній порівняльний аналіз.

Результати порівняльного аналізу показників виразності комунікативних і організаторських схильностей у продавців-консультантів з різним рівнем професійної успішності із застосуванням критерію Краскелла-Уолліса представлено у таблиці 3.11.

Таблиця 3.11

Результати порівняльного аналізу виразності показників комунікативних і організаторських схильностей у продавців-консультантів з різним рівнем професійної успішності

Показник	Кластер* (ср. ранг)			$\chi^2(2)$	P (2-ст)
	1	2	3		
Комунікативні схильності	85,88	67,70	55,91	12,398	=0,002
Організаторські схильності	93,55	63,02	46,47	31,61	<0,001

Примітка: * - 1 – «Успішний»; 2 – «Об'єктивно неуспішний»; 3 - «Тотально неуспішний».

Отримані показники вказують на те, що за обома шкалами виявлено достовірні розбіжності: і комунікативні, і організаторські здібності є значущо більш виразними у представників «Успішного» кластеру. Натомість, найнижчі показники все також за обома шкалами мають представники «Тотально неуспішного» кластеру.

На наш погляд, отриманий результат є цілком закономірним, адже взаємодія продавця-консультанта з покупцем, яка є одним з головних елементів професійної діяльності даного фахівця, неможлива без соціально-комунікативної складової, -

відповідно, розвиненість комунікативних схильностей має сприяти ефективності взаємодії з покупцем, отже й зростанню професійної успішності.

Щодо організаторських схильностей, - очевидно, що їхня розвиненість дає змогу продавцям-консультантам ефективно організовувати навколишній соціальний мікроклімат під власні потреби, який у підсумку дає їм перевагу при досягненні успіху в рамках робочої діяльності.

Тепер поглянемо на порівняльний аналіз виразності показників комунікативної соціальної компетентності у продавців-консультантів з різним рівнем професійної успішності.

3.3.2. Порівняльний аналіз виразності показників комунікативної соціальної компетентності у продавців-консультантів з різним рівнем професійної успішності

У таблиці 3.12 наведено описові статистики, отримані на основі результатів за методикою «Діагностика комунікативної соціальної компетентності».

Таблиця 3.12

Описові статистики показників, отриманих на основі застосування Методики «Діагностика комунікативної соціальної компетентності»

Показник	Вся вибірка	Кластери*		
		1	2	3
Відкритість	15,82±4,57	16,96±4,95	14,22±4,65	15,64±4,41
Кмітливість	15,71±4,77	17,28±3,61	14,62±3,93	13,94±4,74
Емоційна стійкість	15,33±5,31	16,18±5,01	14,93±5,71	14,12±4,91
Життєрадісність	14,82±4,92	14,44±4,72	15,33±5,08	14,91±4,12
Чуйність	14,99±4,48	15,37±4,68	13,84±4,53	15,76±4,56
Орієнтація у рішеннях на себе	15,93±4,17	16,54±5,13	16,04±4,97	14,52±5,91
Самоконтроль	15,57±4,84	16,91±4,91	13,51±4,11	15,61±4,41
Асоціальність	29,58±8,51	29,03±8,57	30,41±8,65	29,58±8,36

Примітка: * - 1 – «Успішний»; 2 – «Об'єктивно неуспішний»; 3 - «Тотально неуспішний».

Як ми можемо бачити, у досліджуваних «Успішного» кластеру на високому рівні проявляють себе такі характеристики комунікативної компетентності, як відкритість, кмітливість, емоційна стійкість, орієнтація у рішеннях на себе та самоконтроль, при помірній виразності життєрадісності, чуйності та асоціальності.

Для представників «Об'єктивно неуспішного» кластеру характерна висока орієнтація у рішеннях на себе, а також погранична між помірним та високим рівнем виразності показника асоціальності. Решта складових комунікативної компетентності в даних осіб знаходяться на помірному рівні.

У досліджуваних «Тотально неуспішного» кластеру спостерігається помірна виразність усіх показників складових комунікативної соціальної компетентності.

То ж, проведемо порівняльний аналіз даних показників у продавців-консультантів з різним рівнем професійної успішності (таблиця 3.13).

Таблиця 3.13

Результати порівняльного аналізу виразності показників комунікативної соціальної компетентності у продавців-консультантів з різним рівнем професійної успішності

Показник	Кластер* (ср. ранг)			$\chi^2(2)$	P (2-ст)
	1	2	3		
Відкритість	91,73	48,64	69,83	28,80	<0,001
Кмітливість	96,50	57,71	47,64	39,31	<0,001
Емоційна стійкість	84,21	70,36	55,71	10,57	=0,005
Життєрадісність	68,09	80,62	74,94	02,45	=0,293
Чуйність	79,15	59,19	81,36	07,58	=0,023
Орієнтація у рішеннях на себе	84,76	75,81	47,15	18,10	<0,001
Самоконтроль	91,82	46,9	72,02	31,00	<0,001
Асоціальність	69,57	79,44	73,50	01,49	=0,474

Примітка: * - 1 – «Успішний»; 2 – «Об'єктивно неуспішний»; 3 - «Тотально неуспішний».

