

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет»

Факультет психологии

Кафедра теоретической и прикладной психологии

Выпускная квалификационная работа бакалавра
ПАРАМЕТРЫ ЛИЧНОСТИ ПРОДАВЦОВ-КОНСУЛЬТАНТОВ В
СВЯЗИ С ВЫРАЖЕННОСТЬЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ВАЖНЫХ
КАЧЕСТВ И ПОЛОМ

Работу выполнил:

студент группы ZS1143,

направления подготовки 37.03.01

«Психология»

Золотарев Виктор Анатольевич

(подпись)

«Допущена к защите в ГЭК»

Зав. кафедрой

(подпись)

« ____ » _____ 20__ г.

Руководитель:

кандидат психологических наук,

доцент кафедры теоретической и

прикладной психологии

Таллибулина Марина Тимергалиевна

(подпись)

ПЕРМЬ
2017

Оглавление

Введение	3
Глава 1. Личностные и профессионально-важные качества продавцов-консультантов.....	7
1.1. Общая характеристика понятия профессионально-важных качеств личности .7	
1.2. Личностные и профессионально-важные качества, необходимые для овладения профессией «продавец-консультант»	13
1.3. Различия в деятельности продавцов-консультантов разного пола	20
1.4. Постановка проблемы и задачи исследования.....	24
Глава 2. Организация и методики исследования.....	27
2.1. Описание организации исследования	27
2.2. Описание методик исследования	27
2.3. Процедуры статистического анализа эмпирических данных	34
Глава 3. Результаты исследования и их обсуждение	36
3.1. Различия в параметрах личности у продавцов-консультантов с разным уровнем выраженности профессионально-важных качеств	36
3.2. Особенности взаимосвязи личностных качеств и профессионально-важных качеств у продавцов-консультантов с разным уровнем сформированности этих качеств.....	40
3.3. Сравнительный анализ взаимосвязей параметров личности и профессионально-важных качеств у продавцов-консультантов разного пола	48
3.4. Различия в параметрах личности у продавцов-консультантов с различным уровнем выраженности профессионально-важных качеств и полом.....	55
Выводы	59
Заключение.....	61
Библиографический список.....	63
ПРИЛОЖЕНИЯ	68

Введение

Профессионально значимые качества представляют собой совокупность качеств личности, позволяющих ей наиболее успешно выполнять определенную профессиональную деятельность.

Выполнение человеком разнообразных профессиональных задач обеспечивается самыми различными психологическими структурами личности, каждый вид деятельности предъявляет специфические требования к их сочетанию (Ульянова, 2013).

Современное общество характеризуется массовым потреблением материальных благ и формированием соответствующей системы ценностей и установок. Из этого следует, что понимание потребностей покупателя на всех уровнях организации является ключевым фактором ее эффективности (Абдуллаева, 2013).

Довольно востребованной должностью на сегодняшний день является продавец-консультант. Должностные обязанности этого работника заключаются не только в реализации товара. Ведь от того, насколько успешен консультант, напрямую зависят объем продаж и престижность магазина или салона. Работа данной профессии требует от человека наличия особых качеств личности: готовности к общению, развитых коммуникативных качеств, работоспособности, терпеливости, выдержки и внимания - при высокой психологической подготовленности.

Психологическая подготовленность продавца - это его знание основ психологии личности - понимание особенностей поведения потребителя, психологического механизма принятия покупательского решения; это умение поддерживать эффективное общение с покупателем и клиентом, стимулируя совершение покупки, способность к самоорганизации собственного поведения. Внешний вид продавца, его общий облик, который создается многими элементами: выражением лица, прической, манерой держаться, одеждой и т.д.

По мнению Д.Ф. Энджел, Р.Д. Блэкуэлл, П.У. Миниард (1999), наиболее важными качествами продавца-консультанта являются уровень мастерства и мотивация, взаимодействие во время покупки, характеристики, которые вырабатываются обучением и практикой. Эту позицию следует поддержать. Отдача продавца определяется, прежде всего, его профессиональными качествами, знаниями и умениями.

Продавец-консультант не только осуществляет продажу, той или иной продукции, он также помогает покупателю сделать правильный выбор, консультирует его. Однако, не смотря на огромное количество обучающих программ для развития навыка успешных продаж, не всегда человек может использовать их с эффективностью. Поэтому компании заинтересованы в первоначальном наборе сотрудников, имеющих максимальную предрасположенность к данной деятельности по психологическим параметрам (Ульянова, 2013).

Важным фактором для компаний, работающих в отрасли торговли, является профессиональная деятельность продавца-консультанта, которая зачастую оказывает влияние на внутриотраслевую конкуренцию. Осложняет задачу оценки то, что в профессии продавца-консультанта нет жестких требований к процессу профессиональной деятельности.

Следует иметь в виду, что на содержание требований к профессиональной деятельности продавцов-консультантов большое влияние оказывает вид продаваемого товара и объем продаж. Эти различия объясняются, с одной стороны, особенностями реализуемой продукции, характера труда, потребителя труда, а с другой - необходимостью продавца-консультанта соответствовать предпочтениям потребителей труда.

Исходя из вышеперечисленного, существует потребность в изучении эффективности профессиональной деятельности и личностных особенностей продавцов-консультантов. При этом от продавца-консультанта требуется постоянное позитивное внимание и близкий эмоциональный контакт с потребителями труда. В подобных специфических условиях

профессиональной деятельности предъявляются более высокие требования к личностным особенностям продавцов-консультантов, определяющих эффективность их профессиональной деятельности.

Цель исследования – выявить особенности проявления личностных характеристик продавцов-консультантов в связи с выраженностью профессионально-важных качеств и полом.

Объект исследования – личностные характеристики и профессионально-важные качества.

Предмет исследования – особенности проявления личностных характеристик продавцов-консультантов в связи с выраженностью профессионально-важных качеств и полом.

Гипотезы:

1. Существуют различия в параметрах личности у продавцов-консультантов с разным уровнем сформированности профессионально-важных качеств.

2. Существуют особенности взаимосвязи личностных качеств и профессионально-важных качеств у продавцов-консультантов с разным уровнем сформированности профессионально-важных качеств.

3. Существуют особенности взаимосвязи параметров личности и профессионально-важных качеств у продавцов-консультантов разного пола.

4. Существуют различия в параметрах личности у продавцов-консультантов с разным уровнем сформированности профессионально-важных качеств и полом.

Задачи исследования:

1. Определить различия в параметрах личности у продавцов-консультантов с разным уровнем сформированности профессионально-важных качеств.

2. Выявить особенности взаимосвязи личностных качеств и профессионально-важных качеств у продавцов-консультантов с разным уровнем сформированности профессионально-важных качеств.

3. Определить особенности взаимосвязи параметров личности и профессионально-важных качеств у продавцов-консультантов разного пола.

4. Выявить различия в параметрах личности у продавцов-консультантов с разным уровнем сформированности профессионально-важных качеств и полом.

При получении данных для проведения и обработки исследования мы использовали следующие методы: теоретический анализ и синтез психологической литературы, анкетирование, тестирование, статистическую обработку и анализ данных.

Для проведения тестирования были выбраны следующие методики: тест на определение типа темперамента Г. Ю. Айзенка (А.Г. Шмелев), тест-опросник Р. Б. Кеттела 16 PF (форма А) (В. И. Похилько, А. С. Соловейчик, А. Г. Шмелев), анкета для руководителя (профессионально-важные качества продавца-консультанта).

Теоретическая значимость работы заключается в дополнении и уточнении научных представлений о характере взаимосвязей свойств личности и профессионально-важных качеств у продавцов-консультантов разного пола.

Практическое значение исследования заключается в том что, результаты исследования могут быть использованы психологами в профотборе, профессиональном консультировании, оценке профессионального развития продавцов-консультантов; также могут послужить основой для построения системы профессионального обучения и развития продавцов-консультантов.

Глава 1. Личностные и профессионально-важные качества продавцов-консультантов

1.1. Общая характеристика понятия профессионально-важных качеств личности

С учетом развития инновационной экономики профессионально-важные качества личности и компетенции сотрудников (требования к ним, содержание и их состав) будут меняться очень быстро, особенно в тех направлениях подготовки кадров, где техника развивается семимильными шагами. Меняются технологии, меняются компетенции это уже закономерность. Итак, изменчивость и динамичность это важное свойство профессионально-важных качеств личности и компетенций, которое предполагает необходимость постоянной работы по их определению, уточнению и обновлению (Климов, 2004).

Хотя разработчики образовательных стандартов считают неправильным ограничить высшее образование любого вида и типа только профессионально-квалификационной функцией, жизненные реальности и современная политика в области экономики и профессионального образования таковы, что все выпускники должны быть трудоустроены, а готовить кадры нужно в соответствии с потребностями конкретных отраслей и предприятий. Если же потребности нет, то закрываются специальности и направления подготовки кадров в вузах, сокращаются контрольные цифры приема студентов и тому подобное.

На новые процессы в профессиональном образовании надо смотреть и с позиций работодателя. Работодатели крайне заинтересованы в трудоустройстве продавцов-консультантов, которые максимально предрасположены к этому виду профессиональной деятельности по личностным параметрам. В США в середине 60-х - начале 70-х годов XX века был проведен ряд исследований, направленных на выявление психологических черт личности, указывающих на «торговую одаренность» человека. Так, например, Р. Макмарри приходит к выводу, что продавцы

должны быть открытыми, общительными, агрессивными и энергичными . Д. Майер и Х.М. Гринберг пришли к выводу, что эффективный продавец должен обладать как минимум двумя основными качествами: чувством эмпатии, т.е., способностью проникнуться чувствами клиента, и целеустремленностью, личной потребностью в совершении продажи (Котлер, 1991).

Условиями приятия работодателем потенциального сотрудника является:

- четко очерченный круг его компетенций, своевременно и оперативно изменяемых и приближенных к потребностям региона, отрасли и предприятия;
- участие работодателя в формировании, уточнении и обновлении этих компетенций.

Первые шаги в этом направлении сделаны и делаются: в стандарты по направлениям введены общекультурные и профессиональные компетенции, а к их формированию привлекаются сообщества работодателей.

Исходя из этого, можно сформулировать существенные характеристики профессии:

- ее субъектность. Профессия всегда подразумевает наличие некоего субъекта (реального или возможного), который и является ее носителем. Этот субъект характеризуется определенным самосознанием, складом личности (образом мыслей и образом профессиональной жизни), типичным для представителей этой профессии;
- деятельность, т.е. активность человека. Для нее присущи все характеристики деятельности (сущность, структура);
- трудовая деятельность, т.е. деятельность, целенаправленная, сознательная, ориентированная на получение материальных и духовных результатов;

- трудовая деятельность в определенной области, ограниченная в соответствии с существующим в обществе разделением труда и требующая специальной подготовки.

В основе представления о субъекте профессии лежит модель структуры личности. Поэтому в структуре профессионально-важных качеств личности нашли отражение:

- профессиональная направленность работника (идеи, убеждения, принципы, взгляды, отношения);
- опыт (компетенция). Так как профессия имеет две стороны - личностную и производственную, то можно выделить социально-профессиональную и предметно-профессиональную компетенции;
- особенности психофизиологии профессии (особенности протекания психических процессов, предпочтительные особенности характера, темперамента, допущения по возрасту и полу) (Бершедова, 2012).

В следующий слой структурирования модели субъекта профессии включаются основной объект профессии и отношения к нему (ключевые ценности), целостная структура профессионально-предметной среды, описываемая через связи продукта (результата) труда, предмета, подвергаемого изменению, его исходного состояния, воздействующих на него средств и технологий, необходимых условий и процессов.

В дальнейшем формируется социально-профессиональная компетенция субъекта профессии. При этом учитывается логика становления и развития профессионала: начало деятельности - успешная деятельность - поддержание успешной деятельности.

Начало деятельности включает в себя способности к поиску работы в соответствии с запросами, интересами субъекта профессии (Кирикова, 2015).

Одним из таких свойств является объектный характер компетенций. Компетенция всегда реализуется по отношению к какому-то объекту и в связи с ним. В качестве структурных компонентов профессионально-важных качеств личности выделены знания, умения, навыки, способности и

ценности. Соответственно работнику в профессиональной деятельности необходимо знать о конкретных объектах, уметь и быть способным действовать с требуемыми объектами, иметь к ним определенное ценностное отношение. Уровень компетенции работника как раз зависит от степени овладения им объектами профессионального труда (предметами, процессами, средствами, технологиями). Чем шире и современнее спектр объектов, которыми владеет работник, тем он компетентнее в профессиональной деятельности. Связанность компетенции с его объектом предполагает наличие соответствующего приложения к компетенциям в виде перечня объектов профессиональной деятельности. Тогда работодатель может более четко оценить предполагаемые профессионально-важные качества личности.

Для того, чтобы в полной мере понять какими качествами должен обладать работник на предприятии прибегают к методу профессиографии.

Метод профессиографии это анализ, базирующийся на психологических особенностях трудовой деятельности. Он основывается на всестороннем ее изучении и определенной систематизации полученных количественных и качественных данных. Такой комплексный метод изучения и описания содержательных и структурных характеристик профессии в целях установления особенностей взаимоотношения субъекта труда с компонентами деятельности и ее функционального обеспечения называется профессиографией (Збровский, 2013).

Основная идея профессиографии заключается в рассмотрении профессионала как субъекта профессии. Субъектность характеризуется как активность сознания носителя профессии. Во-первых, она состоит в объективном, полном и целостном отражении той профессиональной действительности, с которой личность взаимодействует. Во-вторых, ею подразумевается целенаправленная, ценностно-ориентированная активность, позволяющая выбирать и вырабатывать цели, идеи, принципы и модели профессиональной деятельности.

Первым и основополагающим слоем описания субъекта профессии является структура личности, а непрофессиональные функции и типовые задачи, требования общества, знания или умения. Тем самым подчеркивается личностная, субъектная природа профессии; констатируется факт того, что без реального или идеального носителя профессия как таковая не существует.

Итогом изучения деятельности должна быть ее профессиограмма - описание различных объективных характеристик профессии. Составление профессиограммы производится в соответствии со следующими принципами:

- 1) специфичность описания определенной деятельности;
- 2) комплексность изучения;
- 3) динамичность изучения;
- 4) системность;
- 5) идентичность приемов (для корректного сравнения профессий);
- 6) использование качественно-количественных методов (Дружинин, 2010).

Профессиограмма должна содержать характеристику:

- общих сведений о профессии (наименование, назначение, обязанности персонала, показатели результативности труда);
- содержания деятельности (анализ основных задач, особенности потоков информации, анализ ошибок);
- средств деятельности (тип средств отображения информации и органов управления, их размещение, обзор);
- условий деятельности (санитарно-гигиенических, социально-психологических, эстетических);
- организации деятельности (вид и величина рабочей нагрузки, режим труда и отдыха);

- субъекта деятельности (загрузка функций, функциональные состояния, коммуникативные особенности).

Таким образом, совокупность объектов профессионального труда может быть определена при описании профессии - профессиографии и составлении такого документа, как профессиограмма, в которой отражается модель профессии, ее содержание и особенности. В зависимости от направленности и способов исследования профессиограммы можно подразделить на частные, комплексные, специальные.

Частные профессиограммы являются результатом исследования отдельных вопросов, связанных с профессиональной деятельностью человека труда. Такие профессиограммы могут отражать задействованные в деятельности физиологические функции; психологические характеристики человека; условия и социальные факторы труда; особенности трудового поста применительно к антропометрическим, психофизиологическим и другим характеристикам человека. Частные профессиограммы можно разделить на следующие виды: санитарно-гигиенические; физиологические; психофизиологические; психологические; социологические; эргономические (Спивак, 2013).

Комплексные профессиограммы выполняются с целью обоснования квалификационных требований к работникам, совершенствования процесса деятельности (оптимизации условий и режима деятельности, повышения производительности труда, обеспечения требуемой работоспособности специалистов). А также объекта труда (обеспечения эргономичности образцов техники, оптимизации трудового поста, средств деятельности, совершенствования используемых материалов и веществ) и субъекта труда (обеспечения профессиональной надежности, повышения социальной активности, формирования требуемых ценностей, мотивов, установок в деятельности, повышения психологической устойчивости) (Литвинцева, 2013).

Целью специальных профессиограмм является выявление особенностей личности человека, которые наиболее актуальны для соответствующих этапов его профессионального становления. При этом решаются конкретные практические задачи психологического сопровождения развития личности в конкретной профессии: профессиональная ориентация; консультация; разработка методов профессионального отбора (подбора), подготовки, аттестации; профессиональная адаптация; поддержка кадровых решений, разработка нормативно-правовой основы формирования профессиональной пригодности специалистов; разработка системы контроля за процессом и результатами профессиональной деятельности.

Таким образом, профессионально-важные качества представляют собой отдельные динамические черты личности, отдельные психические и психомоторные свойства (выражаемые уровнем развития соответствующих психических и психомоторных процессов), а также физические качества, соответствующие требованиям к человеку какой-либо определенной профессии и способствующие успешному овладению этой профессией. С одной стороны, ПВК являются предпосылкой профессиональной деятельности, а с другой стороны – они сами совершенствуются, шлифуются в ходе деятельности, являясь ее новообразованиями; человек в ходе труда изменяет и самого себя.

1.2. Личностные и профессионально-важные качества, необходимые для овладения профессией «продавец-консультант»

Для успешной работы предприятий торговли рекомендуется исследование индивидуальных и личностных особенностей продавца-консультанта, которые могут послужить основой для профотбора, профессионального консультирования, оценки профессионального развития (Долгова; Балашова, 2016).

