

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.
ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра общей и консультативной психологии
наименование кафедры

**Апробация позитивно-ориентированного тренинга продаж
в системе бизнес-консультирования**

наименование темы выпускной квалификационной работы полужирным шрифтом

АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ
МАГИСТРА

студента (ки) 3 курса 374 группы

направления
(специальности) 37.04.01 «Психология»
код и наименование направления (специальности)

факультета психологии
наименование факультета, института, колледжа

Соловьева Максима Львовича
фамилия, имя, отчество

Научный руководитель
(руководитель)

Канд. социол. н., доцент
должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

А.А. Понукалин
инициалы, фамилия

Зав. кафедрой

Д. психол. н., доцент
должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

С.В. Фролова
инициалы, фамилия

Саратов 2024

Введение. Профессия менеджера по продажам относится к типу профессий «человек – человек», что предполагает постоянную коммуникацию сотрудников с клиентами с целью выполнения индивидуального плана продаж. Специфичность данного вида коммуникации состоит не только в ее ориентации на конкретный измеримый результат (% продаж), но и в необходимости активного использования soft-skills сотрудником, к которым можно отнести его мотивацию к достижению успеха, убежденность в собственной самоэффективности, доброжелательность и вежливость в общении с клиентами, эмпатичность к их потребностям и т.д. [13].

На современном рынке услуг широко распространены предложения по проведению тренингов продаж с персоналом организаций, которые, как правило, ориентированы на формирование hard-skills менеджеров, например, обучение продукту, технологиям продаж и т.д. При этом наблюдается дефицитарность психологических тренингов продаж, способствующих развитию профессионально необходимых личностных качеств сотрудников [71].

По результатам проведенного нами обзора отечественных психологических работ можно заключить, что степень разработанности данной проблемы крайне мала, несмотря на наличие отдельных исследований по смежным направлениям: развитие коммуникативной компетентности у менеджеров по оптовым продажам в диссертации В.Н. Кустова [28]; использование социально-психологического тренинга как средства воздействия на копинг–стратегии менеджеров в работе В.А. Капустиной и О.Ю. Ситниковой [21]; применение социально-психологического тренинга как метода развития личностной и перцептивной компетентности менеджеров по продажам в статье А.В. Корниенко [23].

Разработка и апробация позитивно-ориентированного тренинга продаж, на наш взгляд, позволит менеджерам по продажам не только достигать необходимых количественных показателей в краткосрочной

перспективе, но и сформировать веру в успех собственных действий и стремление к высоким результатам в профессиональной деятельности.

Таким образом, позитивно-ориентированный тренинг продаж как средство оптимизации профессиональной продуктивности специалиста и актуализации его личностных ресурсов представляется нам инновационным и эффективным методом бизнес-консультирования, что составляет актуальность данного исследования.

Цель исследования: разработка и апробация позитивно-ориентированного тренинга продаж в системе бизнес-консультирования.

Объект исследования: 89 сотрудников организации X5 group.

Предмет исследования: позитивно-ориентированный тренинг продаж как метод увеличения % выполнения индивидуального плана продаж сотрудников.

Теоретические задачи исследования:

1. Изучить историю развития психологического тренинга как метода психологии;
2. Проанализировать определение и классификации тренингов;
3. Рассмотреть методические средства и инструменты, используемые в психологическом тренинге;
4. Изучить методологические принципы позитивного психологического консультирования;
5. Раскрыть психологическую специфику тренинга продаж;
6. Проанализировать психологические концепции мотивации достижения;
7. Охарактеризовать отечественные и зарубежные модели исследования профессионального самоотношения.

Эмпирические задачи исследования:

1. Разработать программу позитивно-ориентированного тренинга продаж;

2. Провести психодиагностическое обследование участников пилотажного этапа исследования в двух (контрольная группа) и трех (экспериментальная группа) замерах;

3. Осуществить статистическую обработку полученных результатов и дать им содержательную интерпретацию;

4. Провести психодиагностическое обследование участников основного этапа исследования в трех замерах;

5. Осуществить статистическую обработку полученных данных, проинтерпретировать их и сравнивать с результатами пилотажного этапа исследования.

Основная гипотеза исследования: позитивно-ориентированный тренинг продаж может способствовать повышению показателей самооффективности и мотивации достижения как профессионально значимых личностных качеств у менеджеров по продажам.

Дополнительные гипотезы исследования:

1) Существуют прямые связи самооффективности и мотивации достижения с % выполнения индивидуального плана продаж у менеджеров по продажам и индексом потребительской лояльности организации (NPS);

2) Позитивно-ориентированный тренинг продаж может способствовать развитию таких компонентов позитивного профессионального самоотношения как «саморуководство в профессии», «самоуважение», «самооффективность в профессии», «самопривязанность в профессии» и «самооценка личностного роста в профессии»;

3) Позитивно-ориентированный тренинг продаж может способствовать увеличению % выполнения индивидуального плана продаж у менеджеров по продажам и повышению показателя NPS организации.