Як можна бачити з таблиці 3.11, така складова комунікативної компетентності, як відкритість, є достовірно найвищою в представників «Успішного» кластеру; найнижчою – в досліджуваних кластеру «Об'єктивно неуспішний». Особи з «Тотально неуспішного» кластеру займають проміжну позицію.

Очевидно, що відкритість – це та якість, яка здатна розташовувати покупців до продавців-консультантів, - отже, цілком логічно, що дана якість виявляється найвищою у найбільш успішних працівників.

Те, що найнижчим даний показник виявився в «Об'єктивно неуспішних», ми схильні пояснювати, з огляду на те, що дані особи, як ми встановили вище, меншою мірою узгоджують власну оцінку своєї професійної діяльності із зовнішніми

оцінками цієї діяльності. Це може бути наслідком намагання даних осіб репрезентувати свій образ відмінним чином від того, яким він є насправді, - отже, своє справжнє «Я» вони через це в певній мірі приховують, що і сприяє зниженню їхньої відкритості.

За шкалою кмітливості також виявлено достовірні відмінності: найбільш виразним даний показник є в «Успішного» кластеру; найменш – у «Тотально неуспішного». Якщо розглядати змістовно даний показник як одну з основ компетентнісної складової професійної успішності, то цілком закономірно, що його виразність у представників «Успішного» кластеру є більш високою, ніж у випадку осіб, що за певними критеріями не можуть бути віднесені до високо успішних працівників.

За показником емоційної стійкості так само виявлено достовірні відмінності: найбільш виразним даний показник є в «Успішного» кластеру; найменш – у «Тотально неуспішного». Виходячи з того, що емоційна стійкість – це характеристика, що зумовлена переважно психофізіологічною природою, очевидно, що виключно саме її слід розглядати як передумову професійної успішності продавців-консультантів (ми маємо на увазі, що зворотній вплив, тобто, вплив успішності на емоційну стійкість є малоімовірним). Припускаємо, що емоційна стійкість дозволяє продавцям-консультантам більш стабільно та стримано вести себе з покупцями, особливо якщо мова йде про певні конфліктні або суперечливі ситуації, - і це сприяє підвищенню їхньої робочої продуктивності (наприклад, в ситуації виразної напруги, що йде від покупця в ході комунікації, емоційна стійкість дає продавцеві більше шансів продати йому товар, - на противагу тому, що емоційно нестійкий працівник може відповісти покупцеві так, що напруга тільки зростатиме).

За шкалою життєрадісності достовірних відмінностей не виявлено.

За показником чуйності достовірно найвищий показник мають досліджувані «Тотально неуспішного» кластеру; найнижчий - «Об'єктивно неуспішного». Такий результат ми схильні пояснювати тим, що надмірна чуйність може провокувати працівників до встановлення найбільш емпатійного комунікативного контакту з

покупцями. Проте, сучасні продажі, особливо під час значного напливу до магазину відвідувачів, вимагають інтенсифікації та, відповідно, поверховості взаємодії з покупцями, що йде всупереч прагненню до емпатійного контакту з ними. Отже, через це більш чуйні продавці-консультанти втрачають змогу нарощувати ефективність та успішність власної праці. Крім того, чуйність може утримувати працівників від того, щоб проявляти ініціативу пропонування товарів негативно чи конфліктно налаштованим покупцям, - що у підсумку позначиться на обсягах продажів, і, знову-таки, на професійній успішності в цілому. Та й в суб'єктивному аспекті має місце бути те, що чуйність в суперечливих чи напружених ситуаціях буде створювати дискомфорт, і також знижувати задоволеність від роботи, що в решті решт, позначиться і на відчутті власної професійної ефективності.

За шкалою орієнтації у рішеннях на себе також виявлено достовірні відмінності: найбільш виразним даний показник є в «Успішного» кластеру; найменш – у «Тотально неуспішного». У поясненні такого результату ми виходимо з того, що здатність самотійно ухвалювати рішення значно оптимізує робочий процес, завдяки чому збільшується обсяг виконаної роботи та її ефективність. Крім того, орієнтації у рішеннях на себе в робочих моментах може бути свідченням високої професійної обізнаності та компетентності, що становить одну з фундаментальних складових професійної успішності.

За показником самоконтролю так само виявлено достовірні відмінності: найбільш виразним даний показник є в «Успішного» кластеру; найменш – у «Тотально неуспішного». Очевидно, тут слід говорити про причини такого результату, подібні до тих, що ми розглядали при аналізі показника емоційної стійкості. Тобто, самоконтроль можна визначати як ресурс, що дозволяє продавцеві-консультантові вести себе з покупцями більш стабільно та стримано, - завдяки чому досягається висока ефективність продажів (як один з вагомих компонентів професійної успішності) навіть у випадках негативного (упередженого, напруженого, конфліктного тощо) ставлення з боку покупця.