Продавец-консультант получает свои деньги за то, что помогает людям грамотно выбрать необходимый им товар, а также профессионально подготавливает покупку. Это две главные задачи продавца-консультанта.

Такие специалисты необходимы в отделах бытовой техники, мебели, салонах одежды, косметики. Иными словами, они нужны всюду, где покупатель может запутаться в разнообразии товаров и так и не определиться с покупкой.

Как себя должен вести продавец, для того чтобы помочь покупателю выбрать и приобрести товар? В первую очередь, он должен сам ориентироваться в товаре для того, чтобы быть в состоянии быстро предоставить клиенту максимум полезной информации о нем.

Во-вторых, важно умение расположить к себе собеседника, вызвать его доверие и доброжелательность. Коммуникабельность, стрессоустойчивость, разговорчивость, позитивный настрой – это личностные качества продавца, без которых его работа вряд ли может быть успешной.

Культивировать в себе эти качества, воспитывать профессиональное отношение к работе и клиентам – это единственный способ, как стать продавцом высшего класса.

Профессия продавец-консультант имеет специфические достоинства, которые оказываются очень удобными в повседневной жизни:

Доступность (как правило, не требует специального образования);

Возможность работать рядом с домом;

Заработная плата не ниже средней;

Постоянное движение и общение с людьми;

Работа в коллективе.

Что касается отрицательных сторон, то даже то, что указано среди достоинств, некоторым людям покажется явным недостатком. Тем, кто не любит общение с посторонними людьми, не нуждается в коллегах и не готов посвятить себя энергичной жизни, не стоит предпринимать попыток стать успешным продавцом-консультантом.

Планируя стать продавцом-консультантом, нужно помнить, что это означает выбрать жизнь, тесно связанную с торговлей. А торговля — это искусство общения. Поэтому продавец-консультант должен обладать природной коммуникабельностью (Лаврова, 2013).

Готовность общаться и потребность в общении должны присутствовать у людей этой профессии, иначе она их быстро утомит. Так вежливость и неконфликтность являются ключевыми навыками продавца.

Грубость, отстаивание собственной позиции и навязывание собственного мнения неуместны в торговом зале. Что бы ни говорил клиент, продавец обязан оставаться вежливым и любезным.

Не менее важно умение отстраняться и психологически отгораживаться от происходящего, безукоризненно выполняя при этом свои профессиональные обязанности. Не обойтись на этой работе и без такого качества хорошего продавца, как умение приводить к мирному решению конфликтные ситуации.

В любом магазине продавец — это самостоятельная единица, к которой обращаются покупатели при возникновении вопросов. Способность решить проблему, не прибегая к помощи администрации, - большой плюс для тех, кто хочет работать продавцом. Все эти прекрасные личные качества продавца должно подкреплять железное самообладание.

Личные качества продавца-консультанта играют определяющую роль в том, насколько успешно сложится карьера того или иного человека в данной профессии. Но не стоит забывать и о технической стороне.

Для человека торговли важно уметь обращаться с цифрами и деньгами, быстро вычислять в уме скидки, уметь легко обращаться с рабочим компьютером и базами магазина, а также с печатной и ксеро-техникой.

Для достижения успеха в профессии «продавец-консультант» мало просто работать продавцом. Здесь важно другое – как работать продавцом? Специальность продавца сегодня можно получить официально – в торговых колледжах. В них обычно дают навыки продавца, которые являются

универсальными для любого типа торговли, но при этом они не учитывают разнообразия специфик современных торговых организаций. На самом же деле, профессиональные навыки продавца приобретаются в процессе работы.

Только опыт в конкретной организации может позволить человеку приобрести уникальные навыки в этой профессии, ключевые из которых – это (Дружинин, 2010):

Умение оказать своевременную компетентную консультацию по любому из товаров, представленных в магазине, способность сообщить информацию о фирме-производителе, материалах, достоинствах товара, выгоде от его приобретения;

Заинтересовать покупателя товаром, а также предложить ему выгодные акции на покупку;

Умение мирно разрешать конфликты с покупателями;

Способность грамотно организовать товар на прилавке;

Правильная организация своего рабочего места;

Совершать подготовку товара к продаже;

Осуществлять продажу таким образом, чтобы у покупателя оставались положительные эмоции от покупки.

Восполнение недостающих знаний обычно происходит с помощью тренингов, которые организуют работодатели, ведь они как никто другой заинтересованы в качественной работе продавцов-консультантов (Збровский, 2013).

Эти тренинги нужно посещать, так как они позволяют овладеть техниками современных продаж и получить возможность отработать ситуации общения с клиентами и стать клиентоориентированными.

Те продавцы-консультанты, которые ориентированы на клиента, готовы помочь ему сориентироваться в выборе, способны слушать его, понимают интересы клиента и действуют исходя из них, более мотивированы на результат. Согласно исследованиям, более компетентные продавцы-консультанты испытывают повышенную тревожность, это связано опять же

с повышенной мотивацией и ориентацией на достижение результата. Для того чтобы эффективно работать с потребностью клиента, важно не только уметь задавать правильные вопросы, анализировать ответы и давать исчерпывающую информацию о продукции, но и поддерживать эмоционально-положительный характер контакта с клиентом (Абдуллаева, 2013).

При такой ориентации на клиента у продавца-консультанта должны быть лаконичная, умеренно-экспрессивная, грамотная речь, развитый самоконтроль, высокая эмоциональная устойчивость, хорошая память, развитое воображение, способность концентрироваться. Дополнительно продавец-консультант должен быть доброжелательным, оперативным, коммуникабельным и стрессоустойчивым. Кроме того, продавец-консультант должен быть уверенным в себе и в товаре, который реализует, обязан владеть полной информацией о предоставляемом клиенту товаре, должен владеть техниками убеждения, быть открытым и готовым помочь клиенту, а также быстро адаптироваться в непредвиденной ситуации (Жохова, 2016).

На эффективность деятельности продавца-консультанта оказывает влияние мотивация, которая должна помочь в профессиональном развитии. Поэтому работникам необходима разработка мероприятий для мотивации их труда, которые приведут к желанию профессионального развития и роста. (Балашова, 2015).

Исходя из этих качеств, которыми должен обладать продавец-консультант имеется профессиограмма для этой деятельности (Яковлева, 2017).

Профессиограмма продавца-консультанта

Назначение профессии:

Профессия продавец-консультант предназначена для осуществления организационно-технологического процесса обслуживания покупателей товарами потребительского и промышленного назначения необходимого

ассортимента и качества на торговых предприятиях различных форм собственности.

Виды профессиональной деятельности:

- Определение товароведных характеристик товаров, соответствия их качества нормативной документации, товарному знаку. Приемка товаров по количеству и качеству.

- Осуществление расчетных операций, учет товароматериальных ценностей.

- Изучение потребительского спроса.

- Реклама товаров (услуг) по образцам, каталогам и другим рекламным изданиям.

- Участие в рекламных кампаниях.

- Применение экономически обоснованных приемов технологии и организации труда при обслуживании покупателей.

- Установление деловых контактов с покупателями.

- Обслуживание покупателей, помощь в выборе товаров, консультирование покупателей о товароведных характеристиках и цене товаров.

- Получение товара и подготовка его к продаже. Размещение и выкладка товаров по группам, видам, сортам с учетом товарного соседства, частоты спроса и удобства работы. Оформление витрин. Организация рабочего места.

- Выполнение санитарно-гигиенических требований.

- Консультирование покупателей о свойствах отдельных видов товаров; предложение новых, взаимозаменяемых товаров и товаров сопутствующего ассортимента; уведомление администрации о поступлении товаров несоответствующих маркировке.

- Консультирование покупателей о назначении, свойствах, качестве, конструктивных особенностях товаров, правилах ухода за ними, ценах.

Специфические требования:

Минимальный возраст приема на работу продавца-консультанта - не моложе 18 лет.

Пол, принимаемых на обучение, не регламентирован.

Оплата труда – повременная, сдельная.

Итак, продавец-консультант в своей деятельности выполняет две основные задачи – это оказывает профессиональную помощь людям в выборе товара и грамотно подготавливает покупку. При этом личные качества продавца консультанта очень важны. Работа продавца-консультанта, главным образом, связана с общением с самыми разными людьми, поэтому такой сотрудник должен быть: общительным и обладать умением располагать к себе людей; грамотным, уметь излагать свои мысли; коммуникабельным, то есть достаточно легко уметь вступать в контакт с потенциальными покупателями; приветливым, вежливым и обходительным - ни в коем случае не грубить клиентам; умеющим слушать и грамотно убеждать; энергичным; целеустремленным; аккуратным; позитивным. Это лишь основные качества продавца консультанта. Стоит отметить, что он должен быть еще терпеливым, стрессоустойчивым, остроумным, находчивым, обладать гибким мышлением и быть даже немного психологом.

Продавец-консультант должен обладать следующими профессиональными качествами: отлично знать технологии продаж; отлично знать все характеристики товара, его ассортимент; хорошо знать правила торговли; уметь эффективно управлять своим рабочим временем; проявлять интерес ко всему новому и быстро пополнять свои знания; быть всегда готовым к каким-либо временным трудностям; уметь держать ориентир на профессиональный рост, а так же рост прибыли компании; быть достаточно гибким и уметь менять быстро и легко планы и методы.

Деловые качества продавца-консультанта не допускают присутствия какой-либо агрессивности, грубости и отстаивания своей точки зрения, а также навязывание потенциальным покупателям своей личной точки зрения.

Навыки и умения продавца-консультанта можно получить только при длительной работе в какой-либо конкретной компании.

Только опыт работы позволит человеку приобрести необходимые знания и навыки в профессии продавца-консультанта, а так же достигнуть каких-то высот.

Ключевыми навыками продавца консультанта являются: умение оказать покупателям грамотную, компетентную консультацию по любому виду предложенного товара; умение заинтересовать потенциального потребителя товаром; умение спокойно решить все конфликтные ситуации; умение грамотно организовать предлагаемый товар на витрине; умение правильно выполнить подготовку товара к продаже; умение организовать и осуществлять продажу продукции таким образом, чтобы у потребителя остались только приятные и положительные эмоции.

Не стоит забывать о том, что существуют определенные половые особенности, которые могут определять особенности проявления трудовой деятельности продавца-консультанта, стоит рассмотреть их более подробно.

1.3. Различия в деятельности продавцов-консультантов разного пола

Стереотипные представления о личностных качествах мужчин и женщин у людей формировались на протяжении многих веков. Суть этих представлений сводится к тому, что представителей мужского пола принято воспринимать властными, независимыми, агрессивными, доминирующими, активными, смелыми, неэмоциональными, грубыми, прогрессивными и мудрыми. А женщин, наоборот, принято считать зависимыми, кроткими, слабыми, боязливыми, эмоциональными, чувствительными, нежными, мечтательными и суеверными (Шабалина, 2012).

В современном обществе бытует мнение, что есть профессии, исключительно принадлежащие мужчинам или только женщинам. Так сферу обслуживания и услуг принято считать типично женской профессиональной

деятельностью. Но если посмотреть более внимательно, можно сказать что, разделение труда по половому признаку в наши дни отсутствует.

Женщины неохотно осваивают те сферы деятельности, в которых преобладают мужчины, работая, в основном, в непроизводственной сфере, где труд связан с выполнением обслуживающих функций, считается малопrestижным и малооплачиваемым. Многие из них не хотят осваивать «мужские» профессии, так как лучше чувствуют себя на «женской» работе, которая им знакома на бытовом уровне, к которой они лучше подготовлены. (Ковалева, 2012).

Женщины занимают меньше руководящих постов по причине того, что мужчины больше стремятся к самореализации в профессиональной деятельности. Также у женщин существует страх перед успехом, они считают, что успешная карьера приведет к потере женственности и к потере значимых отношений в социальном окружении. Еще немаловажный фактор говорит о том, что женщины испытывают чувство вины перед семьей и считают, что невозможно одинаково хорошо совмещать карьеру и личные отношения (Панчук, 2014).

Согласно исследованиям на сегодняшний день рынок труда одинаково наполнен мужчинами и женщинами. Можно также отметить, что женщины в поиске работы тратят больше времени и более обдуманно подходят к выбору профессии и превосходят мужчин по уровню образования и здоровья. (Панов, 2014).

Можно говорить о том, что мужчины и женщины по-разному воспринимают ситуацию и по-разному позиционируют себя на рабочем месте. Существуют различия в восприятии, связанные с организационной структурой, в способах, методах и средствах, используемых для решения проблем. (Шевцова, 2014).

Женщины и мужчины по-разному подходят к продажам. У каждого свои манеры, привычки и способы вести переговоры, отмечать детали. Очень

полезно знать особенности обоих полов, компания эффективно работала и развивалась.

Женщина часто педантична и аккуратна в своей работе. Многие из них готовы к упорному монотонному труду, что особенно важно на начальном этапе продаж. Для женщины важно довести дело до конца, добиться успеха в продажах. Это заметно уже на этапе обучения продавца-консультанта, когда женщина все досконально записывает и до конца выясняет непонятные моменты.

Женщина – внимательный слушатель. Часто ей удается заметить в словах клиента то, что мужчина пропускает мимо ушей, а это просто клад для эффективного продавца-консультанта.

Аккуратность и чистоплотность. Если в магазине работает женщина-продавец, то в 99% случаев её рабочее место будет в идеальном состоянии, все бумаги разложены по тематическим папкам, а в степлере всегда будут скобы.

Женщины более гибкие в переговорах, умеют грамотно преподнести товар или услугу и вывести оппонентов на выгодные для компании условия.

Работа продавца-консультанта связана с различными стрессовыми ситуациями и может привести к негативным последствиям, а так как женщины продавцы более эмоционально воспринимают ситуацию, то им будет сложнее прийти в норму.

Многие руководители компаний и отделов, с которыми ведет переговоры менеджер по продажам, - это мужчины. Как правило, мужчина привык решать бизнес-вопросы с мужчиной, поэтому мужчина выглядит более солидным продавцом.

Мужчина более настойчив в проведении переговоров. Он может «поднажать» в трудных ситуациях, и что называется, «добить» клиента.

Многие товары выглядят более значимыми и внушительными, если их продажами занимается мужчина. До сих пор сильны стереотипы о том, что

мужчина не будет заниматься ерундой, а, значит, он предлагает дельную вещь.

Если продажи сразу не получаются, многие мужчины сдаются. Тут дело даже не в том, что возникла скука от монотонного труда, а в том, что многим из них нужно думать о развитии карьеры, содержании семьи, а на окладе долго не просидишь. Естественно, мужчине часто приходится платить больше, чем женщине.

Многие мужчины не обладают достаточной психологической устойчивостью, поэтому не всегда доводят дело до конца, а иногда и вовсе сдаются при неудачах в продажах. Это часто обусловлено тем, что для сильного пола особенно важен статус, а статус неудачника никого не привлекает.

Мужчина не столь лоялен к компании. Большинство из них нацелены на карьерный рост, а потому рассматривают продажи просто как начальный этап карьеры и при первых успехах уходят в другую, более перспективную компанию.

«Мужчины в продажах» акцентируют внимание «потенциального» или «реального» клиента сугубо на товаре, на особенностях, на чем угодно кроме себя, следовательно, транзакция не персонализирована, а значит, без эмоционально-душевного зерна необходимого для гармоничного завершения прохождения человеком пути от желания купить до факта-действия в виде покупки. В результате, женщина продает клиенту товар под «цвет глаз» и «в тон души», уже сейчас выступая эффективным стратегическим инструментом психологического воздействия на покупателя.

Таким образом, можно сказать, что существуют различия в деятельности продавцов-консультантов в зависимости от их половой принадлежности.

Существуют также различия, которые могут быть не связаны с половыми различиями, а эта связь обуславливается спецификой работы и экономическими условиями страны. Так, например, высокая мотивация

избегания неудач, косвенная агрессия и раздражительность характерны для обоих полов (Демидова, 2016).

1.4. Постановка проблемы и задачи исследования

Современное общество благодаря социально-экономическому развитию живет в эпоху потребления, что приводит к развитию сферы обслуживания. Одно из центральных мест в этой сфере занимает сфера торговли, а профессия продавец-консультант становится одной из самых востребованных. Все это приводит к увеличению числа людей занятых в профессиях типа «человек - человек». В условиях возросшей конкуренции, организации все больше уделяют внимание развитию профессионально-важных качеств у свои подчиненных, и как следствие достижению запланированных результатов.

Следует сказать, что если есть спрос на профессионалов в этом виде деятельности необходимо производить оценку эффективности работы и более глубоко изучать те факторы, которые влияют на развитие профессионально-важных качеств у продавцов-консультантов.

Изучению проблемы эффективности профессиональной деятельности и профессионально-важных качеств посвящены исследования, проведенные В.Д. Шадриковым, А.К. Марковой, Р.С. Немовым, О.Н. Родиной и др. в 80-е - 90-е гг. XX в. В них определено понятие, разработаны теоретические основы изучения эффективности профессиональной деятельности. В современных отечественных исследованиях данный вопрос рассматривается с позиций компетентностного подхода Э.Ф. Зеером, А.М. Павловой, Э.Э. Сыманюк, Ю.Г. Татур и др. Построение компетентностной модели эффективности профессиональной деятельности позволяет унифицировать требования к персоналу, формирует единые стандарты качества труда и обеспечивает основу для оценки, продвижения и обучения сотрудников.