Методы и методики исследования: психологическое тестирование, формирующий эксперимент с использованием психологического тренинга и методы математико-статистической обработки данных.

Психологическое тестирование включало в себя следующие методики:

1. «Шкала общей самооценки» Р. Шварцера, М. Ерусалема в адаптации В.Г. Ромека [72];
2. «Тест мотивации достижения» А. Мехрабиана в адаптации М.Ш. Магомед-Эминова [60];
3. «Опросник профессионального самоотношения личности» К.В. Карпинского, А.М. Колышко [22].

Формирующий эксперимент с использованием психологического тренинга включал в себя разработанную нами программу позитивно-ориентированного тренинга продаж (3 занятия по 2 часа, см. в Приложении А).

Методы математико-статистической обработки данных:

1. Критерий Шапиро–Уилка,
2. Коэффициент ранговой корреляции Спирмена,
3. U-критерий Манна–Уитни для двух независимых выборок,
4. критерий Уилкоксона,
5. Апостериорный критерий множественных сравнений Бонферонни,
6. Критерий Фридмана в статистической программе IBM SPSS Statistics, v. 27.

В эмпирическом исследовании использованы метрики организационной эффективности, предоставленные компанией: динамика % выполнения индивидуального плана продаж и индекса потребительской лояльности в период с декабря 2023 года по июнь 2024 года.

Эмпирическая база исследования. В состав совокупной выборки исследования вошли 89 сотрудников ПАО «Х5 Group» (филиал в г. Саратов), из которых 51 человек мужского пола, 38 человек женского пола. Возраст испытуемых варьирует от 25 до 43 лет (среднее значение = 32,76; стандартное отклонение = 6,54).

Пилотажный этап исследования проводился в период с ноября 2022 года по май 2023 года на базе 42 сотрудников ПАО «Х5 Group», являющихся

менеджерами по продажам. Контрольная группа состояла из 11 мужчин и 9 женщин, экспериментальная группа – из 12 мужчин и 10 женщин.

Основной этап исследования проводился в период с декабря 2023 года по июнь 2024 года на базе 47 сотрудников ПАО «X5 Group», являющихся менеджерами по продажам. В состав контрольной группы вошли 15 мужчин и 7 женщин, в состав экспериментальной группы – 13 мужчин и 12 женщин.

На пилотажном этапе исследования удалось произвести 2 замера психологических показателей у испытуемых контрольной группы, 3 замера психологических показателей у испытуемых экспериментальной группы.

На основном этапе исследования для каждой группы производились по 3 замера показателей – до, сразу после и через месяц после участия экспериментальной группы в тренинге.

Теоретико-методологическую основу исследования составили работы К.А. Абульхановой–Славской, О.О. Богатыревой, Т.Д. Марцинковской, И. Бонивелл, А.В. Брушлинского, И.А. Васильева, Т.О. Гордеевой, Д.В. Дорошина, О.В. Евтихова, Ю.Н. Емельянова, А.И. Ильченко, А.С. Спиваковской, В.П. Захарова, В.А. Иванникова, В.А. Капустиной, О.Ю. Ситниковой, К.В. Карпинского, А.В. Корниенко, С.В. Фроловой, О.А. Леонтович, Д.А. Леонтьева, Ю.П. Поваренкова, Л.А. Петровской, Г. Аккардо, А. Глейбермана, А. Бандуры, Н. Бен Амора, Р. Датта, Г. Гордона, К. Кауффмана, Э. Косс, Д. Поллитта, М. Селигмана, В. Стиварта и др.

Теоретическая значимость и научная новизна исследования. В рамках данного исследования разработана и апробирована оригинальная программа психологического тренинга продаж с позитивно-ориентированной направленностью; выявлена система значимых связей психологических показателей (компоненты позитивного профессионального самоотношения, мотивация достижения, самоэффективность) и метрик организационной эффективности (% выполнения индивидуального плана продаж; индекс потребительской лояльности); оценена динамика развития индивидуально-психологических особенностей личности менеджеров по продажам,

участвовавших в апробации позитивно-ориентированного тренинга продаж, за трехмесячный период.

Практическая значимость результатов исследования заключается в возможности их использования в организационной психологии в целях фасилитации профессионально значимых личностных качеств менеджеров по продажам, а также повышения организационной эффективности компании.

Структура ВКР. ВКР магистра состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы и приложения.

Основная часть. В рамках теоретических глав были решены следующие задачи:

– Рассмотрена история развития психологического тренинга как метода психологии. Тренинг является методом обучения и развития, включающим воссоздание реальных ситуаций в искусственной безопасной среде. Основоположником данного метода является К. Левин, – автор «теории поля», научные интересы которого были связаны с изучением групповой динамики. Также проанализирован междисциплинарный опыт использования тренинга в других научных и прикладных отраслях, в частности, в бизнес-среде.