За шкалою асоціальності достовірних відмінностей не виявлено.

3.3.3. Порівняльний аналіз виразності показників соціального інтелекту у продавців-консультантів з різним рівнем професійної успішності

Поглянемо на описові статистики, отримані на основі методики діагностики соціального інтелекту Тромсе (таблиця 3.14).

Таблиця 3.14

Описові статистики показників, отриманих на основі застосування Методики діагностики соціального інтелекту Тромсе

Показник	Вся вибірка	Кластери*		
		1	2	3
Обробка соціальної інформації	6,55±3,19	7,01±2,57	5,87±2,53	6,58±2,39
Соціальна свідомість	6,69±2,72	7,24±2,66	6,13±2,47	6,33±2,87
Соціальні навички	6,91±2,67	7,34±2,59	6,42±2,56	6,64±2,78
Загальний соціальний інтелект	6,71±3,07	7,22±3,02	6,09±2,82	6,48±2,97

Примітка: * - 1 – «Успішний»; 2 – «Об'єктивно неуспішний»; 3 - «Тотально неуспішний».

Як можна бачити, для досліджуваних «Успішного» кластеру характерна висока виразність соціального інтелекту – як загалом, так і за всіма його парціальними складовими. В осіб «Об'єктивно неуспішної» та «Тотально неуспішної» підгруп дані показники виразні помірно.

Проведемо порівняльний аналіз зазначених показників (таблиця 3.15).

Таблиця 3.15

Результати порівняльного аналізу виразності показників соціального інтелекту у продавців-консультантів з різним рівнем професійної успішності

Показник	Кластер* (ср. ранг)			$\chi^2(2)$	P (2-ст)
	1	2	3		
Обробка соціальної інформації	83,48	56,76	75,77	11,32	=0,003
Соціальна свідомість	86,38	60,43	64,77	12,36	=0,002
Соціальні навички	84,07	61,66	67,86	8,63	=0,013
Загальний соціальний інтелект	92,9	50,24	65,24	31,73	<0,001

Примітка: * - 1 – «Успішний»; 2 – «Об'єктивно неуспішний»; 3 - «Тотально неуспішний».

З наведених у таблиці 3.15 результатів ми можемо бачити, що для досліджуваних «Успішного» кластеру характерна достовірно найвища виразність як інтегрального соціального інтелекту, так і всіх його складових: обробки соціальної

інформації, соціальної свідомості та соціальних навичок.

Ми схилиємося до того, що в даному випадку соціальний інтелект є інструментом, який допомагає продавцям-консультантам швидше знаходити найбільш ефективні підходи до покупців, у високій ступені відповідно будувати з ними комунікацію, передбачувати бажання покупців, віднаходити найбільш доречні пропозиції ті все інше, що дозволяє збільшувати ефективність, а й отже і успішність професійної діяльності.

Цікавим, на наш погляд, виявився результат, що вказує на найнижчу виразність соціального інтелекту у представників «Об'єктивно неуспішного» кластеру. Проте, скоріш за все, пояснення цьому може критися як раз у неодноразово підкреслюваній нами невідповідності суб'єктивної та зовнішньої оцінок цими працівниками власної професійної діяльності (нагадаємо, що дані особи схильні завищувати ці оцінки, у порівняння з тими, які їм дає керівництво). Цілком можливо, що причина цього як раз і криється в тому, що дані особи не можуть з високою точністю інтерпретувати зворотній зв'язок, що йде від керівництва через брак розвиненості соціального інтелекту. Тобто, на наш погляд, саме особливості соціального інтелекту даних осіб не дозволяють їм узгодити власну оцінку своєї професійної успішності з тією, що формується оточенням.

На цьому ми завершуємо порівняльний аналіз виразності соціально-комунікативних навичок у продавців-консультантів з різним рівнем професійної успішності, на основі якого слід зробити ряд узагальнень.

Отже, для продавців-консультантів, що перебувають на «Успішному», тобто, найвищому рівні професійної успішності, характерна висока виразність соціального інтелекту, в тому числі за всіма його складовими, що відповідають за обробку соціальної інформації, соціальну свідомість та соціальні навички; висока розвиненість таких складових комунікативної компетентності, як відкритість, кмітливість, емоційна стійкість, орієнтація у рішеннях на себе та самоконтроль; вищий за середній рівень виразності комунікативних схильностей; і помірність у представленості життєрадісності, чуйності, асоціальності та організаторських схильностей. При цьому дані особи достовірно переважають продавців-

консультантів, що перебувають на нижчих рівнях професійної успішності, за показниками комунікативних і організаторських схильностей, відкритості, кмітливості, емоційної стійкості, орієнтації на себе в рамках ухвалення важливих рішень, самоконтролю та соціального інтелекту.