Проведенный анализ литературы показывает, что остается ряд нерешенных вопросов, касающихся изучения профессионально-важных

качеств деятельности. Во-первых, до сих пор отсутствует единство взглядов в определении термина «профессионально-важные качества», происходит смешение этого понятия с близкими ему по смыслу. Во-вторых, различными авторами одни и те же критерии эффективности предлагаются для профессий разных типов. В-третьих, слабо изучена связь эффективности профессиональной деятельности с личностными особенностями.

Исходя из выше перечисленного, существует потребность в изучении профессионально-важных качеств и личностных особенностей продавцов-консультантов. При этом от продавца-консультанта требуется постоянное позитивное внимание и близкий эмоциональный контакт с потребителями труда. В подобных специфических условиях профессиональной деятельности предъявляются более высокие требования к личностным особенностям продавцов-консультантов, определяющих эффективность их профессиональной деятельности.

Таким образом, можно сформулировать проблему исследования: в чем связаны личностные особенности и профессионально-важные качества продавцов-консультантов в связи с эффективностью их деятельности и половой принадлежностью.

Цель исследования – выявить особенности взаимосвязи и выраженность личностных характеристик продавцов-консультантов в связи с выраженностью профессионально-важных качеств и полом.

Объект исследования – личностные характеристики и профессионально-важные качества.

Предмет исследования – особенности взаимосвязи и выраженность личностных характеристик продавцов-консультантов в связи с выраженностью профессионально-важных качеств и полом.

Гипотезы:

1. Существуют различия в параметрах личности у продавцов-консультантов с разным уровнем сформированности профессионально-важных качеств.

2. Существуют особенности взаимосвязи личностных качеств и профессионально-важных качеств у продавцов-консультантов с разным уровнем сформированности профессионально-важных качеств.

3. Существуют особенности взаимосвязи параметров личности и профессионально-важных качеств у продавцов-консультантов разного пола.

4. Существуют различия в параметрах личности у продавцов-консультантов с разным уровнем сформированности профессионально-важных качеств и полом.

Задачи исследования:

1. Определить различия в параметрах личности у продавцов-консультантов с разным уровнем сформированности профессионально-важных качеств.

2. Выявить особенности взаимосвязи личностных качеств и профессионально-важных качеств у продавцов-консультантов с разным уровнем сформированности профессионально-важных качеств.

3. Определить особенности взаимосвязи параметров личности и профессионально-важных качеств у продавцов-консультантов разного пола.

4. Выявить различия в параметрах личности у продавцов-консультантов с разным уровнем сформированности профессионально-важных качеств и полом.

Глава 2. Организация и методики исследования

2.1. Описание организации исследования

Базой проведенного исследования послужили специализированные магазины по продаже спортивного инвентаря и электроники. Исследование проводилось в январе 2017 года.

Участниками исследования являлись 60 продавцов-консультантов в возрасте от 18 до 25 лет с опытом работы от 1 до 5 лет, из них 30 женщин и 30 мужчин. Исходные данные отображены в Приложении 1.

2.2. Описание методик исследования

1. Тест-опросник на определение свойств личности Г. Ю. Айзенка (адаптирован А.Г. Шмелевым) (Райгородский, 2011).

Двухфакторная модель личности, предложенная Г. Айзенком, позволяет с помощью основных показателей (экстраверсия-интроверсия и нейротизм) оценить направленность личности на внутренний или внешний мир, а также выявить уровень эмоциональной тревожности (напряженности). Эти свойства структуры личности генетически детерминированы. Их проявление сугубо индивидуально. Эти характеристики существенно влияют на выполнение своих обязанностей, в том числе и на осуществление профессиональной деятельности.

Для определения типа свойств личности испытуемого в двухфакторной модели Г. Айзенка, был использован адаптированный вариант его опросника (57 вопросов). На каждый предлагаемый вопрос следует ответить «Да» (+) или «Нет» (-).

Методика содержит 4 шкалы: экстраверсия – интроверсия, нейротизм, психотизм и специфическую шкалу, предназначенную для оценки искренности испытуемого, его отношения к обследованию.

Экстраверсия - интроверсия.

Для экстраверта характерна: направленность во вне, общительность, необходимость контактировать с окружающими, большое количество

знакомых. Действия происходят под влиянием момента, вспыльчив, такие люди находятся в хорошем настроении, беззаботны и оптимистично настроены. Они предпочитают находиться в движении а не сидеть на месте, эмоции и чувства плохо контролируют плохо, склонны к рискованным поступкам.

Интроверт - это человек склонный к самоанализу, направлен на себя, спокойный. Такие люди стараются отдалиться от незнакомых. Склонны планировать и просчитывать все поступки, решения принимают обдуманно, во всем предпочитают порядок. Чувства всегда подвержены контролю, преобладает пессимистичный настрой.

Нейротизм. Указывает на стабильность (устойчивость) или нестабильность (неустойчивость) эмоциональной сферы.

Эмоциональная устойчивость характеризуется организованным поведением в различных ситуациях, такие люди хорошо адаптируются, не испытывают излишнего напряжения, проявляют общительность и испытывают склонности к лидерству.

Нейротизм проявляется в излишней раздражительности, нервозности, что приводит к плохой адаптации, такие люди склонны к быстрой смене настроений, испытывают чувство беспокойства, озабоченности, подвержены влиянию стрессовых ситуаций, рассеянности внимания. Такие люди эмоциональны, вспыльчивы в отношении с людьми, впечатлительны, склонны к раздражительности. Проявляют повышенные реакции на раздражители и стимулы.

Психотизм. Эта шкала говорит о склонности к асоциальному поведению, вычурности, неадекватности эмоциональных реакций, высокой конфликтности, неконтактности, эгоцентричности, эгоистичности, равнодушию. Согласно Айзенку, высокие показатели по экстраверсии и нейротизму соответствуют психиатрическому диагнозу истерии, а высокие показатели по интроверсии и нейротизму — состоянию тревоги или реактивной депрессии.

Если по шкале искренности количество баллов превышает 10, то результаты обследования считаются недостоверными и испытуемому следует отвечать на вопросы более откровенно.

2. Тест-опросник Р. Б. Кеттела 16 PF (форма А) (адаптирован В. И. Похилько, А. С. Соловейчик, А. Г. Шмелевым) (Райгородский, 2011).

Опросник предназначен для измерения 16 факторов личности – личностных черт, свойств, отражающих относительно устойчивые способы взаимодействия человека с окружающим миром и самим собой. Выявляются эмоциональные, коммуникативные, интеллектуальные свойства, а также свойства саморегуляции, обобщающие информацию человека о самом себе.

Опросник содержит 187 вопросов, на которые предлагается ответить обследуемым (взрослым людям с образованием не ниже 8 – 9 классов). Длительность выполнения задания - 50-60 минут. Испытуемому предлагают занести в регистрационный бланк один из вариантов ответа на вопрос «да», «нет», «не знаю» (или «а», «в», «с»). Тест может быть использован для многостороннего и углубленного изучения личности человека, его характера, темперамента, интеллекта, эмоциональных, волевых, моральных, коммуникативных и других особенностей, что предполагает его применение в областях профориентации и расстановки кадров, медицинской психодиагностики, семейного консультирования, педагогики, научных исследований и т.д.

Результатом теста является профиль личности, построенный по выявленным в ходе опроса 16-ти факторам. Факторы измеряются в условных единицах – «стенах» – и распределяются по биполярной шкале с крайними значениями в 1 и 10 баллов.

Фактор А («замкнутость – общительность»)

Фактор А ориентирован на измерение общительности человека в малых группах и способности к установлению непосредственных, межличностных контактов.

Фактор В (интеллект)

Фактор В не определяет уровень интеллекта, он ориентирован на измерение оперативности мышления и общего уровня вербальной культуры и эрудиции.

Фактор С («эмоциональная нестабильность – эмоциональная стабильность»)

Этот фактор характеризует динамическое обобщение и зрелость эмоций в противоположность нерегулируемой эмоциональности.

Фактор Е («подчиненность – доминантность»)

Фактор Е не очень существенно коррелирует с достижениями лидерства, однако связан с социальным статусом и выше у лидеров, чем у последователей.

Фактор F («сдержанность – экспрессивность»)

Фактор F ориентирован на измерение эмоциональной окрашенности и динамичности в процессах общения.

Фактор G («низкая нормативность поведения – высокая нормативность поведения»)

Данный фактор характеризует особенности эмоционально-волевой сферы (настойчивость, организованность – безответственность, неорганизованность) и особенности регуляции социального поведения (принятие или игнорирование общепринятых моральных правил и норм).

Фактор Н («робость – смелость»)

Фактор Н – четко определенный фактор, который характеризует степень активности в социальных контактах.

Фактор I («жесткость – чувствительность»)

Этот фактор отражает различия в культурном уровне и эстетической восприимчивости личности.

Фактор L («доверчивость – подозрительность»)

Фактор L отражает эмоциональное отношение к людям. Очень высокие оценки по этому фактору говорят об излишней защите и эмоциональной

напряженности, фрустрированности личности. Низкий полюс характеризует личность добродушную, но склонную к конформизму.

Фактор М («практичность – мечтательность»)

Фактор М ориентирован на измерение особенностей воображения, отражающихся в реальном поведении личности, таких, как практичность, приземленность или, наоборот, некоторое «витание в облаках», романтическое отношение к жизни.

Фактор N («прямолинейность – дипломатичность»)

Фактор N ориентирован на измерение отношений личности к людям и окружающей действительности.

Фактор O («спокойствие – тревожность»)

Для низкого значения характерно: беспечность, самонадеянность, жизнерадостность, уверенность в себе и в своих силах, безмятежность, небоязливость, хладнокровие, спокойствие, отсутствие раскаяния и чувства вины.

Для высокого значения характерно: беспокойство, озабоченность, ранимость, ипохондричность, подверженность настроению, страх, неуверенность в себе, склонность к предчувствиям, самобичеванию, к депрессиям, чувствительность к одобрению окружающих, чувство вины и недовольство собой.

Фактор Q1 («консерватизм – радикализм»)

Фактор Q1 определяет радикальное, интеллектуальное, политическое и религиозное отношения.

Фактор Q2 («конформизм – нонконформизм»)

Этот фактор является центральным в факторе второго порядка «зависимость – независимость».

Фактор Q3 («низкий самоконтроль – высокий самоконтроль»)

Этот фактор измеряет уровень внутреннего контроля поведения, интегрированность личности.

Фактор Q4 («расслабленность – напряженность»)

Высокая оценка интерпретируется как энергетическая возбужденность, которая требует определенной разрядки; иногда это состояние может превратиться в психосоматическое нарушение: снижается эмоциональная устойчивость, нарушается равновесие, может проявляться агрессивность.

3. Анкета для руководителя (профессионально-важные качества).

В ходе анализа подходов различных авторов к определению профессионально-важных качеств, которыми должен обладать продавец-консультант для достижения максимальных результатов в своей деятельности нами была составлена анкета, предоставляемая руководителю с целью оценки им, уровня развития у продавцов-консультантов предложенных профессионально-важных качеств. Используется трёхбалльная система (3 - высокий уровень, 2 - средний, 1 - низкий).

В анкету включены следующие профессионально-важные качества:

1. Знать и применять технику продаж.

Процесс взаимодействия с покупателем должен быть структурирован и иметь определенные этапы. Знание и умение продавца-консультанта применять на практике эти знания способствуют формированию у него профессионально-важных качеств, что приводит к более эффективным и качественным продажам. Можно добавить, что процесс продаж становится менее затратным по времени и это дает возможность увеличить количество контактов с покупателями, а как следствие увеличивает количественные показатели эффективной работы.

2. Знание товара.

Продавец-консультант должен знать тот товар, который он продает. Он должен ориентироваться в характеристиках товара для того, чтобы правильно презентовать товар исходя из потребностей покупателя, продавец-консультант должен знать не только положительные, но и отрицательные характеристики товара, это необходимо для приведения сравнений

определенных моделей товара. Также важно чтобы продавец-консультант знал товар конкурентов и мог предложить альтернативу для клиента.

3. Знание правил торговли.

Для реализации своей эффективной деятельности продавец-консультант должен знать правила торговли, которые предписывают ему знать закон о защите прав потребителей, знать правила приемки, выкладки и хранения товара, знать санитарные требования, знать правила расчета с покупателями.

4. Умение планировать и делать акценты.

Эффективный продавец-консультант должен уметь расставлять приоритеты в своей работе и делать акценты на том, что требует от него определенная ситуация. В каждой такой ситуации продавец должен опираться на принцип: любое действие должно приносить положительный результат. Для своей эффективности продавец должен уметь планировать свою деятельность исходя из запросов, которые ему ставит руководство.

5. Интерес и обучаемость.

Этот параметр имеет важное значение в деятельности продавца-консультанта, т.к. чем более заинтересован будет продавец, тем больше он будет стремиться узнать что-то новое и тем более качественно будет применять полученные знания. Повышенный интерес к работе будет стимулировать его на более качественную работу.

6. Умение преодолевать трудности.

Продавец-консультант всегда должен быть готов к временным трудностям, связанным с его работой. Эти трудности могут быть связаны с клиентом, при общении может возникнуть недопонимание. Трудности могут быть связаны с нехваткой времени для выполнения какого-либо задания. В целом преодоление трудностей можно рассматривать, как умение находить выход из различных стрессовых ситуаций.

7. Нацеленность на профессиональный рост.

В своей деятельности продавец-консультант должен стремиться к развитию как профессионал, следовательно, нацелен на карьерный рост и должен представлять себе перспективы своей работы. Это необходимый фактор, который приносит взаимную выгоду, как работодателю, так и самому продавцу, т.к. в процессе роста происходит приобретение необходимых знаний, умений и навыков.

8. Умение применять различные методы в работе.

Для своей эффективной деятельности продавец-консультант должен уметь применять различные методы в работе с клиентом, исходя из психологических и личностных особенностей клиента, определенной ситуации, которая может возникнуть в результате взаимодействия. Этот фактор определяет, насколько продавец должен уметь чувствовать клиента, и взаимодействовать с ним.

В результате полученных данных после анкетирования можно точно установить, насколько эффективным в работе является тот или иной продавец-консультант.

Эти методы позволяют нам провести исследование и установить взаимосвязь личностных и психологических особенностей с уровнем развития эффективности работы и выделить профессионально-важные качества.

2.3. Процедуры статистического анализа эмпирических данных

Полученные в ходе диагностики данные обрабатывались различными методами математико-статистического анализа. Вычисления проводились в программе Statistica 6.0

Были проведены следующие математические процедуры:

1. Кластерный анализ K-means

Группирующая переменная: уровень развития профессионально-важных качеств.

Для разделения выборки на группы с высоким, средним и низким уровнем сформированности ПВК был использован кластерный анализ, в результате чего в первый кластер вошли продавцы-консультанты с низким уровнем развития профессионально-важных качеств в количестве 21 человек, из них 11 мужчин и 10 женщин. Во второй кластер со средним уровнем развития ПВК вошли 22 человека, из них 10 мужчин и 12 женщин. В третий кластер с высоким уровнем развития ПВК вошли 17 человек, из них 9 мужчин и 8 женщин.

2. Т - критерий для независимых групп Ч. Стьюдента

С целью выявления различий в параметрах личности у продавцов-консультантов с разным уровнем сформированности профессионально-важных качеств, а также для выявления различий в параметрах личности у продавцов-консультантов мужчин и женщин, и для выявления различий в параметрах личности у продавцов-консультантов мужчин и женщин с разным уровнем сформированности профессионально-важных качеств был использован Т - критерий для независимых групп Ч. Стьюдента.

3. Корреляционный анализ

3.1. Для определения взаимосвязей параметров личности и профессионально-важных качеств у продавцов-консультантов с разным уровнем развития профессионально-важных качеств был использован корреляционный анализ Ч. Спирмена.

3.2. Для определения взаимосвязей параметров личности и профессионально-важных качеств у продавцов-консультантов с разным полом был использован корреляционный анализ К. Пирсона.

Глава 3. Результаты исследования и их обсуждение

3.1. Различия в параметрах личности у продавцов-консультантов с разным уровнем выраженности профессионально-важных качеств

На основе кластерного анализа выборка была разделена на 3 группы (кластера). Группирующая переменная: выраженность профессионально-важных качеств. В результате чего в первый кластер вошли продавцы-консультанты с низким уровнем развития профессионально-важных качеств в количестве 21 человек, из них 11 мужчин и 10 женщин. Во второй кластер со средним уровнем развития ПВК вошли 22 человека, из них 10 мужчин и 12 женщин. В третий кластер с высоким уровнем развития ПВК вошли 17 человек, из них 9 мужчин и 8 женщин (Рис. 1).