– Изучены основные определения и классификация тренингов. Так, Ю.Н. Емельянов рассматривает психологический тренинг как активный метод, способствующий развитию способностей к овладению навыками в сложных сферах деятельности. Среди основных видов тренинга Е.В. Сидоренко выделяет бизнес-тренинг, психологический тренинг, инструктивный тренинг.

– Дана содержательная характеристика методических средств и инструментов, используемых в психологическом тренинге. К ним относятся психогимнастические упражнения, дискуссии, упражнения, направленные на сбор и анализ обратной связи, ролевые и трансформационные игры, мозговой штурм, информирование.

– Изучены методологические принципы позитивного психологического консультирования. Основными методологическими принципами ППК являются принцип психологической позитивности, подтверждающий особые характеристики психологической реальности и потенциальную способность человека быть субъектом своей жизни, выбирать и создавать лучшее из возможного на пути к самореализации, принцип психологического преобразования и психосинтеза, принципы субъектности, системности, дополненности, развития и креативности, целенаправленности и ресурсности, экосензитивности и самотрансцендентности, ориентации на будущее клиента, личностной и феноменологической уникальности, психотехнической вариативности и пластичности, краткосрочности и экономичности и принцип позитивного взаимодействия.

– Раскрыта психологическая специфика тренинга продаж: тренинг по продажам должен совершенствовать навыки продаж и личностные качества продавца, то есть расширять его знания о продукте и маркетинговых стратегиях, повышать самооэффективность и мотивацию к достижению, тем самым побуждая его изменить свое поведение и повысить эффективность продаж. Качественное и удобно организованное обучение сотрудников в формате тренинга продаж с получением обратной связи и тестированием уровня развития личностных и профессиональных компетенций (по оценке самих сотрудников, для которых разработан тренинг) способствует повышению их лояльности к организации.

– Проанализированы психологические концепции мотивации достижения. Поведение, ориентированное на достижение, предполагает наличие у каждого человека мотивов достижения успеха и избегания неудачи. Другими словами, все люди обладают способностью быть заинтересованными в достижении успеха и тревожиться по поводу неудачи. Однако каждый отдельный человек имеет доминирующую тенденцию руководствоваться либо мотивом достижения, либо мотивом избегания неудачи.

– Охарактеризованы отечественные и зарубежные модели исследования профессионального самоотношения. К.В. Карпинский и А.М. Кольшко определяют профессиональное самоотношение как динамическую систему смысловых структур и процессов, отражающих объективные отношения индивидуальных свойств личности к практической реализации мотивов и ценностей труда и обеспечивающих подчинение профессиональной деятельности, общения устойчивой структуре этих отношений. На уровне индивидуального сознания это объективные отношения, порождающие профессиональный смысл «Я», приобретают форму эмоциональных переживаний и самооценочных суждений личности о себе как субъекте труда

В рамках эмпирического исследования была произведена разработка и апробация позитивно-ориентированного тренинга продаж в системе бизнес-консультирования.

Основная гипотеза исследования полностью подтвердилась: позитивно-ориентированный тренинг продаж способствует повышению показателей самоэффективности и мотивации достижения как профессионально значимых личностных качеств у менеджеров по продажам.

Дополнительные гипотезы исследования также нашли полное подтверждение:

1) Существуют прямые связи самоэффективности и мотивации достижения с % выполнения индивидуального плана продаж у менеджеров по продажам и индексом потребительской лояльности организации (NPS);

2) Позитивно-ориентированный тренинг продаж способствует развитию таких компонентов позитивного профессионального самоотношения как «саморуководство в профессии», «самоуважение», «самоэффективность в профессии», «самопривязанность в профессии» и «самооценка личностного роста в профессии»;

3) Позитивно-ориентированный тренинг продаж способствует увеличению % выполнения индивидуального плана продаж у менеджеров по продажам и повышению показателя NPS организации.

Заключение. Настоящее исследование было посвящено разработке и апробации позитивно-ориентированного тренинга продаж в системе бизнес-консультирования.

Актуальность данной работы не вызывает сомнений: стремительные изменения в экономической, политической, научно-технологической, социальной и иных сферах жизни требуют разработки новых стратегий продаж, ориентированных на потребности индивидов, которые могут качественно превосходить и удовлетворяться менеджерами по продажам, имеющими развитые личностные и профессиональные компетенции.

Инновационный характер нашего исследования связан с тем, что в нем впервые была предложена и апробирована программа позитивно-ориентированного тренинга продаж, направленная на развитие профессионально необходимых ресурсных личностных качеств менеджеров по продажам.

К ограничениям проведенного исследования можно отнести неравномерность выборки по социально-демографическим показателям (полу, возрасту, профессиональному стажу), малое количество замеров психологических показателей за короткий период времени.

К перспективам проведенного исследования можно отнести возможность адаптации разработанной программы позитивно-ориентированного тренинга продаж под потребности организаций различного профиля, разработку пролонгированных программы психологического сопровождения профессионального развития сотрудников.