Продавці-консультанти, що знаходяться на «Об'єктивно неуспішному» рівні мають високо розвинену схильність орієнтуватися на себе в ході ухвалення важливих рішень при помірності решти показників комунікативної соціальної компетентності, середній рівень виразності комунікативних схильностей та соціального інтелекту, а також нижчий за середній – рівень організаторських схильностей. У порівнянні з продавцями-консультантами, що знаходяться на інших рівнях професійної успішності, дані працівники демонструють достовірно найнижчі показники відкритості, чуйності, самоконтролю та соціального інтелекту.

У продавців-консультантів, що знаходяться на «Тотально неуспішному», тобто, найнижчому рівні професійної успішності, спостерігається помірно виразний рівень комунікативних схильностей, соціального інтелекту та соціально-комунікативної компетентності; а також – нижчий за середній рівень організаторських схильностей. При цьому, у порівнянні з продавцями-консультантами, що знаходяться на інших рівнях професійної успішності, дані працівники демонструють достовірно найвищу виразність чуйності, та найнижчу - комунікативних та організаторських схильностей, кмітливості, емоційної стійкості та орієнтації у рішеннях на себе.

Висновки до розділу III

1. Авторський опитувальник оцінки професійної успішності продавців-консультантів керівництвом продемонстрував високу внутрішню погодженість та критеріальну валідність. Крім того, його факторна структура, сформована на основі теоретичного аналізу, що передбачала наявність чотирьох складових професійної успішності, а саме: мотиваційно-ціннісної, компетентнісної, поведінкової та особистісної, - була повністю підтверджена в рамках конфірматорного факторного аналізу.

2. Оцінювання професійної успішності продавців консультантів керівництвом не виявило тенденцій ані до позитивних, ані до негативних показників, проте самі працівники схильні до більш високих оцінок власної професійної успішності, і ця відмінність носить статистично достовірний характер.

3. Для продавців-консультантів характерні три рівні професійної успішності: найвищій, який умовно носить назву «Успішний», середній, або «Об'єктивно неуспішний» та найнижчій - «Тотально неуспішний». «Успішний» рівень характеризується виразними позитивними оцінками робочого успіху як самим працівником, так і його керівництвом. Для «Об'єктивно неуспішного» рівня характерна позитивна оцінка продавцем-консультантом власної професійної успішності, проте ця успішність має негативну оцінку ззовні. «Тотально неуспішні» працівники і себе вважають малоуспішними в професійному плані, і таку ж думку про них має керівництво.

4. Для продавців-консультантів, що перебувають на «Успішному», тобто, найвищому рівні професійної успішності, характерна висока виразність соціального інтелекту, в тому числі за всіма його складовими, що відповідають за обробку соціальної інформації, соціальну свідомість та соціальні навички; висока розвиненість таких складових комунікативної компетентності, як відкритість, кмітливість, емоційна стійкість, орієнтація у рішеннях на себе та самоконтроль; вищий за середній рівень виразності комунікативних схильностей; і помірність у представленості життєрадісності, чуйності, асоціальності та організаторських схильностей. При цьому дані особи достовірно переважають продавців-консультантів, що перебувають на нижчих рівнях професійної успішності, за показниками комунікативних і організаторських схильностей, відкритості, кмітливості, емоційної стійкості, орієнтації на себе в рамках ухвалення важливих рішень, самоконтролю та соціального інтелекту.

5. Продавці-консультанти, що знаходяться на «Об'єктивно неуспішному» рівні мають високо розвинену схильність орієнтуватися на себе в ході ухвалення важливих рішень при помірності решти показників комунікативної соціальної компетентності, середній рівень виразності комунікативних схильностей та

соціального інтелекту, а також нижчий за середній – рівень організаторських схильностей. У порівнянні з продавцями-консультантами, що знаходяться на інших рівнях професійної успішності, дані працівники демонструють достовірно найнижчі показники відкритості, чуйності, самоконтролю та соціального інтелекту.

6. У продавців-консультантів, що знаходяться на «Тотально неуспішному», тобто, найнижчому рівні професійної успішності, спостерігається помірно виразний рівень комунікативних схильностей, соціального інтелекту та соціально-комунікативної компетентності; а також – нижчий за середній рівень організаторських схильностей. При цьому, у порівнянні з продавцями-консультантами, що знаходяться на інших рівнях професійної успішності, дані працівники демонструють достовірно найвищу виразність чуйності, та найнижчу - комунікативних та організаторських схильностей, кмітливості, емоційної стійкості та орієнтації у рішеннях на себе.