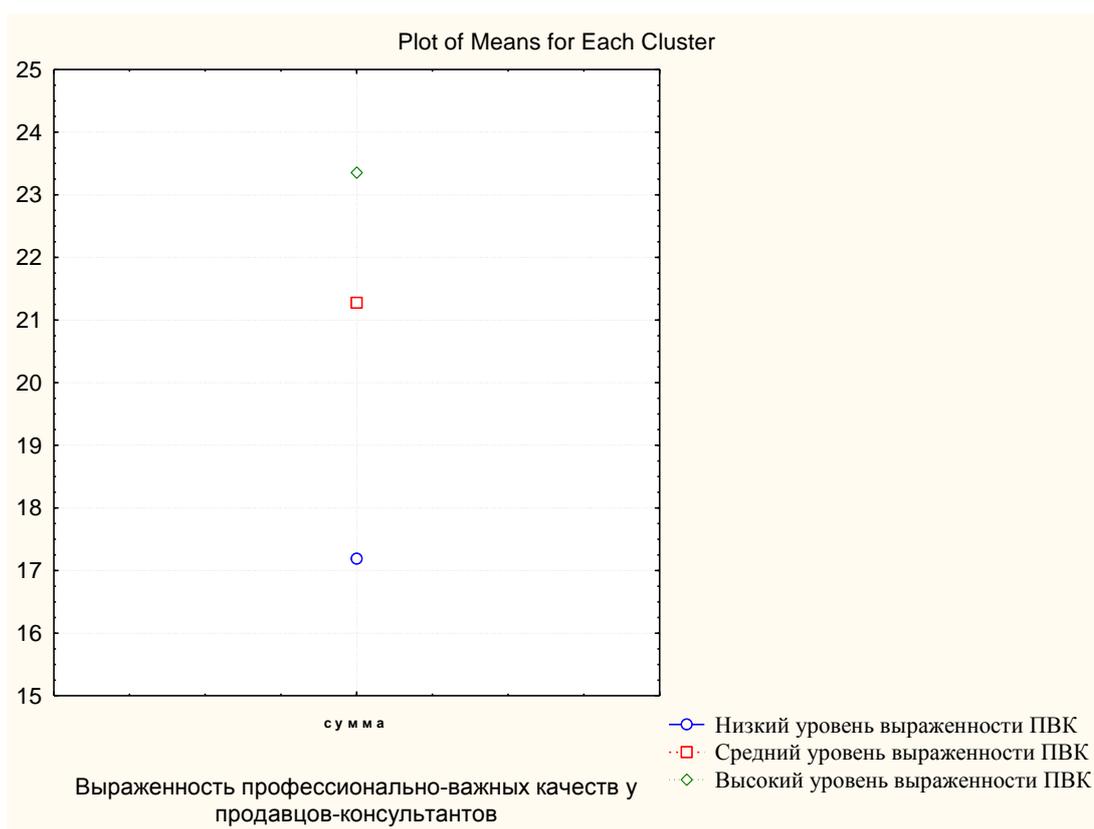


Рис. 1. Итоги кластеризации выборки продавцов-консультантов по уровню развития профессионально-важных качеств.

С целью выявления различий по личностным параметрам у продавцов-консультантов с разным уровнем сформированности профессионально-

важных качеств был использован Т-критерий для двух независимых групп Ч. Стьюдента.

Статистически сравнивались группы с низким и высоким (Табл. 1), низким и средним (Табл. 2), и средним и высоким уровнем сформированности ПВК, результаты отображены в Приложении 2.

Таблица 1.

Значимые различия по личностным параметрам продавцов-консультантов с низким (1) и высоким (3) уровнем сформированности профессионально-важных качеств.

Показатели	Среднее (группа 1)	Среднее (группа3)	t-value	p
Фактор С Эмоциональная стабильность	4,81	6,59	-2,591	0,0137
Фактор Е Доминантность	5,33	7,06	-2,577	0,0142
Фактор Н Смелость	4,86	7,35	-3,361	0,0018
Фактор L Подозрительность	5,81	7,94	-2,888	0,0065

При сравнении результатов диагностики с помощью Т-критерия Ч. Стьюдента были обнаружены статистически достоверные различия по следующим параметрам: эмоциональная стабильность, доминирование, смелость, подозрительность.

Исходя из полученных данных, можно сделать следующие выводы:

1. У лиц с низкой сформированностью профессионально-важных качеств менее выражен показатель эмоциональной стабильности. Это говорит о том что, продавцы-консультанты у которых ниже уровень развития ПВК по сравнению с продавцами-консультантами с высоким уровне, менее работоспособны, импульсивны, находятся под влиянием чувств, переменчивы в настроениях, легко расстраиваются, неустойчивы в интересах, раздражительны, утомляемы.

2. У продавцов–консультантов с низкой сформированностью ПВК показатель доминантность ниже. Т.е. продавцы с низким уровнем развития ПВК по сравнению с продавцами с высоким уровнем сформированности ПВК менее самостоятельны, зависимы, неустойчивы, не проявляют настойчивость.

3. Продавцы–консультанты с низким уровнем сформированности ПВК характеризуются менее выраженной смелостью, это говорит о том, что они более застенчивы, сдержанны, неуверенны, боязливы, робки по сравнению с продавцами-консультантами с более развитыми профессионально-важными качествами.

4. Менее выраженный показатель подозрительности у продавцов–консультантов с низким уровнем развития ПВК может характеризовать их как более уживчих, терпимых, покладистых сотрудников, а у лиц с более выраженным уровнем развития ПВК этот показатель выше, что говорит об их большей осторожности, самостоятельности и автономности.

Таким образом, можно сказать что, различия в личностных параметрах у продавцов-консультантов с высоким уровнем развития ПВК и у продавцов-консультантов с низким уровнем ПВК проявляются в таких параметрах как эмоциональная стабильность, доминантность, смелость и подозрительность. Эти параметры выше у продавцов-консультантов с высоким уровнем развития ПВК, что говорит об их большей уравновешенности, настойчивости, умении убеждать. Для них в большей мере, чем для продавцов-консультантов с низким уровнем развития ПВК характерны смелость, решительность, способность выдерживать высокие эмоциональные нагрузки, подозрительность.

Таблица 2.

Значимые различия по личностным параметрам продавцов-консультантов с низким (1) и средним (2) уровнем сформированности профессионально-важных качеств.

Показатель	Среднее (группа 1)	Среднее (группа 2)	t-value	p
Фактор С Эмоциональная стабильность	4,81	6,41	-2,382	0,0219
Фактор Е Доминантность	5,33	7,00	-2,617	0,0124
Фактор Н Смелость	4,85	6,45	-2,313	0,0258

При сравнении результатов диагностики с помощью Т-критерия Ч. Стьюдента были обнаружены статистически достоверные различия по

следующим параметрам: эмоциональная стабильность, доминирование, смелость.

Исходя из полученных данных, можно сделать следующие выводы:

1. Различия в показателях эмоциональной стабильности, доминантности и смелости можно соотнести с различиями в показателях продавцов-консультантов с низким и высоким уровнем сформированности ПВК. Т.е. у продавцов-консультантов со средним уровнем развития профессионально-важных качеств по сравнению с продавцами с низким уровнем развития ПВК показатели эмоциональной стабильности, доминантности и смелости более выражены. Что говорит об их большей уравновешенности, настойчивости, умении убеждать.

2. Показатель подозрительности не фигурирует как значимые различия, хотя этот показатель фигурировал при сравнении продавцов-консультантов с низким и высоким уровнем развития ПВК. Это значит что, при определении различий в параметрах личности у продавцов-консультантов с низким и со средним уровнем развития ПВК этот параметр не является значимым.

При нахождении различий в параметрах личности у продавцов-консультантов с низким и средним уровнем развития ПВК значимые различия проявляются в параметрах эмоциональной стабильности, доминантности, смелости. Эти параметры также обнаружены при определении значимых различий у продавцов-консультантов с низким и с высоким уровнем развития ПВК. Это говорит о том что, существуют различия в параметры личности свойственные для продавцов-консультантов с высоким, средним и низким уровнем сформированности ПВК.

При нахождении значимых различий в показателях личности у продавцов-консультантов со средним и высоким уровнем сформированности ПВК различий не обнаружено (Приложение 2).

Итак, в ходе проведенного анализа различий в выраженности личностных параметров у продавцов-консультантов, разделенных на три

кластера по уровню развития профессионально-важных качеств, можно сделать вывод что, различий меньше чем сходств, следовательно, выдвинутая нами гипотеза подтвердилась частично. Различия в параметрах личности у продавцов-консультантов с разным уровнем развития ПВК проявляются только в эмоциональной стабильности, доминантности, смелости и подозрительности, в то время как остальные параметры не являются значимыми.

Таким образом, для того чтобы деятельность продавца-консультанта была более успешной, им можно рекомендовать развивать у себя такие качества как: эмоциональная стабильность, доминантность, смелость. Именно на эти качества также стоит ориентироваться при осуществлении профессионального отбора на должность продавца-консультанта потенциальных кандидатов соответствующим специалистам кадровых служб.

3.2. Особенности взаимосвязи личностных качеств и профессионально-важных качеств у продавцов-консультантов с разным уровнем сформированности этих качеств

Для определения параметров взаимосвязей между личностными качествами и ПВК у продавцов-консультантов с разным уровнем сформированности этих качеств был использован корреляционный анализ Ч. Спирмена.

Исходя из целей и задач исследования, анализ картины корреляционных данных осуществлялся нами по следующей схеме:

1. Описание корреляционной структуры в группе продавцов-консультантов с высоким уровнем сформированности ПВК.
2. Описание корреляционной структуры в группе продавцов-консультантов со средним уровнем сформированности ПВК.
3. Описание корреляционной структуры в группе продавцов-консультантов с низким уровнем сформированности ПВК.

4. Сопоставление характера корреляционных связей во всех трех группах.

Особенности взаимосвязи личностных параметров и профессионально-важных качеств у продавцов-консультантов в группе с высоким уровнем развития ПВК отображены в Табл. 3 и Приложении 3.

Таблица 3.

Особенности взаимосвязи личностных параметров и профессионально-важных качеств у продавцов-консультантов в группе с высоким уровнем развития профессионально-важных качеств.

Показатели	Экстраверсия	Нейротизм	В Интеллект	I Чувствительность	L Подозрительность	Q2 Нонконформизм	Q3 Высокий самоконтроль	Q4 Напряженность
Техника продаж	0,59							-0,58
Знание товара					0,74			
Правила торговли	0,59							-0,58
Планирование и акценты				0,51			-0,54	
Интерес и обучаемость		-0,50						
Преодоление трудностей								0,60
Профессиональный рост			0,61			0,55		
Методы в работе	-0,62							

Итак, как видно из таблицы получены следующие данные:

1. Параметр экстраверсия положительно коррелирует с показателями: знание техники продаж (0,59 при $p > 0,05$), знаниями правил торговли (0,59 при $p > 0,05$) и отрицательно коррелирует с показателем умение применять различные методы в работе (-0,62 при $p > 0,05$). Это означает, что чем выше уровень экстраверсии у продавцов-консультантов с высоким уровнем ПВК, тем выше у них знание техники продаж, знание правил торговли и чем выше уровень экстраверсии, тем ниже умение применять различные методы в работе.

2. Параметр нейротизм отрицательно коррелирует с параметром интерес и обучаемость(0,50 при $p > 0,05$). Это означает, что чем выше

показатель нейротизма у продавцов-консультантов с высоким уровнем ПВК, тем ниже обучаемость и проявление интереса.

3. Параметр интеллект положительно коррелирует с параметром профессиональный рост (0,61 при $p > 0,05$). Это означает, что чем выше уровень интеллекта у продавцов-консультантов с высоким уровнем ПВК, тем выше у них будет нацеленность на профессиональный рост.

4. Параметр чувствительность положительно коррелирует с параметром умение планировать и расставлять акценты в работе (0,50 при $p > 0,05$). Это означает, что чем выше чувствительность у продавцов-консультантов с высоким уровнем ПВК, тем выше умение планировать и расставлять акценты в работе.

5. Параметр подозрительность положительно коррелирует с параметром знание товара (0,74 при $p > 0,05$). Это означает, что чем выше уровень подозрительности у продавцов-консультантов с высоким уровнем ПВК, тем выше параметры знание товара.

6. Параметр неконформизм показал положительную корреляцию с параметром профессиональный рост (0,55 при $p > 0,05$). Это означает, что чем выше уровень неконформизма у продавцов-консультантов с высоким уровнем ПВК, тем выше параметр нацеленность на профессиональный рост.

7. Параметр высокий самоконтроль отрицательно коррелирует с параметром планирование и акценты в работе (-0,54 при $p > 0,05$). Это означает, что чем выше показатель самоконтроля у продавцов-консультантов с высоким уровнем ПВК, тем ниже показатель планирования и акцентов в работе.

8. Параметр напряженность отрицательно коррелирует с параметрами знания техники продаж (-0,58 при $p > 0,05$) и правил торговли (-0,58 при $p > 0,05$), а также положительно коррелирует с параметром преодоление трудностей в работе (0,60 при $p > 0,05$). Это означает, что чем выше показатель напряженность у продавцов-консультантов с высоким уровнем ПВК, тем ниже показатели знание техники продаж и знание правил

торговли, и чем выше параметр напряженность, тем выше показатель умение преодолевать трудности в работе.

Таким образом, в результате корреляционного анализа Ч. Спирмена у продавцов–консультантов с высоким уровнем развития профессионально-важных качеств было выявлено 12 корреляционных связей ПВК и личностных параметров.

На основе проведенного корреляционного анализа Ч. Спирмена в группе продавцов-консультантов с высоким уровнем развития профессионально-важных качеств можно сделать вывод что, ключевыми параметрами личности, которые взаимосвязаны с профессионально-важными качествами, являются экстраверсия и напряженность.

Чем выше уровень экстраверсии, тем лучше продавцы знают технику продаж и правила торговли, но хуже применяют методы работы с клиентами. Чем выше уровень напряженности, тем хуже у них техника продаж и знания торговли, но лучше нацеленность на преодоление трудностей. Можно сказать, что в своей работе продавцы-консультанты с высоким уровнем развития профессионально-важных качеств ориентированы на знания, как необходимо работать с клиентом и знания правил торговли.

Особенности взаимосвязи личностных параметров и профессионально-важных качеств у продавцов-консультантов в группе со средним уровнем развития ПВК отображены в Табл. 4 и Приложении 4.

Таблица 4.
Особенности взаимосвязи личностных параметров и профессионально-важных качеств у продавцов-консультантов в группе со средним уровнем развития профессионально-важных качеств.

Показатели	Экстраверсия	Нейротизм	А Общительность	С Высокая нормативность поведения	Н Смелость	М Мечтательность	Н Дипломатичность	Q2 Нонконформизм	Q3 Высокий самоконтроль
Техника продаж		-0,45			0,54				0,59

Знание товара	-0,43						0,44	
Планирование и акценты				-0,45			-0,55	-0,45
Интерес и обучаемость			-0,44			0,46		-0,54
Преодоление трудностей							-0,52	
Профессиональный рост	0,51							
Методы в работе							0,50	

Итак, как видно из таблицы получены следующие данные:

1. Параметр экстраверсия положительно коррелирует с параметром профессиональный рост (0,51 при $p > 0,05$) и отрицательно коррелирует с параметром знания товара (-0,43 при $p > 0,05$). Это означает, что чем выше уровень экстраверсии у продавцов-консультантов со средним уровнем развития ПВК, тем выше показатель нацеленность на профессиональный рост и чем выше уровень экстраверсии, тем ниже знания о товаре.

2. Параметр нейротизм показывает отрицательную корреляцию с показателем знание техники продаж (-0,45 при $p > 0,05$). Это означает, что чем выше уровень нейротизма у продавцов-консультантов со средним уровнем развития ПВК, тем ниже знания техники продаж.

3. Параметр общительность показывает отрицательную корреляцию с показателем интерес и обучаемость (-0,44 при $p > 0,05$). Это означает, что чем выше уровень общительности у продавцов-консультантов со средним уровнем развития ПВК, тем ниже интерес и обучаемость.

4. Параметр высокая нормативность поведения показал отрицательную корреляционную связь с показателем планирование и акценты в работе (-0,45 при $p > 0,05$). Это означает, что чем выше уровень нормативности поведения у продавцов-консультантов со средним уровнем развития ПВК, тем ниже параметр планирование и акценты в работе.

5. Параметр смелость показал положительную корреляцию с параметром знание техники продаж (0,54 при $p > 0,05$). Это означает, что чем выше уровень смелости у продавцов-консультантов со средним уровнем развития ПВК, тем выше знание техники продаж.

6. Параметр мечтательность показал положительную корреляцию с параметром интерес о обучаемость (0,46 при $p > 0,05$). Это означает, что чем

выше параметр мечтательность у продавцов-консультантов со средним уровнем развития ПВК, тем выше интерес и обучаемость.

7. Параметр дипломатичность показал отрицательную корреляцию с параметрами планирование и акценты в работе (-0,55 при $p > 0,05$) и преодоление трудностей (-0,52 при $p > 0,05$), но показал положительную корреляцию с параметром применение различных методов в работе (0,50 при $p > 0,05$). Это означает, что чем выше уровень дипломатичности у продавцов-консультантов со средним уровнем развития ПВК, тем ниже параметр планирование и акценты в работе, и чем выше уровень дипломатичности, тем выше умение применять различные методы в работе.

8. Параметр неконформизм показал положительную корреляцию с параметром знания о товаре (0,44 при $p > 0,05$) и показал отрицательную корреляционную связь с параметром планирование и акценты в работе (-0,45 при $p > 0,05$). Это означает, что чем выше уровень неконформизма у продавцов-консультантов со средним уровнем развития ПВК, тем выше знания о товаре.

9. Параметр высокого самоконтроля показал положительную корреляцию с параметром знание техники продаж (0,59 при $p > 0,05$) и показал отрицательную корреляцию с параметром интерес и обучаемость (-0,54 при $p > 0,05$). Это означает, что чем выше уровень самоконтроля у продавцов-консультантов со средним уровнем развития ПВК, тем выше знания техники продаж, и чем выше уровень самоконтроля, тем ниже интерес и обучаемость.

Таким образом, в результате корреляционного анализа Ч. Спирмена у продавцов-консультантов со средним уровнем развития профессионально-важных качеств было выявлено 14 корреляционных связей ПВК и личностных параметров.

На основе проведенного корреляционного анализа Ч. Спирмена в группе продавцов-консультантов со средним уровнем развития профессионально-важных качеств можно сделать вывод что, ключевыми параметрами личности, которые коррелируют с параметрами

профессиональной деятельности, являются дипломатичность, нонконформизм, высокий самоконтроль и экстраверсия.

Можно сказать что, продавцы со средним уровнем развития ПВК в своей работе опираются на знания техники продаж, планирование и акценты в работе и проявляют интерес и обучаемость. Чем выше уровень дипломатичности, тем ниже показатель планирование и акценты в работе, и преодоление трудностей, но выше показатель методы в работе. Чем выше уровень нонконформизма, тем выше уровень знаний о товаре и ниже уровень планирования и расстановки акцентов. Чем выше уровень самоконтроля, тем выше уровень владения техникой продаж, но ниже интерес и обучаемость. Чем выше уровень экстраверсии, тем ниже знания о товаре, но выше нацеленность на профессиональный рост.

В целом можно сказать что, продавцы-консультанты со средним уровнем развития ПВК больше ориентированы на выстраивание отношений с клиентами благодаря своей дипломатичности и самоконтролю.

Особенности взаимосвязи личностных параметров и профессионально-важных качеств в группе с низким уровнем развития ПВК отображены в Табл. 5 и Приложении 5.

Таблица 5.

Особенности взаимосвязи личностных параметров и профессионально-важных качеств у продавцов-консультантов в группе с низким уровнем развития профессионально-важных качеств.

Показатели	С Эмоциональная стабильность	Е Доминантность	Ф Экспрессивность	L Подозрительность
Интерес и обучаемость	0,45		-0,62	
Преодоление трудностей				-0,48
Методы в работе		0,43		

Итак, как видно из таблицы получены следующие данные:

1. Параметр эмоциональная стабильность показал положительную корреляцию с параметром интерес и обучаемость (0,45 при $p > 0,05$). Это

означает, что чем выше эмоциональная стабильность у продавцов-консультантов с низким уровнем развития ПВК, тем выше интерес и обучаемость.

2. Параметр доминантность показал положительную корреляцию с параметром умение применять различные методы в работе (0,43 при $p > 0,05$). Это означает, что чем выше показатель доминантность у продавцов-консультантов с низким уровнем развития ПВК, тем выше умение применять различные методы в работе.

3. Параметр экспрессивность показал отрицательную корреляцию с параметром интерес и обучаемость (-0,62 при $p > 0,05$). Это означает, что чем выше показатель экспрессивность у продавцов-консультантов с низким уровнем развития ПВК, тем ниже интерес и обучаемость.

4. Параметр подозрительность показал отрицательную корреляцию с параметром преодоление трудностей в работе (-0,48 при $p > 0,05$). Это означает, что чем выше показатель подозрительность у продавцов-консультантов с низким уровнем развития ПВК, тем ниже показатель преодоление трудностей в работе.

Таким образом, в результате корреляционного анализа Ч. Спирмена у продавцов–консультантов с низким уровнем развития профессионально-важных качеств было выявлено 4 корреляционные связи ПВК и личностных параметров.

На основе проведенного корреляционного анализа Ч. Спирмена в группе продавцов-консультантов с низким уровнем развития профессионально-важных качеств можно сделать вывод что, ключевыми параметрами взаимосвязанными с профессиональной деятельностью являются уровень эмоциональной стабильности и уровень доминантности. Чем выше уровень эмоциональной стабильности, тем выше параметр интерес и обучаемость. Чем выше уровень доминантности, тем лучше продавцы применяют различные методы в работе с клиентами.

Таким образом, для продавцов-консультантов с низким уровнем развития ПВК важным параметром в работе является нацеленность на обучение и проявление интереса.

По результатам проведенного корреляционного анализа можно сделать выводы, что для продавцов-консультантов с высоким уровнем развития профессионально-важных качеств имеет значение уровень экстраверсии, повышенная чувствительность, интеллект, осторожность, нонконформизм.

Такие черты личности как: экстраверсия, дипломатичность, смелость, нонконформизм характерны для продавцов-консультантов со средним уровнем развития ПВК, они положительно коррелируют с ПВК. А такие черты личности как нейротизм, высокая нормативность поведения отрицательно взаимосвязаны с ПВК.

Для продавцов-консультантов с низким уровнем развития ПВК характерны эмоциональная стабильность и доминантность, а излишняя экспрессивность и подозрительность отрицательно коррелируют с ПВК.

Итак, можно сделать вывод что, выдвинутая нами гипотеза подтвердилась, т.к. в каждой из групп у продавцов-консультантов с разным уровнем сформированности профессионально-важных качеств существуют особенности взаимосвязи личностных параметров и ПВК.

3.3. Сравнительный анализ взаимосвязей параметров личности и профессионально-важных качеств у продавцов-консультантов разного пола

Для определения параметров взаимосвязей между личностными параметрами и профессионально-важными качествами у продавцов-консультантов разного пола был использован корреляционный анализ К. Пирсона.

Исходя из целей и задач исследования, анализ картины корреляционных данных осуществлялся нами по следующей схеме:

1. Описание корреляционной структуры в общей выборке продавцов–консультантов.
2. Описание корреляционной структуры в группе продавцов–консультантов мужского пола.
3. Описание корреляционной структуры в группе продавцов–консультантов женского пола.
4. Сравнительный анализ взаимосвязей параметров личности и профессионально-важных качеств у продавцов-консультантов разного пола.

Особенности взаимосвязи личностных параметров и профессионально-важных качеств в общей выборке отображены в Табл. 6 и Приложении 6.

Таблица 6.

Особенности взаимосвязи личностных параметров и профессионально-важных качеств у продавцов-консультантов в общей выборке.

Показатели	А Общительность	С Эмоциональная стабильность	Е Доминантность	Н Смелость	L Подозрительность	N Дипломатичность	Q3 Высокий самоконтроль
Техника продаж		0,36	0,38	0,55			0,42
Знание товара					0,30	0,27	
Знание правил торговли	0,28	0,34		0,46	0,31		0,27
Преодоление трудностей		0,30					
Профессиональный рост			0,31	0,29			
Методы в работе		0,29	0,44	0,39		0,29	

Итак, как видно из таблицы получены следующие данные:

1. Параметр общительность положительно коррелирует с показателем знание правил торговли (0,28 при $p > 0,05$). Это означает, что чем выше показатель общительность у продавцов-консультантов в общей выборке, тем выше показатель знания правил торговли.
2. Параметр эмоциональная стабильность показал положительную корреляцию с показателями: знание техники продаж (0,36 при $p > 0,05$),

знание правил торговли (0,34 при $p > 0,05$), умение преодолевать трудности в работе (0,30 при $p > 0,05$), умение использовать различные методы в работе (0,29 при $p > 0,05$). Это означает, что чем выше уровень эмоциональной стабильности у продавцов-консультантов в общей выборке, тем выше знания техники продаж, выше знания правил торговли, выше умение преодолевать трудности и выше умение использовать различные методы в работе.

3. Параметр доминантность положительно коррелирует с параметрами: знание техники продаж (0,38 при $p > 0,05$), нацеленность на профессиональный рост (0,31 при $p > 0,05$), умение использовать различные методы в работе (0,44 при $p > 0,05$). Это означает, что чем выше показатель доминантность у продавцов-консультантов в общей выборке, тем выше знания техники продаж, выше нацеленность на профессиональный рост, выше умение использовать различные методы в работе.

4. Параметр смелость показал положительную корреляцию с параметрами: техника продаж (0,55 при $p > 0,05$), знание правил торговли (0,46 при $p > 0,05$), профессиональный рост (0,29 при $p > 0,05$), методы в работе (0,39 при $p > 0,05$). Это означает, что чем выше показатель смелость у продавцов-консультантов в общей выборке, тем выше знания техники продаж, выше нацеленность на профессиональный рост, выше умение применять различные методы в работе.

5. Параметр подозрительность положительно коррелирует с параметрами: знание товара (0,30 при $p > 0,05$), знание правил торговли (0,31 при $p > 0,05$). Это означает, что чем выше показатель подозрительности у продавцов-консультантов в общей выборке, тем выше параметр знание товара, выше параметр знание правил торговли.

6. Параметр дипломатичность положительно коррелирует с параметрами: знание товара (0,27 при $p > 0,05$) и применение различных методов в работе (0,29 при $p > 0,05$). Это означает, что чем выше показатель дипломатичность у продавцов-консультантов в общей выборке, тем выше

параметр знание товара и выше умение применять различные методы в работе.

7. Параметр высокий самоконтроль положительно коррелирует с параметрами: знание техники продаж (0,42 при $p > 0,05$), знание правил торговли (0,27 при $p > 0,05$). Это означает, что чем выше самоконтроль у продавцов-консультантов в общей выборке, тем выше знание техники продаж и выше знание правил торговли.

Таким образом, в результате корреляционного анализа К. Пирсона у продавцов–консультантов в общей выборке было выявлено 18 корреляционных связей ПВК и личностных параметров.

На основе проведенного корреляционного анализа К. Пирсона профессионально-важных качеств и личностных параметров у продавцов-консультантов в общей выборке можно сделать вывод что, чем выше показатели эмоциональной стабильности, смелости и доминантности, тем выше будут показатели знание техники продаж, знание правил торговли, и умение применять различные методы в работе, таким образом именно эти качества продавцов-консультантов можно считать наиболее важными в их структуре личности.

Особенности взаимосвязи личностных параметров и профессионально-важных качеств у продавцов-консультантов мужского пола отображены в Табл. 7 и Приложении 7.

Таблица 7.

Особенности взаимосвязи личностных параметров и профессионально-важных качеств у продавцов-консультантов мужского пола.

Показатели	Экстраверсия	С Эмоциональная стабильность	Е Доминантность	Н Смелость	L Подозрительность	N Дипломатичность	Q1 Радикализм	Q3 Высокий самоконтроль
------------	--------------	------------------------------	-----------------	------------	--------------------	-------------------	---------------	-------------------------

Техника продаж	0,37	0,42	0,48	0,65				0,55
Знание товара					0,43			
Знание правил торговли		0,36		0,57	0,39			0,38
Профессиональный рост		0,39		0,42				
Методы в работе			0,40	0,48	0,37	0,37	0,43	

Итак, как видно из таблицы получены следующие данные:

1. Показатель экстраверсия положительно коррелирует с показателем техника продаж (0,27 при $p > 0,05$). Таким образом, чем выше показатель экстраверсии у продавцов-консультантов мужского пола, тем выше показатель техники продаж.

2. Параметр эмоциональной стабильности показал положительную корреляционную связь с показателями: знание техники продаж (0,42 при $p > 0,05$), знание правил торговли (0,36 при $p > 0,05$), нацеленность на профессиональный рост (0,39 при $p > 0,05$). Таким образом, чем выше показатель эмоциональной стабильности у продавцов-консультантов мужского пола, тем выше знания техники продаж, выше знания правил торговли и выше нацеленность на профессиональный рост.

3. Показатель доминантность положительно коррелирует с показателями: техника продаж (0,48 при $p > 0,05$), умение применять различные методы в работе (0,40 при $p > 0,05$). Таким образом, чем выше показатель доминантность у продавцов-консультантов мужского пола, тем выше знания техники продаж и выше умение применять различные методы в работе.

4. Показатель смелость положительно коррелирует с параметрами: техника продаж (0,65 при $p > 0,05$), знание правил торговли (0,57 при $p > 0,05$), профессиональный рост (0,42 при $p > 0,05$), методы в работе (0,48 при $p > 0,05$). Таким образом, чем выше показатель смелости у продавцов-консультантов мужского пола, тем выше показатели техники продаж, выше знания правил торговли, выше нацеленность на профессиональный рост и выше умение применять различные методы в работе с клиентом.

5. Показатель подозрительность положительно коррелирует с показателями: знание товара (0,43 при $p > 0,05$), знание правил торговли (0,39 при $p > 0,05$), методы в работе (0,37 при $p > 0,05$). Таким образом, чем выше показатель подозрительности у продавцов-консультантов мужского пола, тем выше показатели знание техники продаж, выше знания правил торговли и выше умение применять различные методы в работе.

6. Показатель дипломатичность положительно коррелирует с показателем методы в работе (0,37 при $p > 0,05$). Таким образом, чем выше показатель дипломатичности у продавцов-консультантов мужского пола, тем выше умение применять различные методы в работе.

7. Показатель радикализм положительно коррелирует с показателем методы в работе (0,43 при $p > 0,05$). Таким образом, чем выше показатель радикализма у продавцов-консультантов мужского пола, тем выше умение применять различные методы в работе.

8. Параметр высокий самоконтроль показал положительную корреляцию с параметрами: техника продаж (0,55 при $p > 0,05$), знание правил торговли (0,38 при $p > 0,05$). Таким образом, чем выше показатель самоконтроля у продавцов-консультантов мужского пола, тем выше знания техники продаж и выше знания правил торговли.

Таким образом, в результате корреляционного анализа К. Пирсона у продавцов–консультантов мужского пола было выявлено 17 корреляционных связей ПВК и личностных параметров.

На основе проведенного корреляционного анализа К. Пирсона профессионально-важных качеств и личностных параметров у продавцов-консультантов мужского пола можно сделать вывод что, чем выше показатели эмоциональной стабильности, смелости и подозрительности, тем выше будут показатели знание техники продаж, знание правил торговли и умение применять различные методы в работе. Таким образом, продавцы-консультанты мужского пола ориентированы на знания правильного взаимодействия с клиентом и хорошо разбираются в товаре.

Особенности взаимосвязи личностных параметров и профессионально-важных качеств у продавцов-консультантов женского пола отображены в Табл. 8 и Приложении 8.

Таблица 8.

Особенности взаимосвязи личностных параметров и профессионально-важных качеств у продавцов-консультантов женского пола.

	Е Доминантность	С Высокая нормативность поведения	Н Смелость
Показатели			
Техника продаж			0,43
Интерес и обучаемость	0,43		
Преодоление трудностей			
Профессиональный рост	0,48	-0,39	
Методы в работе	0,48		

Таким образом, как видно из таблицы получены следующие данные:

1. Параметр доминантность положительно коррелирует с показателями: интерес и обучаемость (0,43 при $p > 0,05$), профессиональный рост (0,48 при $p > 0,05$), методы в работе (0,48 при $p > 0,05$). Таким образом, чем выше показатель доминантности у продавцов-консультантов женского пола, тем выше интерес и обучаемость, выше нацеленность на профессиональный рост и выше умение применять различные методы в работе с клиентами.

2. Показатель высокая нормативность поведения отрицательно коррелирует с показателем профессиональный рост (-0,39 при $p > 0,05$). Таким образом, чем выше показатель нормативности поведения у продавцов-консультантов женского пола, тем ниже нацеленность на профессиональный рост.

3. Показатель смелость положительно коррелирует с параметром знание техники продаж (0,43 при $p > 0,05$). Таким образом, чем выше показатель смелости у продавцов-консультантов женского пола, тем выше знания техники продаж.

Таким образом, в результате корреляционного анализа К. Пирсона у продавцов-консультантов женского пола было выявлено 5 корреляционных связей ПВК и личностных параметров.

На основе проведенного корреляционного анализа К. Пирсона профессионально-важных качеств и личностных параметров у продавцов-консультантов женского пола можно сделать вывод что, у продавцов-консультантов женского пола, чем выше показатель доминантность, тем выше показатели интерес и обучаемость, нацеленность на профессиональный рост и умение применять различные методы в работе с клиентами.

При сравнении корреляционных связей в группах у продавцов-консультантов мужского и женского пола были обнаружены общие взаимосвязи личностных и профессионально-важных качеств характерные для обоих полов. Взаимосвязь параметров смелости и техники продаж (чем выше смелость, тем выше знания техники продаж), а также параметров доминантности и применение различных методов в работе (чем выше показатель доминантности, тем выше умение применять различные методы в работе).

Итак, можно сделать вывод что, выдвинутая нами гипотеза подтвердилась, т.к. у продавцов-консультантов разного пола существуют свойственные им особенности взаимосвязи параметров личности и профессионально-важных качеств.

3.4. Различия в параметрах личности у продавцов-консультантов с различным уровнем выраженности профессионально-важных качеств и полом

С целью выявления различий, по личностным параметрам у продавцов-консультантов в зависимости от их половой принадлежности с разным уровнем сформированности профессионально-важных качеств, был использован Т-критерий для двух независимых групп Ч. Стьюдента.

Статистически сравнивались группы по половому признаку с высоким (Табл. 9), средним (Табл. 10), и низким уровнем сформированности ПВК, а также вся выборка (Табл. 11) результаты отображены в Приложении 9.

Таблица 9.

Значимые различия в личностных параметрах у продавцов-консультантов с учетом пола в группе с высоким уровнем сформированности ПВК.

Показатели	Среднее (мужчины)	Среднее (женщины)	t-value	p
Нейротизм	7,66	12,25	-2,217	0,0424
Фактор G Высокая нормативность поведения	7,44	5,62	2,349	0,0329
Фактор Q3 Высокий самоконтроль	7,88	6,12	2,419	0,0287

При сравнении результатов диагностики с помощью Т-критерия Ч. Стьюдента были обнаружены статистически достоверные различия по следующим параметрам: нейротизм, высокая нормативность поведения и высокий самоконтроль.