ВИСНОВКИ

1. Професійна успішність – це параметр, що відображує особливості виконання людиною своєї професійної діяльності, визначаючись системою внутрішніх і зовнішніх оцінок щодо досягнення в ній успіху. Даний параметр складається з мотиваційно-ціннісного, компетентнісного, поведінкового та особистісного компонентів. Соціально-комунікативні навички – це надбані людиною уміння соціальної взаємодії, що утворилися внаслідок багаторазового повторення міжособових інтеракцій, функція яких полягає у збільшенні ефективності передачі інформації від особистості до особистості. Дані навички розподіляються за трьома основними групами: комунікативні та організаторські схильності, комунікативно-соціальна компетентність та соціальний інтелект. На сьогодні головними професійно важливими якостями продавця-консультанта визнаються переважно ті, що мають соціально-комунікативну спрямованість: здібності до здійснення соціально-психологічного впливу, артистизм, здатність до лаконічного та грамотного формулювання думок, стриманість, екстравертованість, контактність, розвиненість культури спілкування, емпатія, соціальний інтелект, готовність допомогти, спроможність до оптимізації комунікативного процесу, емоційна стабільність та високо розвинені характеристики уваги та пам'яті.

2. Авторський опитувальник оцінки професійної успішності продавців-консультантів керівництвом продемонстрував високу внутрішню погодженість та критеріальну валідність. Крім того, його факторна структура, сформована на основі теоретичного аналізу, що передбачала наявність чотирьох складових професійної успішності, а саме: мотиваційно-ціннісної, компетентнісної, поведінкової та особистісної, - була повністю підтверджена в рамках конфірматорного факторного аналізу. Оцінювання професійної успішності продавців консультантів керівництвом не виявило тенденцій ані до позитивних, ані до негативних показників, проте самі працівники схильні до більш високих оцінок власної професійної успішності, і ця відмінність носить статистично достовірний характер.

3. Для продавців-консультантів характерні три рівні професійної успішності: найвищий, який умовно носить назву «Успішний», середній, або «Об'єктивно

неуспішний» та найнижчій - «Тотально неуспішний». «Успішний» рівень характеризується виразними позитивними оцінками робочого успіху як самим працівником, так і його керівництвом. Для «Об'єктивно неуспішного» рівня характерна позитивна оцінка продавцем-консультантом власної професійної успішності, проте ця успішність має негативну оцінку ззовні. «Тотально неуспішні» працівники і себе вважають малоуспішними в професійному плані, і таку ж думку про них має керівництво.

4. Для продавців-консультантів, що перебувають на «Успішному», тобто, найвищому рівні професійної успішності, характерна висока виразність соціального інтелекту, в тому числі за всіма його складовими, що відповідають за обробку соціальної інформації, соціальну свідомість та соціальні навички; висока розвиненість таких складових комунікативної компетентності, як відкритість, кмітливість, емоційна стійкість, орієнтація у рішеннях на себе та самоконтроль; вищий за середній рівень виразності комунікативних схильностей; і помірність у представленості життєрадісності, чуйності, асоціальності та організаторських схильностей. При цьому дані особи достовірно переважають продавців-консультантів, що перебувають на нижчих рівнях професійної успішності, за показниками комунікативних і організаторських схильностей, відкритості, кмітливості, емоційної стійкості, орієнтації на себе в рамках ухвалення важливих рішень, самоконтролю та соціального інтелекту. Продавці-консультанти, що знаходяться на «Об'єктивно неуспішному» рівні мають високо розвинену схильність орієнтуватися на себе в ході ухвалення важливих рішень при помірності решти показників комунікативної соціальної компетентності, середній рівень виразності комунікативних схильностей та соціального інтелекту, а також нижчий за середній – рівень організаторських схильностей. У порівнянні з продавцями-консультантами, що знаходяться на інших рівнях професійної успішності, дані працівники демонструють достовірно найнижчі показники відкритості, чуйності, самоконтролю та соціального інтелекту. У продавців-консультантів, що знаходяться на «Тотально неуспішному», тобто, найнижчому рівні професійної успішності, спостерігається помірно виразний рівень комунікативних схильностей, соціального

інтелекту та соціально-комунікативної компетентності; а також – нижчий за середній рівень організаторських схильностей. При цьому, у порівнянні з продавцями-консультантами, що знаходяться на інших рівнях професійної успішності, дані працівники демонструють достовірно найвищу виразність чуйності, та найнижчу - комунікативних та організаторських схильностей, кмітливості, емоційної стійкості та орієнтації у рішеннях на себе.

Отже, гіпотеза дослідження щодо того, що розвиненість соціально-комунікативних навичок у продавців-консультантів, є пов'язаною з високим рівнем їхньої професійної успішності, була підтверджена.