Исходя из полученных данных, можно сделать следующие выводы:

1. У продавцов-консультантов мужского пола показатель нейротизма ниже что, говорит об их большей спокойности и эмоциональной устойчивости.

2. Показатель высокая нормативность поведения выше у продавцов мужского пола, можно сделать вывод что, среди продавцов-консультантов с высоким уровнем развития ПВК у мужчин больше развито чувство ответственности и долга.

3. Показатель высокий самоконтроль ниже у продавцов-консультантов женского пола, это говорит о том что, они больше подвержены влиянию настроения.

Следовательно, можно сделать вывод, что в группе с более развитыми профессионально-важными качествами различия по половому признаку проявляется в эмоциональной стабильности и уравновешенности в большей степени у мужчин, чем у женщин. Что вполне ожидаемо и подтверждается рядом исследований (Логвинов, 2014 и др.).

Таблица 10.

Значимые различия в личностных параметрах у продавцов-консультантов с учетом пола в группе со средним уровнем сформированности ПВК.

Показатели	Среднее (мужчины)	Среднее (женщины)	t-value	p
В Интеллект	3,80	6,00	-3,198	0,0045
G Высокая нормативность поведения	5,10	7,08	-3,129	0,0052

При сравнении результатов диагностики с помощью Т-критерия Ч. Стьюдента были обнаружены статистически достоверные различия по следующим параметрам: показатель интеллект и высокая нормативность поведения.

Исходя из полученных данных, можно сделать следующие выводы:

1. В группе со средним уровнем сформированности ПВК показатель интеллекта выше у женщин, чем у мужчин, это говорит о том, что у женщин в этой группе более развито абстрактное мышление и сообразительность.

2. Показатель высокая нормативность поведения выше у продавцов женского пола. Можно сделать вывод что, среди продавцов-консультантов со средним уровнем развития ПВК у женщин больше развито чувство ответственности и долга.

В группе с низким уровнем развития профессионально-важных качеств после проведенного анализа, значимых различий не выявлено. Это говорит о

том, что для таких продавцов консультантов не характерны половые различия, которые присутствуют на более высоких уровнях сформированности ПВК (Приложение 9).

Обратимся далее к значимым различиям по личностным параметрам продавцов-консультантов с учетом половых особенностей во всей выборке.

Таблица 11.

Значимые различия по личностным параметрам продавцов-консультантов с учетом половых особенностей во всей выборке.

Показатели	Среднее (мужчины)	Среднее (женщины)	t-value	p
Нейротизм	8,73	12,70	-3,012	0,0038
В Интеллект	4,46	6,16	-3,531	0,0008

По результатам проведенного анализа по всей выборке для определения различий между продавцами-консультантами разного пола можно сделать следующие выводы:

1. Более высокие значения в параметре нейротизм характерен для представителей женского пола. Это свидетельствует о том, что женщины больше подвержены эмоциональной неустойчивости, более импульсивны, такие данные подтверждаются исследованиями (Панчук, 2014).

2. Показатель уровня интеллекта во всей выборке выше у женщин, это говорит о том что, оперативность мышления и уровень вербальной культуры и эрудиции выше у женщин, чем у мужчин.

Итак, в ходе проведенного анализа личностных параметров у продавцов-консультантов в зависимости от пола, разделенных на три кластера по уровню развития профессионально-важных качеств и в общей выборке можно сделать вывод что, различий меньше чем сходств, следовательно, выдвинутая нами гипотеза подтвердилась частично.

Значимые различия в параметрах личности у продавцов-консультантов разного пола и с разным уровнем развития ПВК проявляются только в показателях нейротизм, высокий самоконтроль, интеллект и нормативность поведения, в то время как остальные параметры не являются значимыми.

Выводы

По результатам анализа данных эмпирического исследования можно сделать следующие выводы:

1. В ходе проведенного анализа личностных параметров у продавцов-консультантов, разделенных на три кластера по уровню развития профессионально-важных качеств можно сделать вывод что, различий меньше чем сходств, следовательно, выдвинутая нами гипотеза подтвердилась частично. Различия в параметрах личности у продавцов-консультантов с разным уровнем развития ПВК проявляются только в параметрах эмоциональной стабильности, доминантности, смелости и подозрительности, в то время как остальные параметры не являются значимыми. Т.е. продавцы-консультанты с высоким уровнем развития ПВК характеризуются такими качествами как эмоциональная стабильность, доминантность, смелость и подозрительность, по сравнению с продавцами с низким уровнем развития ПВК, а продавцы-консультанты со средним уровнем развития ПВК имеют значимые различия в параметре подозрительность по сравнению с продавцами с высоким уровнем развития ПВК.

2. В ходе проведенного анализа особенностей взаимосвязи личностных качеств и профессионально-важных качеств у продавцов-консультантов с разным уровнем сформированности ПВК можно сделать вывод что, выдвинутая нами гипотеза подтвердилась, т.к. в каждой из групп у продавцов-консультантов с разным уровнем сформированности профессионально-важных качеств существуют особенности взаимосвязи личностных параметров и ПВК. Ключевыми параметрами в структуре личности продавцов с высоким уровнем развития ПВК можно считать экстраверсию и напряженность, со средним уровнем развития ПВК - дипломатичность, нонконформизм, самоконтроль и экстраверсию, с низким уровнем - эмоциональная стабильность и доминантность.

3. В ходе проведенного анализа особенностей взаимосвязи личностных качеств и профессионально-важных качеств у продавцов-консультантов с разным уровнем сформированности ПВК и полом можно сделать вывод что, выдвинутая нами гипотеза подтвердилась, т.к. у продавцов-консультантов разного пола существуют свойственные им особенности взаимосвязи параметров личности и профессионально-важных качеств. Так, к примеру, для мужчин наиболее значимыми являются такие качества личности как эмоциональная стабильность, смелость и подозрительность, тогда как для женщин - доминантность.

4. В ходе проведенного анализа выраженности личностных параметров у продавцов-консультантов в зависимости от пола, разделенных на три кластера по уровню развития профессионально-важных качеств и в общей выборке можно сделать вывод что, различий меньше чем сходств, следовательно, выдвинутая нами гипотеза подтвердилась частично. Значимые различия в параметрах личности у продавцов-консультантов разного пола и с разным уровнем развития ПВК проявляются только в показателях нейротизм, самоконтроль, интеллект и нормативность поведения, в то время как остальные параметры не являются значимыми. У продавцов-консультантов мужчин с высоким уровнем развития ПВК более выражены такие качества как нормативность поведения и самоконтроль, в то время как у продавцов-консультантов женщин с высоким уровнем развития ПВК выражен показатель нейротизм. В группе продавцов-консультантов со средним уровнем развития ПВК у женщин выражены такие качества как интеллект и нормативность поведения по сравнению с продавцами мужского пола. У продавцов-консультантов мужчин в группе с низким уровнем развития ПВК менее выражены такие качества как интеллект и нормативность поведения по сравнению с продавцами женщинами с низким уровнем развития профессионально-важных качеств.

Заключение

Данная работы была посвящена изучению параметров личности продавцов-консультантов в связи с выраженностью профессионально-важных качеств и полом.

Нами была изучена литература и различные взгляды авторов на тему профессионально-важных качеств необходимых для овладения профессией продавец-консультант, а также особенности личностных параметров у продавцов-консультантов и в связи с половой принадлежностью.

Нами было проведено исследование, участниками которого стали 60 продавцов-консультантов в возрасте от 18 до 25 лет с опытом работы от 1 до 5 лет, из них 30 женщин и 30 мужчин.

В ходе исследования проводились такие методы статистического анализа как:

1. Кластерный анализ K-means с целью разделения выборки на кластеры по уровню сформированности профессионально-важных качеств.
2. T - критерий для независимых групп Ч. Стьюдента.

С целью выявления различий в параметрах личности у продавцов-консультантов с разным уровнем сформированности профессионально-важных качеств, а также для выявления различий в параметрах личности у продавцов-консультантов мужчин и женщин, и для выявления различий в параметрах личности у продавцов-консультантов мужчин и женщин с разным уровнем сформированности профессионально-важных качеств.

3. Корреляционный анализ.

Для определения взаимосвязей параметров личности и профессионально-важных качеств у продавцов-консультантов с разным уровнем развития профессионально-важных качеств был использован корреляционный анализ Ч. Спирмена.

Для определения взаимосвязей параметров личности и профессионально-важных качеств у продавцов-консультантов с разным полом был использован корреляционный анализ К. Пирсона.

В ходе работы нам удалось: установить различия в параметрах личности у продавцов-консультантов с разным уровнем выраженности профессионально-важных качеств; определить особенности взаимосвязи личностных качеств и профессионально-важных качеств у продавцов-консультантов с разным уровнем сформированности этих качеств; провести сравнительный анализ взаимосвязей параметров личности и профессионально-важных качеств у продавцов-консультантов разного пола; установить различия в параметрах личности у продавцов-консультантов с различным уровнем выраженности профессионально-важных качеств и полом.

В результате проведенного исследования выявлены и описаны личностные особенности и различия продавцов-консультантов с разным уровнем эффективности профессиональной деятельности и половой принадлежностью. Полученные результаты исследования могут использоваться психологами в профотборе, профессиональном консультировании, оценке профессионального развития продавцов-консультантов; также могут послужить основой для построения системы профессионального обучения и развития продавцов-консультантов.

Библиографический список

1. *Абдуллаева, М. М.* К вопросу о психологических критериях оценки профессиональной компетентности [Текст] / М. М. Абдуллаева // Вестник МГЛУ. 2013. №7 (667) С.19-33.
2. *Балашова, Т. Б.* Особенности формирования мотивов профессионального роста продавцов-консультантов [Электронный ресурс] // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2015. – Т. 18. – С. 66–70. Режим доступа: <http://e-koncept.ru/2015/95165.htm>, свободный. – Загл. с экрана (дата обращения: 09.01.2017).
3. *Баранова, Г. Е.* «Подходящие кадры» - ваш основной ресурс [Текст] / Г. Е. Баранова // Ювелирный магазин. - 2013. - № 2. - С. 24-33.
4. *Баскакова, М. Е.* Мужчины и женщины в системе образования [Текст] / М. Е. Баскакова // Вопросы образования. 2013. №1 С.276-303.
5. *Бершедова, Л. И.* Психологическая структура профессиональной компетентности [Текст] / Л. И. Бершедова // Вестник ТГУ. 2012. №12 С.196-199.
6. *Бушина, К. Е.* Особенности проявления доминантности в связи с фактором эмоциональной стабильности [Текст] / К. Е. Бушина, О. С. Виндекер // Психологический вестник Уральского федерального университета. Вып. 10. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2013. — С. 19-29.
7. *Власкина, И. В.* Корреляции профессионально важных качеств и эффективности профессиональной деятельности работников сферы «Человек - Человек» [Текст] / И. В. Власкина // Образование и наука. 2013. №3 С.75-87.
8. *Всемирнова, Ю.В.* Оценка профессиональной компетентности персонала отдела продаж успешности [Текст] / Ю.В. Всемирнова // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Психология, 2012 С. 32-40.

9. *Всемирнова, Ю.В.* Ролевые особенности менеджеров по продажам с разным уровнем профессиональной успешности [Текст] / Ю.В. Всемирнова // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Психология, №45, 2013 С. 45-53.

10. *Головина, А.А.* Психологические особенности общения в диаде «Продавец-покупатель» [Текст] / А.А. Головина // Вестник Тамбовского университета, Серия: гуманитарные науки № 4, том 23, 2012 С. 50-55.

11. *Демидова, И.Ф.* Гендерные аспекты успешности профессиональной деятельности менеджеров по продажам 2016. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://scipro.ru/article/04-03-16>, свободный. – Загл. с экрана (дата обращения: 29.03.2017).

12. *Дмитриев, М. Е.* Исследование профессионально важных качеств персонала организации с внутрифирменными функциями разного уровня [Текст] / М. Е. Дмитриев, А. М. Серёжкин // Вестник Казанского технологического университета. 2013. №4 С.320-323.

13. *Долгова, В. И.* Связь эффективной профессиональной деятельности продавцов-консультантов с индивидуально личностными особенностями [Текст] / В. И. Долгова, Т. Б. Балашова // Научно-методический журнал «Концепт». – 2016. – Т. 7. – С. 66–70.

14. *Дружинин, В. М.* Психология. Учеб. для студ. высш. учеб. завед. [Текст] / В. М. Дружинин – СПб: Питер Ком, 2010. – 561 с.

15. *Жохова, Д.И.* Взаимосвязь индивидуально-психологических особенностей продавцов-консультантов с клиентоориентированной стратегией профессиональной деятельности [Текст] / Д.И. Жохова // Психология и педагогика: методика и проблемы практического применения. 2016. № 49-1. С. 86-90.

16. *Збровский, Г.Е.* Профессиональное образование и рынок труда [Текст] / Г.Е. Збровский, Е.А. Шуклина. - Екатеринбург, 2013. – 99 с.

17. *Зеер, Э. Ф.* Психология профессий [Текст] / Э. Ф. Зеер. - М. : Академический проект, 2005. - 336 с.

18. *Кирикова, З.З.* Профессиограмма как инструмент формирования и уточнения компетенций работника [Текст] / З.З. Кирикова // Высшее образование сегодня. 2015. № 5. С. 30-33.
19. *Климов, Е.А.* Психология профессионального самоопределения [Текст] / Е.А. Климов - М.: Академия, 2004 - 304 с.
20. *Ковалева, И. А.* Особенности гендерного аспекта в профессиональной карьере [Текст] / И. А. Ковалева // Психологические науки: теория и практика: материалы Междунар. науч. конф. (г. Москва, февраль 2012 г.). — М.: Буки-Веди, 2012. — С. 50-52.
21. *Корниенко, А.В.* Личность как фактор профессиональной успешности менеджеров по продажам [Текст] / А.В. Корниенко // Мир культуры, науки, образования, №3, 2014 С. 35-38.
22. *Котлер, Ф.* Основы маркетинга [Текст] / Ф. Котлер; пер. с англ. В. Б. Боброва; общ. ред. Е. М. Пеньковой. - М. : Прогресс, 1991. - 652 с.
23. *Лаврова, Н.А.* Влияние личностных особенностей на успешность профессиональной деятельности в системе «человек – человек» [Текст] / Н.А. Лаврова // Психодиагностика: области применения, проблемы, перспективы развития. / Тезисы московской межвузовской научно-практической конференции под ред. Карелиной М.Ю. М.: МИССО, 2013 г., С. 50-58.
24. *Литвинцева, Н.А.* Психологические аспекты подбора и проверки персонала [Текст] / Н.А. Литвинцева. - М.: Бизнес-школа, 2013. – 400с.
25. *Логвинов, И. Н.* Гендерная психология лидерства: современные исследования и тенденции [Текст] / И. Н. Логвинов // Научный журнал КубГАУ - Scientific Journal of KubSAU. 2014. №97 С.1367-1376.
26. *Панов, А. М.* Гендерный анализ российского рынка труда [Текст] / А. М. Панов // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2014. №3 (33) С.235-247.
27. *Панчук, Е. Ю.* Гендерные особенности профессиональных склонностей [Текст] / Е. Ю. Панчук // Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Философия. Психология. Педагогика. 2014. №2-1 С.79-84.

28. *Прядко, К. В.* Взаимосвязь мотивационных факторов трудовой деятельности и ценностных ориентаций личности работников организации [Текст] / К. В. Прядко // ПНИО. 2015. №3 (15) С.132-139.
29. *Пряжников, М.С.* Профессиональное и личностное самоопределение [Текст] / М.С. Пряжников. – Воронеж, 2009. – 215 с.
30. *Райгородский, Д.Я.* Практическая психодиагностика. Методики и тесты [Текст] / Д.Я. Райгородский. Изд-во: Бахрах-М Год: 2012 – 480 с.
31. *Спивак, В.А.* Организационное поведение и управление персоналом [Текст] / В.А. Спивак. Изд-во: «Питер», 2013. – 416 с.
32. *Ульянова, О. А.* Психологические особенности продавцов-консультантов сетевого маркетинга [Текст] / О. А. Ульянова // Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия: Психология. 2013. №1 С.27-41.
33. *Фонарев, А. Р.* Профессиональная деятельность как смысл жизни и акме профессионала [Текст] / А. Р. Фонарев // Мир психологии. – 2013. – № 2. – С. 104–109.
34. *Ходосевич, А. С.* Гендерные различия в профессиональной направленности личности работников сферы услуг [Текст] / А. С. Ходосевич // Вестник ТГПУ. 2013. №4 С.146-148.
35. *Цаплина, Т. А.* Профессиональное самосознание продавца [Текст] / Т. А. Цаплина // Вестник СамГУ. 2013. №77 С.226-228.
36. *Шабалина, О.В.* Особенности и проблемы гендерных стереотипов [Текст] / О.В. Шабалина // Социум и власть. 2012. № 3 С.45-50.
37. *Шевцова, О.В.* Гендерные аспекты менеджмента [Электронный ресурс] // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2014. № 3. Ч. 2. Режим доступа: <http://ekonomika.snauka.ru/2014/03/4665>, свободный. – Загл. с экрана (дата обращения: 29.03.2017).
38. *Яценко, Е. Ф.* Принятие профессиональной роли у менеджеров по продажам с разной профессиональной успешностью [Текст] / Е. Ф. Яценко, Ю. В. Всемирова // Вестник ЮУрГУ. Серия: Психология. 2012. №6 (265) С.117-121.