ЛІТЕРАТУРА

1. Авер'янова А. В. Професійний успіх як основа самореалізації особистості. *Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського. Психологічні науки*. 2017. № 1. С. 7-12.
2. Берекеля В. В. Психологічні аспекти впливу на поведінку споживача в сфері торгівлі. Тернопіль: ТНТУ, 2022. 68 с.
3. Біскуп В. С., Гірняк А. Н., Гірняк Г. С., Крупник З. І., Надвинична Т. Л., Шандрук С. К., Яремко О. М. Психологія професійної діяльності: підручник I за ред. С. К. Шандрука. Тернопіль: ЗУНУ, 2022. 256 с.
4. Васютинська Є.А. Формування комунікативних навичок майбутнього фахівця. *Наукові записки. Серія: Педагогічні науки*. 2024. Випуск 213. С. 401-405.
5. Вінков В. Ю. Уявлення про життєвий успіх: стан розробленості проблематики в соціальній психології. *Проблеми політичної психології*: зб. наук. пр. / Ін-т соц. та політ. психології НАПН України. Київ, 2015. Вип. 2. С. 221-231.
6. Войцеховський Ю. Використання психологічних прийомів у продажах: вплив та маніпуляції. *Управління соціально-економічним розвитком в умовах глобалізації* : зб. тез наук.-практ. конф. Івано-Франківськ: ІФННІМ ТНЕУ, 2016. С. 168-170.
7. Гуменюк Г.В. Професійна успішність, ефективність праці та професійне здоров'я: шлях психологічного пошуку. *Особистісні та ситуативні детермінанти здоров'я*. 2019. С. 73-77.
8. Демчук О. О. Життєва компетентність як підґрунтя власної життєвої і професійної успішності. *Психологія: реальність і перспективи*: зб. наук. пр. Рівненський державний гуманітарний ун-т. Рівне, 2017. Вип. 8. С. 71-75.
9. Добротвор О. В. Комунікативна компетентність як предмет наукового дослідження. *Педагогічний процес: теорія і практика*. 2013. Вип. 3. С. 56-62.
10. Казначеева Л. М. Комунікативна компетентність як складова професійної підготовки майбутніх педагогів. *Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури*. 2013. Вип. 30. С. 357-362.

11. Карп'юк М. Д. Комунікативна компетентність і ділова контактність як умова професійної самореалізації майбутніх кваліфікованих робітників. *Психолінгвістика*. 2013. Вип. 13. С. 186-202.
12. Карпова Л. Г. Методика «Діагностика комунікативної соціальної компетентності» (КСК). Теоретико-методичні засади створення освітньо-розвивального середовища в спеціалізованих закладах загальної середньої освіти для обдарованих дітей : додатки. Харків, 2019. 370 с.
13. Кочина Л. До визначення поняття «професійна комунікативна компетентність». *Педагогіка і психологія професійної освіти*. 2013. №3. С. 76-82.
14. Кришемінська Л. Д. Етика ділових відносин у торгівлі: підручник для учнів професійних навч.-виховничих закладів. Київ : Вища школа, 1995. 67 с.
15. Литвиненко Н. П., Сергієнко Т. В. Формування комунікативних навичок у контексті фахової підготовки майбутніх лікарів. *Ukrainian scientific medical youth journal*. 2022. Supplement №2 (130). С. 33-34.
16. Ляховець Л.О. Особистісна складова успішності професійної діяльності практичного психолога. Актуальні проблеми психології. Том 1: Соціальна психологія. *Організаційна психологія. Економічна психологія*: зб. наук. пр. Інституту психології ім. Г.С. Костюка, 2006. Част. 17. С. 123-127.
17. Максюта В. В. Мотиваційні чинники підвищення продуктивності праці продавців. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія : Економічні науки*. 2011. № 6(1). С. 302-305.
18. Мисака Г.В., Дерун І.А. Професійна успішність як критерій оцінки ефективності управління інтелектуальним капіталом футбольних клубів. *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу*. 2020. Вип. 2 (46). С. 32-39.
19. Мицишин М. М. Соціально-психологічний образ успішного фахівця як чинник професіоналізації студентської молоді : автореф. дис. ... канд. психол. наук: 19.00.05 «Соціальна психологія; психологія соціальної роботи». Нац. університет «Львівська політехніка». Київ, 2016. 23 с.