39. *Энджел, Д.Ф.* Поведение потребителя [Текст] / Д.Ф. Энджел, Р.Д. Блэкуэлл, П.У. Миниард. СПб «Питер», 1999 г. – 867 с.

40. *Яковлева, А.А.* Профессиограмма продавца-консультанта 10.01.2017 [Электронный ресурс] // Интерактивный портал Государственной службы занятости населения города Севастополя. Режим доступа: <http://sevtrud.ru/professiograms/detail/5276569a-f1b4-4143-bc06-11be341e2df4>, свободный. – Загл. с экрана (дата обращения 15.01.2017).

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ 1.

Исходные данные участников исследования

№	Пол (1 -м; 2 -ж)	Экстраверсия	Нейротизм	Ложь	А Общительность	В Интеллект	С Эмоциональная стабильность	Е Доминантность	Ф Экспрессивность	Г Высокая нормативность поведения	Н Смелость	І Чувствительность	L Подозрительность	М Мечтательность	N Дипломатичность	О Тревожность	Q1 Радикализм	Q2 Нонконформизм	Q3 Высокий самоконтроль	Q4 Напряженность	Технология продаж	Знания товара	Знание правил торговли	Умение планировать и делать акценты	Интерес и обучаемость	Умение преодолевать трудности в работе	Нацеленность на профессиональный рост	Умение применять различные методы в работе	Сумма	Кластер	
1	1	19	4	4	9	6	9	6	7	5	10	10	6	6	2	4	2	3	8	5	3	2	3	3	3	3	3	3	2	22	2
2	1	12	6	3	8	5	7	5	7	5	6	6	7	6	6	4	7	2	9	3	3	3	3	2	2	1	1	2	17	1	
3	1	17	14	2	6	1	5	6	7	4	6	6	5	7	3	7	6	7	4	5	2	2	3	3	2	2	2	2	18	1	
4	1	11	8	2	6	7	9	5	2	6	8	6	5	5	2	4	5	6	7	5	3	2	3	3	3	3	3	3	23	3	
5	1	14	9	2	2	2	4	9	6	4	5	5	10	7	2	8	5	5	5	6	3	3	3	3	3	3	2	2	22	2	
6	1	15	2	4	6	5	8	5	6	6	7	5	5	6	7	4	3	3	7	3	2	2	2	1	3	3	2	1	16	1	
7	1	5	14	3	2	7	5	1	1	3	1	6	2	6	2	9	1	5	7	6	2	2	2	2	3	3	2	1	17	1	
8	1	11	13	3	7	4	3	5	5	7	5	7	7	5	5	8	4	7	9	6	2	2	2	1	1	2	1	1	12	1	
9	2	17	17	2	8	7	7	6	5	5	4	3	8	4	5	9	5	3	4	7	2	2	3	3	3	3	3	2	21	2	
10	2	22	14	3	8	5	5	10	8	6	10	4	9	5	5	4	9	5	5	6	3	3	3	3	3	3	3	2	23	3	
11	2	7	19	2	8	8	6	6	3	6	3	3	6	2	5	7	7	4	7	6	3	3	3	3	2	3	2	3	22	2	
12	2	13	15	4	7	8	3	5	3	8	7	7	5	2	5	9	4	6	9	6	3	3	3	3	2	3	2	3	22	2	
13	2	18	12	1	7	8	5	1	3	8	5	3	8	6	8	6	1	8	5	5	2	3	3	3	2	2	1	2	18	1	
14	2	14	13	2	6	7	8	4	4	9	8	5	9	8	5	5	2	9	8	6	3	3	3	2	2	3	2	2	20	2	
15	2	15	19	1	9	5	7	8	5	5	7	6	8	9	8	2	4	5	7	3	3	3	3	3	3	2	3	3	23	3	
16	2	11	21	2	6	7	4	9	8	7	4	8	9	5	7	8	5	7	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16	1	
17	1	10	5	4	5	5	5	5	7	5	5	5	8	7	4	9	8	5	5	5	2	3	2	3	3	2	3	3	21	2	
18	2	6	5	3	8	8	6	7	4	8	6	6	5	5	5	5	7	8	6	3	3	3	3	3	2	2	2	3	21	2	

19	1	9	7	1	7	7	8	5	5	9	8	8	5	8	6	7	4	9	8	4	3	2	3	3	3	3	3	3	23	3
20	2	14	19	2	4	6	6	8	6	6	6	9	8	9	8	5	5	6	6	5	3	2	3	3	3	3	3	3	23	3
21	2	12	15	2	5	5	7	9	8	5	7	5	7	6	6	8	6	5	7	2	3	3	3	2	3	2	3	3	22	2
22	2	13	16	3	6	8	8	6	6	8	8	7	4	5	7	9	8	8	8	5	3	2	3	3	3	3	3	3	23	3
23	2	19	14	1	8	5	5	5	7	5	5	5	5	8	8	6	6	5	5	8	2	3	2	1	2	2	3	2	17	1
24	1	21	13	3	6	4	7	8	8	4	7	8	6	5	5	5	7	4	7	9	3	2	3	3	2	3	3	3	22	2
25	1	5	7	2	7	5	5	5	5	5	5	9	8	4	7	8	8	5	5	8	2	3	3	3	3	3	3	3	23	3
26	1	5	12	4	8	2	2	4	7	2	2	6	6	5	5	5	5	2	2	7	2	2	2	2	2	2	2	2	16	1
27	2	7	17	2	5	6	1	5	5	6	2	5	7	2	2	4	7	6	4	8	2	2	2	2	2	2	3	2	17	1
28	2	19	18	2	7	8	2	2	2	8	2	8	8	6	1	5	5	8	2	3	2	2	2	2	3	2	3	1	17	1
29	1	15	18	1	5	7	5	6	1	9	5	5	5	8	2	2	2	9	5	3	2	3	2	2	3	2	3	2	19	1
30	2	16	20	4	2	5	4	8	2	5	4	4	7	9	5	6	1	5	4	6	2	3	2	3	3	2	3	3	21	2
31	2	14	21	2	1	5	5	9	5	7	4	5	5	5	4	8	2	5	4	5	2	3	2	3	3	2	3	3	21	2
32	1	13	8	4	2	2	2	5	4	5	1	2	2	8	5	9	5	8	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	16	1
33	1	7	7	1	5	6	3	4	4	8	2	6	1	7	8	5	4	5	3	7	2	2	2	3	3	2	3	2	19	1
34	1	9	11	3	4	3	6	7	5	5	5	8	2	5	6	5	5	5	5	5	3	3	2	2	3	2	2	3	20	2
35	2	14	16	1	7	2	3	5	6	6	2	9	5	9	9	2	6	2	6	2	2	2	2	2	2	2	2	1	15	1
36	2	11	14	2	4	3	3	8	5	9	7	5	4	5	8	1	9	7	9	7	3	3	3	2	3	2	3	3	22	2
37	1	20	15	2	5	2	4	5	6	5	8	7	7	6	9	2	5	8	5	8	3	3	3	2	3	2	3	3	22	2
38	1	15	5	3	8	8	5	8	6	8	8	8	6	6	4	4	4	2	8	4	3	2	3	3	2	2	2	2	19	1
39	1	11	7	2	7	6	8	5	4	5	7	6	6	8	7	4	6	2	8	6	3	3	3	3	2	2	3	3	22	2
40	1	16	18	1	10	4	9	5	10	5	6	7	10	6	5	4	7	3	6	5	2	2	2	3	3	3	3	2	20	2
41	1	14	4	2	6	3	6	10	4	6	9	6	9	7	5	3	10	6	9	6	3	2	2	2	3	2	3	3	20	2
42	1	12	9	3	9	3	9	6	5	7	10	5	8	3	5	6	5	6	8	5	3	3	3	2	3	3	3	3	23	3
43	1	12	6	2	8	5	7	6	7	8	8	6	9	6	7	6	6	6	10	6	3	3	3	2	3	3	3	3	23	3
44	1	18	5	1	8	3	10	10	6	7	10	2	10	1	5	4	7	4	7	6	3	3	3	2	2	2	3	3	21	2
45	1	15	3	3	9	3	9	9	4	5	8	2	9	4	5	5	2	2	7	5	2	2	2	3	3	2	3	2	19	1
46	1	17	8	3	6	1	8	10	6	7	7	8	10	8	8	6	2	1	6	6	3	3	3	3	3	3	2	3	23	3
47	1	13	5	3	8	5	9	9	7	9	10	7	10	5	6	5	8	8	8	6	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3
48	1	17	9	2	9	5	7	8	10	9	9	2	8	6	7	4	2	5	9	6	3	3	3	2	3	3	3	3	23	3

49	1	14	10	2	7	8	4	5	4	7	5	7	10	6	8	8	3	7	10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3
50	2	14	12	2	9	5	5	8	5	5	8	6	10	6	9	6	6	1	6	6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3
51	2	16	4	3	7	5	9	5	6	10	6	9	9	1	10	8	7	6	9	6	3	3	3	2	2	2	2	3	20	2	
52	2	12	3	2	4	4	5	8	3	4	4	5	9	3	5	8	4	8	6	4	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	
53	2	15	10	1	7	8	4	6	3	3	6	6	6	6	7	4	1	8	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	
54	2	12	5	2	5	8	6	7	8	8	6	5	8	6	2	3	4	5	7	4	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	
55	2	18	14	2	7	7	8	9	6	8	6	5	10	7	7	6	1	5	4	7	3	3	3	2	3	2	3	3	22	2	
56	2	8	6	2	7	6	6	9	3	7	8	1	8	3	5	7	7	3	9	4	2	2	2	2	3	2	3	2	18	1	
57	2	9	4	3	7	7	5	6	2	8	8	7	8	3	8	7	4	3	9	7	2	2	2	2	3	2	3	2	18	1	
58	2	10	7	1	5	7	6	7	3	7	8	1	8	1	6	6	6	5	9	4	2	2	2	3	3	2	2	2	18	1	
59	2	17	8	2	9	4	7	8	7	5	8	3	7	5	7	6	7	6	9	4	3	3	3	3	2	2	3	3	22	2	
60	2	15	3	2	7	8	10	5	4	8	7	5	1	3	1	1	7	5	9	2	2	2	2	2	3	3	3	2	19	1	

ПРИЛОЖЕНИЕ 2.

Значимые различия по личностным параметрам продавцов-консультантов с низким (1) и высоким (3) уровнем сформированности профессионально-важных качеств.

	Среднее (группа 1)	Среднее (группа 3)	t-value	p
Экстраверсия	12,38	13,35	-0,733	0,4684
Нейротизм	10,48	9,82	0,374	0,7108
фактор А	6,29	7,00	-1,251	0,2191
фактор В	5,43	5,59	-0,230	0,8195
фактор С	4,81	6,59	-2,591	0,0137
фактор Е	5,33	7,06	-2,577	0,0142
фактор F	4,52	5,59	-1,571	0,1250
фактор G	6,29	6,59	-0,507	0,6152
фактор H	4,86	7,35	-3,361	0,0018
фактор I	5,29	6,24	-1,383	0,1751
фактор L	5,81	7,94	-2,889	0,0065
фактор M	5,43	5,88	-0,698	0,4896
фактор N	5,10	6,29	-1,602	0,1178
фактор O	5,43	5,59	-0,231	0,8184
фактор Q1	4,62	4,94	-0,466	0,6443
фактор Q2	4,95	5,82	-1,152	0,2569
фактор Q3	6,05	7,06	-1,435	0,1599
фактор Q4	4,67	5,06	-0,709	0,4832

Значимые различия по личностным параметрам продавцов-консультантов с низким (1) и средним (2) уровнем сформированности профессионально-важных качеств.

	Среднее (группа 1)	Среднее (группа 2)	t-value	p
Экстраверсия	12,38	14,23	-1,431	0,1599
Нейротизм	10,48	11,64	-0,663	0,5113
фактор А	6,29	6,09	0,298	0,7671
фактор В	5,43	5,00	0,668	0,5077
фактор С	4,81	6,41	-2,383	0,0219
фактор Е	5,33	7,00	-2,617	0,0124
фактор F	4,52	5,50	-1,596	0,1181
фактор G	6,29	6,18	0,189	0,8513
фактор H	4,86	6,45	-2,313	0,0258
фактор I	5,29	5,64	-0,527	0,6014
фактор L	5,81	7,09	-1,785	0,0817
фактор M	5,43	5,32	0,166	0,8687
фактор N	5,10	5,55	-0,663	0,5112
фактор O	5,43	5,73	-0,431	0,6687
фактор Q1	4,62	5,45	-1,209	0,2336
фактор Q2	4,95	5,18	-0,361	0,7202
фактор Q3	6,05	6,59	-0,818	0,4180
фактор Q4	4,67	5,73	-1,991	0,0532

Значимые различия по личностным параметрам продавцов-консультантов со средним (2) и высоким (3) уровнем сформированности профессионально-важных качеств.

	Среднее (группа 2)	Среднее (группа 3)	t-value	p
Экстраверсия	14,23	13,35	0,697	0,4899
Нейротизм	11,64	9,82	1,059	0,2964
фактор А	6,09	7,00	-1,330	0,1917
фактор В	5,00	5,59	-0,943	0,3519
фактор С	6,41	6,59	-0,290	0,7735
фактор Е	7,00	7,06	-0,101	0,9203
фактор F	5,50	5,59	-0,140	0,8897
фактор G	6,18	6,59	-0,707	0,4843
фактор H	6,45	7,35	-1,477	0,1482
фактор I	5,64	6,24	-0,960	0,3434
фактор L	7,09	7,94	-1,279	0,2088
фактор M	5,32	5,88	-0,855	0,3981
фактор N	5,55	6,29	-1,188	0,2425
фактор O	5,73	5,59	0,198	0,8439
фактор Q1	5,45	4,94	0,648	0,5207
фактор Q2	5,18	5,82	-1,001	0,3232
фактор Q3	6,59	7,06	-0,804	0,4267
фактор Q4	5,73	5,06	1,451	0,1552

ПРИЛОЖЕНИЕ 3.

Особенности взаимосвязи личностных параметров и профессионально-важных качеств у продавцов-консультантов в группе с высоким уровнем развития ПВК

Показатели	Экстраверсия	Нейротизм	А Общительность	В Интеллект	С Эмоциональная стабильность	Е Доминантность	Ф Экспрессивность	Г Высокая нормативность поведения	Н Смелость	И Чувствительность	Л Подозрительность	М Мечтательность	Н Дипломатичность	О Тревожность	Q1 Радикализм	Q2 Нонконформизм	Q3 Высокий самоконтроль	Q4 Напряженность
Техника продаж	0,59	0,15	0,00	0,08	0,24	0,31	0,07	0,23	0,33	-0,40	-0,01	0,27	-0,09	-0,32	-0,34	0,09	0,31	-0,58
Знание товара	0,25	-0,32	0,43	-0,42	-0,38	0,35	0,24	-0,21	-0,05	-0,40	0,74	-0,28	0,16	-0,19	-0,14	-0,36	-0,06	0,14
Правила торговли	0,59	0,15	0,00	0,08	0,24	0,31	0,07	0,23	0,33	-0,40	-0,01	0,27	-0,09	-0,32	-0,34	0,09	0,31	-0,58
Планирование и акценты	-0,04	0,18	-0,48	0,31	-0,30	0,11	-0,41	-0,37	-0,43	0,51	-0,10	0,23	-0,01	0,06	0,12	0,03	-0,54	-0,22
Интерес и обучаемость	-0,05	-0,50	0,47	-0,05	0,09	-0,14	-0,05	0,08	0,19	-0,40	-0,01	-0,45	-0,22	0,08	-0,01	-0,02	0,16	0,01
Преодоление трудностей	-0,12	-0,37	-0,23	-0,18	0,24	0,12	0,20	0,12	0,28	-0,06	-0,21	-0,34	-0,32	0,11	0,23	-0,03	-0,32	0,60
Профессиональный рост	-0,26	0,10	0,16	0,61	-0,21	-0,44	-0,05	-0,06	0,05	-0,25	-0,28	-0,30	-0,22	-0,05	0,33	0,55	0,16	-0,19
Методы в работе	-0,62	-0,23	-0,16	0,08	0,24	-0,44	-0,31	0,08	-0,37	0,32	-0,14	0,13	0,17	0,21	-0,45	0,09	0,31	-0,19
Сумма	0,00	-0,37	-0,15	0,29	-0,48	0,05	-0,22	-0,25	-0,35	-0,10	0,36	-0,23	-0,05	0,03	-0,20	0,12	-0,10	-0,33

ПРИЛОЖЕНИЕ 4.