20. Мірошниченко О. Профілактика «синдрому» професійного вигорання у працюючих в екстремальних умовах: навч.-метод. посіб. Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І.Франка, 2013. 155с.
21. Окольніча Т. В. Комунікація суб'єктів освітнього процесу в умовах воєнного та повоєнного часу. *Професійна підготовка майбутніх фахівців у воєнний та повоєнний час*: кол. моногр. МОН України, Центральноукраїнський державний університет імені Володимира Винниченка. Дніпро: Середняк Т. К., 2023. С. 172-200.
22. Омелянська В. Психологічне здоров'я студентів ВНЗ як необхідна умова успішного професійного навчання. *Humanitarium*: зб. наук. пр. ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди». Переяслав-Хмельницький, 2017. Т. 39, вип. 1 : Психологія. С. 115-123.
23. Павлик О.М., Василенко І.С. Комунікативні та організаторські схильності як важливі складові професійних здібностей тренера. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Психологічні науки*. 2017. Випуск 2. Том 2. С. 59-64.
24. Петренко О. О. Застосування методів «360 градусів» та «assessment-центру» для оцінки фахівців за компетентностями. *Проблеми економіки*. 2015. №4. С. 216-221.
25. Психологія професійної діагностики та професійного консультування: практичний посібник / Ігнатович О. М., Татаурова-Осика Г. П., Шевенко А. М. ; за ред. О. М. Ігнатович. Кропивницький: Імекс-ЛТД, 2021. 225 с.
26. Решміділова С. Л. Психологічні аспекти торговельного обслуговування. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2014. Т. 2, № 5. С. 133-136.
27. Романенко Є. О. Теоретико-методологічна ідентифікація поняття комунікації у контексті сучасних дослідницьких підходів. *Ефективність державного управління*. 2012. Вип. 32. С. 108-115.
28. Санько К. О. Особливості взаємозв'язку емоційного інтелекту та відчуття

- успішності сучасної молоді. *Проблеми сучасної психології*: зб. наук. пр. Кам'янець-Поділ. нац. ун-ту ім. Івана Огієнка, Ін-ту психології ім. Г. С. Костюка НАПН України. Кам'янець-Подільський, 2016. Вип. 34. С. 483-494.
29. Сардак О. В. Формування моделі компетенцій персоналу в умовах маркетингової орієнтації підприємства. *Економічні науки. Серія «Економіка та менеджмент»* : зб. наук. праць. Луцьк, 2010. № 7. С. 3-11.
30. Сас О. О. Психолого-педагогічні умови формування комунікативних умінь і навичок особистості. *Вісник Черкаського університету. Серія «Педагогічні науки»*. 2018. Випуск № 5. С. 78-86.
31. Скорик Т.В. Сутність та структура професійної успішності майбутнього вчителя. *Педагогічна освіта: теорія і практика: Збірник наукових праць*. Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка; Інститут педагогіки НАПН України. Київ : Міленіум, 2020. Вип. 29 (2). С. 352-361.
32. Старинська О. Проблема психологічної сутності понять «соціальний інтелект» та «емоційний інтелект»: науковий дискурс». *Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Психологія*. 2022. Вип. 3(56). С. 40-44,
33. Ткаченко В. Комунікативна компетентність особистості і спілкування в сучасному світі: філософсько-освітній аспект. *Директор школи, ліцею, гімназії*. 2013. № 3. С. 37-41.
34. Цимбалюк І. М. Психологія торгівлі: Навчальний посібник. Київ: Професіонал, 2006. 368 с.
35. Чеботарьова І. О. Комунікативна компетентність: теоретичний аспект. *Наукові записки кафедри педагогіки*. 2014. Вип. 36. С. 205-215.
36. Четверик-Бурчак, А. Г. Механізми впливу емоційного інтелекту на успішність життєдіяльності особистості : автореф. дис. ... канд. психол. наук: 19.00.01 «Загальна психологія, історія психології». Дніпропетров. нац. ун-т ім. Олеся Гончара. Одеса, 2015. 18 с.
37. Чучиліна К.С., Чинники професійного успіху молодих фахівців у сучасному українському суспільстві. Харків, 2016. 204с.

38. Штутман П. Л. Теоретико-методичні засади розробки моделі компетенцій персоналу. *Збірник наукових праць Кіровоградського національного технічного університету*. 2009. № 15. С. 22-26.
39. Щербан Т. Д., Гоблик В. В. Деякі психологічні особливості підготовки успішного фахівця. *Проблеми сучасної психології*: зб. наук. пр. Кам'янець-Поділ. нац. ун-ту ім. Івана Огієнка, Ін-ту психології ім. Г. С. Костюка НАПН України. Кам'янець-Подільський, 2016. Вип. 31. С. 569-582.
40. Юрик Н.Є. Менеджмент персоналу: Курс лекцій. Тернопіль : ТНТУ імені Івана Пулюя, 2014. 106 с.
41. Ярема А. І. Феномен успіху в соціологічному вимірі. *Вісник Львівського університету. Серія Соціологія*. 2010. Вип. 4. С. 92-99.
42. Bachman L.F., Palmer A.S. The Construct Validation of Some Components of Communicative Proficiency. *TESOL Quarterly*. 1982. Vol. 16. № 3. P. 449-465.
43. Dance F. E., Larson C. The functions of human communication. *Information and behavior*. 1985. 1. P. 62-75.
44. Goleman D. Social intelligence: The new science of human relationships. Bantam Books, 2006. 697 p.
45. Guilford J.P. The nature of human intelligence. McGraw-Hill, 1967. 566 p.
46. Hall D.T. Careers in and out of organizations. *Foundations for Organizational Science. Sage Publications series*. California-London-New Delhi, 2002. P. 67-75.
47. Hammer Y.S. Professional success and its determinants. *Revisiting Innovation Leadership*. 2008. Vol. 4. P. 147-153.
48. Hymes D. Communicative Competence. In J. B. Pride and J. Holmes (eds.), *Sociolinguistics*. Harmondsworth: Penguin. 1972. P. 269-293.
49. Maheshwari S., Krishnan T.N. Career effectiveness and its determinants. Indian Institute of Management Ahmedabad. Research and Publication Department, IIMA Working Papers, 2004. 17 p.
50. McCarthy J.F. Does having a proactive personality lead to career success?. *Academy of Management Executive*. 2002. 5. P. 168-170.
51. Orpen C. The Effects Of Organizational And Individual Career Management On

- Career Success. *International Journal of Manpower*. 1994. 15(1). P. 27-37.
52. Seibert S.E. Crant J.M., Kraimer, M.L. Proactive personality and career success. *Journal of Applied Psychology*. 1991. 84. P. 416-427.
 53. Sillars A. L., Vangelisti A. L. Communication: Basic Properties and Their Relevance to Relationship Research. *The Cambridge handbook of personal relationships*. 2006. P. 331-351.
 54. Silvera D. H., Martinussen M., Dahl T. I. The Tromsø Social Intelligence Scale, a self-report measure of social intelligence. *Scandinavian Journal of Psychology*. 2001. Vol. 42. P. 313-319.
 55. Thorndike E. L. Intelligence and its use. *Harper's Magazine*. 1920. №140. P. 227-235.

Анотація

Людмила ВАТАГІНА - Особливості соціально-комунікативних навичок у продавців-консультантів з різним рівнем професійної успішності

В ході роботи проведено теоретичний аналіз категорій соціально-комунікативних навичок особистості, професійної успішності та психологічних особливостей професійної діяльності продавців-консультантів.

Також в рамках роботи проведено емпіричне дослідження особливостей соціально-комунікативних навичок у продавців-консультантів з різним рівнем професійної успішності, в якому взяло участь 146 продавців-консультантів мережевих магазинів з продажу побутової техніки, а також керівництво досліджуваних, яке безпосередньо взаємодіє із зазначеними працівниками в ході виконання робочих обов'язків (заступники директорів, менеджери з персоналу, HR-и тощо – загальною кількістю 21 особа).

Було розроблено авторський опитувальник оцінки професійної успішності продавців-консультантів керівництвом, який успішно пройшов валідацію із застосуванням кореляційного аналізу, коефіцієнту Альфа-Кронбаха та конфірматорного факторного аналізу. Із застосуванням кластерного аналізу на основі показників зовнішньої та суб'єктивної професійної успішності даних працівників виділено рівні професійної успішності, а саме: найвищій, який умовно носить назву «Успішний», середній, або «Об'єктивно неуспішний» та найнижчій - «Тотально неуспішний». За допомогою методу Краскелла-Уолліса продавці-консультанти, розподілені за зазначеними рівнями були порівняні за виразністю соціально-комунікативних навичок, на основі чого і були виділені особливості соціально-комунікативних навичок у продавців-консультантів з різним рівнем професійної успішності.

Ключові слова: професійна успішність, соціально-комунікативні навички, рівні професійної успішності, комунікативні здібності, організаторські здібності, комунікативна компетентність, соціальний інтелект, продавці-консультанти, розробка опитувальника, валідація опитувальника.

Summary

Lyudmila VATAHINA – The peculiarities of social-communicative skills of sales consultants with different professional success levels

In the course of the work was carried out: a theoretical analysis of the categories of social and communicative personality skills, professional success and psychological features of the professional activity of sales consultants.

Also, as part of the work, an empirical study of the peculiarities of social and communicative skills of sales consultants with different levels of professional success was done, in which 146 sales consultants of chain stores selling household appliances took part, as well as the management of the subjects, who directly interacts with these employees during performance of work duties (deputy directors, personnel managers, HR, etc. - a total of 21 people).

An author's questionnaire for assessing the professional success of sales consultants by management was developed, which was successfully validated using correlation analysis, the Alpha-Cronbach coefficient and confirmatory factor analysis. With the application of cluster analysis, based on indicators of external and subjective professional success of these employees, the levels of professional success were distinguished, namely: the highest, which is conventionally called "Successful", the average, or "Objectively unsuccessful" and the lowest - "Totally unsuccessful". With the help of the Kruskal-Wallis method, sales-consultants, distributed according to the specified levels, were compared according to the expressiveness of social-communicative skills, on the basis of which the features of social-communicative skills of sales-consultants with different levels of professional success were highlighted.

Key words: professional success, social-communicative skills, levels of professional success, communication skills, organizational skills, communicative competence, social intelligence, sales consultants, questionnaire development, questionnaire validation.