Особенности взаимосвязи личностных параметров и профессионально-важных качеств у продавцов-консультантов в группе со средним уровнем развития ПВК

Показатели	Экстраверсия	Нейротизм	А Общительность	В Интеллект	С Эмоциональная стабильность	Е Доминантность	Ф Экспрессивность	Г Высокая нормативность поведения	Н Смелость	І Чувствительность	Л Подозрительность	М Мечтательность	Н Дипломатичность	О Тревожность	Q1 Радикализм	Q2 Нонконформизм	Q3 Высокий самоконтроль	Q4 Напряженность
Техника продаж	-0,05	-0,45	0,21	-0,06	0,11	0,12	-0,09	0,25	0,54	0,23	-0,13	-0,22	0,27	-0,35	0,19	0,31	0,59	0,05
Знание товара	-0,43	0,04	-0,39	0,06	-0,32	0,00	-0,38	0,37	-0,22	-0,32	-0,18	-0,07	0,33	0,17	-0,16	0,44	-0,06	-0,25
Правила торговли	0,16	-0,17	0,37	0,27	0,18	-0,11	0,00	0,24	0,31	-0,06	0,07	-0,33	0,23	-0,03	-0,01	0,12	0,37	0,16
Планирование и акценты	-0,09	0,16	0,11	0,34	-0,15	-0,20	-0,02	-0,45	-0,39	-0,06	-0,14	0,08	-0,55	0,39	-0,11	-0,45	-0,19	-0,09
Интерес и обучаемость	0,12	0,26	-0,44	-0,39	-0,29	0,25	0,22	-0,34	-0,19	0,08	0,04	0,46	-0,20	-0,06	-0,18	-0,13	-0,54	-0,03
Преодоление трудностей	0,17	0,25	0,29	0,30	0,08	-0,36	0,10	-0,19	-0,08	0,14	0,15	-0,11	-0,52	0,22	-0,18	-0,24	0,07	0,27
Профессиональный рост	0,51	0,10	0,03	-0,31	0,14	0,32	0,40	-0,38	0,27	-0,17	0,17	0,33	0,04	-0,30	0,05	-0,38	-0,15	0,14
Методы в работе	-0,24	-0,06	-0,21	-0,06	-0,27	0,30	-0,26	0,18	-0,04	-0,10	-0,38	-0,22	0,50	-0,07	0,27	0,18	0,12	-0,03
Сумма	0,12	0,13	-0,01	0,09	-0,30	0,15	0,03	-0,26	0,07	-0,14	-0,20	0,00	-0,04	0,02	-0,11	-0,17	0,04	0,14

ПРИЛОЖЕНИЕ 5.

Особенности взаимосвязи личностных параметров и профессионально-важных качеств у продавцов-консультантов в группе с низким уровнем развития ПВК

Показатели	Экстраверсия	Нейротизм	А Общительность	В Интеллект	С Эмоциональная стабильность	Е Доминантность	Ф Экспрессивность	Г Высокая нормативность поведения	Н Смелость	І Чувствительность	Л Подозрительность	М Мечтательность	Н Дипломатичность	О Тревожность	Q1 Радикализм	Q2 Нонконформизм	Q3 Высокий самоконтроль	Q4 Напряженность
Техника продаж	0,08	-0,29	0,31	0,16	0,17	0,17	0,31	0,04	0,28	0,24	0,09	0,09	-0,01	-0,21	0,15	-0,41	0,33	-0,20
Знание товара	0,41	0,17	0,20	0,18	0,15	-0,24	-0,01	0,12	0,08	-0,11	0,09	0,37	0,18	-0,21	-0,16	0,22	-0,01	0,02
Правила торговли	0,35	-0,11	0,26	0,02	0,15	-0,07	0,29	-0,01	0,27	0,10	0,14	0,19	0,03	-0,04	-0,03	-0,04	0,09	-0,11
Планирование и акценты	0,00	-0,16	0,01	0,09	0,08	0,13	-0,17	0,13	0,16	-0,23	0,08	-0,15	-0,04	-0,04	-0,15	-0,03	-0,10	-0,04
Интерес и обучаемость	-0,08	-0,37	-0,16	0,41	0,45	0,04	-0,62	0,25	0,24	-0,31	-0,14	-0,27	-0,20	-0,22	-0,20	-0,13	0,12	-0,17
Преодоление трудностей	-0,05	-0,16	-0,35	0,21	0,31	-0,23	-0,27	-0,04	-0,03	-0,03	-0,48	-0,10	-0,28	-0,04	-0,31	0,05	0,09	-0,08
Профессиональный рост	-0,02	-0,05	0,01	0,20	0,06	0,24	-0,33	0,24	0,05	-0,11	-0,13	-0,18	-0,27	-0,27	0,15	-0,02	-0,18	0,18
Методы в работе	-0,05	-0,21	0,15	0,06	0,15	0,43	0,14	0,09	0,32	-0,42	0,09	-0,26	0,07	-0,04	0,24	-0,01	-0,04	0,20
Сумма	0,13	-0,34	0,06	0,41	0,44	0,18	-0,34	0,29	0,37	-0,32	-0,11	-0,18	-0,20	-0,33	-0,10	-0,08	0,02	-0,03

ПРИЛОЖЕНИЕ 6.

Особенности взаимосвязи личностных параметров и профессионально-важных качеств у продавцов-консультантов в общей выборке

Показатели	Экстраверсия	Нейротизм	А Общительность	В Интеллект	С Эмоциональная стабильность	Е Доминантность	Ф Экспрессивность	Г Высокая нормативность поведения	Н Смелость	И Чувствительность	Л Подозрительность	М Мечтательность	N Дипломатичность	О Тревожность	Q1 Радикализм	Q2 Нонконформизм	Q3 Высокий самоконтроль	Q4 Напряженность
Техника продаж	0,19	-0,18	0,19	0,02	0,36	0,38	0,23	0,14	0,55	0,20	0,25	0,02	0,20	-0,16	0,13	0,10	0,42	0,04
Знание товара	0,14	0,02	0,01	-0,05	0,08	0,21	0,08	0,11	0,19	-0,13	0,30	0,04	0,27	-0,01	-0,05	0,15	0,06	0,09
Знание правил торговли	0,25	-0,10	0,28	0,09	0,34	0,20	0,24	0,11	0,46	0,13	0,31	-0,02	0,22	0,01	0,05	0,12	0,27	0,12
Планирование и акценты	0,03	0,01	0,02	0,19	0,12	0,19	-0,03	-0,13	0,11	0,05	0,15	0,03	-0,07	0,14	-0,02	-0,05	-0,08	0,00
Интерес и обучаемость	0,03	-0,09	-0,17	0,08	0,22	0,22	-0,10	0,02	0,23	-0,03	0,11	0,11	-0,05	-0,10	-0,13	-0,02	-0,03	-0,07
Преодоление трудностей	0,07	-0,06	0,10	0,20	0,30	0,00	0,08	0,01	0,23	0,16	0,12	-0,05	-0,13	0,13	-0,10	0,07	0,17	0,13
Профессиональный рост	0,17	0,01	0,08	0,08	0,21	0,31	0,06	0,01	0,29	-0,05	0,13	0,03	-0,04	-0,20	0,15	0,03	-0,02	0,17
Методы в работе	0,00	-0,07	0,02	-0,01	0,29	0,44	0,14	0,10	0,39	0,02	0,21	-0,07	0,29	0,03	0,17	0,15	0,19	0,19

ПРИЛОЖЕНИЕ 7.

Особенности взаимосвязи личностных параметров и профессионально-важных качеств у продавцов-консультантов мужского пола

Показатели	Экстраверсия	Нейротизм	А Общительность	В Интеллект	С Эмоциональная стабильность	Е Доминантность	Ф Экспрессивность	Г Высокая нормативность поведения	Н Смелость	И Чувствительность	Л Подозрительность	М Мечтательность	N Дипломатичность	О Тревожность	Q1 Радикализм	Q2 Нонконформизм	Q3 Высокий самоконтроль	Q4 Напряженность
Техника продаж	0,37	-0,26	0,20	0,09	0,42	0,48	0,18	0,30	0,65	0,22	0,33	-0,10	0,18	-0,32	0,13	-0,03	0,55	0,06
Знание товара	0,05	-0,02	0,02	-0,07	0,12	0,24	0,10	0,26	0,22	-0,08	0,43	-0,11	0,34	-0,03	0,15	0,09	0,15	0,02
Знание правил торговли	0,35	-0,17	0,29	0,09	0,36	0,29	0,27	0,22	0,57	0,25	0,39	-0,14	0,15	-0,08	0,10	0,00	0,38	0,15
Планирование и акценты	0,06	-0,09	0,10	0,17	0,20	0,17	0,09	-0,03	0,10	0,31	0,18	0,19	-0,10	0,12	0,12	-0,14	-0,13	0,14
Интерес и обучаемость	-0,05	-0,13	-0,06	0,18	0,29	0,04	-0,11	0,20	0,18	0,07	0,13	0,12	0,08	-0,10	-0,16	0,14	0,00	-0,07
Преодоление трудностей	0,07	0,01	0,09	0,19	0,35	0,02	0,13	0,16	0,23	0,25	0,24	-0,06	-0,02	0,22	-0,22	0,11	0,24	0,16
Профессиональный рост	0,18	-0,10	0,27	0,25	0,39	0,16	0,00	0,30	0,42	-0,04	0,24	-0,11	0,12	-0,27	0,15	0,22	0,08	0,24
Методы в работе	0,14	-0,16	0,20	-0,05	0,32	0,40	0,17	0,27	0,48	0,09	0,37	-0,12	0,37	-0,15	0,43	0,16	0,17	0,28

ПРИЛОЖЕНИЕ 8.

Особенности взаимосвязи личностных параметров и профессионально-важных качеств у продавцов-консультантов женского пола

Показатели	Экстраверсия	Нейротизм	А Общительность	В Интеллект	С Эмоциональная стабильность	Е Доминантность	Ф Экспрессивность	Г Высокая нормативность поведения	Н Смелость	И Чувствительность	Л Подозрительность	М Мечтательность	N Дипломатичность	О Тревожность	Q1 Радикализм	Q2 Нонконформизм	Q3 Высокий самоконтроль	Q4 Напряженность
Техника продаж	0,00	-0,13	0,19	-0,03	0,30	0,30	0,28	-0,01	0,43	0,17	0,15	0,08	0,24	-0,03	0,12	0,26	0,29	0,03
Знание товара	0,23	-0,05	0,02	-0,17	0,10	0,16	0,12	-0,11	0,19	-0,14	0,12	0,19	0,19	-0,01	-0,27	0,19	0,00	0,19
Знание правил торговли	0,14	-0,09	0,28	0,08	0,34	0,10	0,23	-0,03	0,35	0,02	0,22	0,07	0,28	0,08	0,00	0,26	0,17	0,11
Планирование и акценты	-0,02	0,05	-0,07	0,19	0,04	0,20	-0,17	-0,28	0,15	-0,21	0,10	-0,05	-0,05	0,15	-0,17	0,06	-0,02	-0,11
Интерес и обучаемость	0,14	-0,05	-0,30	-0,01	0,13	0,43	-0,10	-0,20	0,29	-0,14	0,08	0,10	-0,17	-0,10	-0,09	-0,21	-0,07	-0,08
Преодоление трудностей	0,09	-0,08	0,11	0,33	0,22	-0,02	0,00	-0,17	0,22	0,03	-0,05	-0,07	-0,21	0,05	0,02	0,04	0,09	0,08
Профессиональный рост	0,15	0,03	-0,15	-0,24	0,01	0,48	0,18	-0,39	0,14	-0,02	-0,05	0,17	-0,23	-0,14	0,13	-0,24	-0,13	0,14
Методы в работе	-0,17	-0,05	-0,20	-0,02	0,29	0,48	0,13	-0,13	0,29	-0,03	-0,01	-0,02	0,21	0,20	-0,10	0,13	0,22	0,14

ПРИЛОЖЕНИЕ 9.

Значимые различия в личностных параметрах у продавцов-консультантов с учетом пола в группе с высоким уровнем сформированности ПВК

	Среднее (мужчины)	Среднее (женщины)	t-value	p
Экстраверсия	12,22	14,63	-1,406	0,1800
Нейротизм	7,67	12,25	-2,217	0,0425
фактор А	7,44	6,50	1,187	0,2537
фактор В	5,11	6,13	-1,082	0,2963
фактор С	7,33	5,75	2,061	0,0571
фактор Е	6,56	7,63	-1,314	0,2087
фактор F	5,67	5,50	0,164	0,8723
фактор G	7,44	5,63	2,350	0,0329
фактор Н	7,78	6,88	1,013	0,3270
фактор I	6,44	6,00	0,500	0,6244
фактор L	8,11	7,75	0,383	0,7069
фактор М	5,67	6,13	-0,512	0,6160
фактор N	6,22	6,38	-0,153	0,8805
фактор O	6,00	5,13	0,909	0,3778
фактор Q1	4,78	5,13	-0,298	0,7700
фактор Q2	5,89	5,75	0,123	0,9034
фактор Q3	7,89	6,13	2,420	0,0287
фактор Q4	5,44	4,63	1,331	0,2032
Техника продаж	2,89	3,00	-0,939	0,3624
Знание товара	2,78	2,75	0,127	0,9009
Знание правил торговли	2,89	3,00	-0,939	0,3624
Планирование и акценты	2,67	3,00	-1,879	0,0799
Интерес и обучаемость	3,00	2,88	1,065	0,3037
Преодоление трудностей	2,89	2,88	0,083	0,9347
Профессиональный рост	2,89	3,00	-0,939	0,3624
Методы в работе	3,00	2,88	1,065	0,3037

Значимые различия в личностных параметрах у продавцов-консультантов с учетом пола в группе со средним уровнем сформированности ПВК

	Среднее (мужчины)	Среднее (женщины)	t-value	p
Экстраверсия	9,10	13,75	-2,050	0,0537
Нейротизм	6,20	6,00	0,189	0,8517
фактор А	15,20	13,42	1,025	0,3178
фактор В	3,80	6,00	-3,199	0,0045
фактор С	6,80	6,08	0,814	0,4251
фактор Е	7,00	7,00	0,000	1,0000
фактор F	6,30	4,83	1,918	0,0695
фактор G	5,10	7,08	-3,129	0,0053
фактор Н	7,20	5,83	1,740	0,0971
фактор I	6,40	5,00	1,673	0,1099
фактор L	7,40	6,83	0,598	0,5568
фактор М	5,80	4,92	0,930	0,3637
фактор N	5,00	6,00	-1,231	0,2326
фактор O	4,80	6,50	-1,807	0,0859
фактор Q1	6,20	4,83	1,275	0,2168
фактор Q2	4,50	5,75	-1,733	0,0985
фактор Q3	6,50	6,67	-0,204	0,8408
фактор Q4	6,10	5,42	1,054	0,3043
Техника продаж	2,80	2,75	0,266	0,7928
Знание товара	2,60	2,92	-1,816	0,0844
Знание правил торговли	2,60	2,83	-1,209	0,2409
Планирование и акценты	2,60	2,58	0,075	0,9406
Интерес и обучаемость	2,70	2,50	0,925	0,3660
Преодоление трудностей	2,40	2,33	0,309	0,7603
Профессиональный рост	2,80	2,58	1,065	0,2996
Методы в работе	2,70	2,83	-0,718	0,4813

Значимые различия в личностных параметрах у продавцов-консультантов с учетом пола в группе с низким уровнем сформированности ПВК

	Среднее (мужчины)	Среднее (женщины)	t-value	p
Экстраверсия	11,82	13,00	-0,607	0,5512
Нейротизм	9,27	11,80	-0,998	0,3307
фактор А	6,00	6,60	-0,746	0,4649
фактор В	4,55	6,40	-2,005	0,0594
фактор С	4,91	4,70	0,198	0,8452
фактор Е	5,27	5,40	-0,124	0,9025
фактор F	4,73	4,30	0,454	0,6552
фактор G	5,64	7,00	-1,778	0,0914
фактор H	4,64	5,10	-0,403	0,6911
фактор I	5,36	5,20	0,157	0,8769
фактор L	5,00	6,70	-1,602	0,1257
фактор M	6,18	4,60	1,786	0,0900
фактор N	4,73	5,50	-0,696	0,4949
фактор O	5,64	5,20	0,439	0,6653
фактор Q1	3,91	5,40	-1,869	0,0771
фактор Q2	4,73	5,20	-0,446	0,6606
фактор Q3	5,91	6,20	-0,264	0,7943
фактор Q4	4,82	4,50	0,364	0,7200
Техника продаж	2,18	2,00	1,418	0,1724
Знание товара	2,18	2,20	-0,101	0,9207
Знание правил торговли	2,27	2,10	0,982	0,3386
Планирование и акценты	2,18	2,10	0,279	0,7830
Интерес и обучаемость	2,36	2,50	-0,513	0,6142
Преодоление трудностей	2,09	2,10	-0,046	0,9634
Профессиональный рост	2,09	2,50	-1,330	0,1991
Методы в работе	1,73	1,80	-0,373	0,7132

Значимые различия по личностным параметрам продавцов-консультантов с учетом половых особенностей во всей выборке

	Среднее (мужчины)	Среднее (женщины)	t-value	p
Экстраверсия	13,07	13,60	-0,504	0,6163
Нейротизм	8,73	12,70	-3,013	0,0038
фактор А	6,50	6,33	0,317	0,7522
фактор В	4,47	6,17	-3,531	0,0008
фактор С	6,27	5,53	1,299	0,1991
фактор Е	6,23	6,63	-0,728	0,4693
фактор F	5,53	4,83	1,339	0,1857
фактор G	6,00	6,67	-1,463	0,1489
фактор H	6,43	5,87	0,933	0,3546
фактор I	6,03	5,33	1,312	0,1947
фактор L	6,73	7,03	-0,489	0,6264
фактор M	5,90	5,13	1,459	0,1499
фактор N	5,27	5,93	-1,189	0,2395
фактор O	5,47	5,70	-0,416	0,6790
фактор Q1	4,93	5,10	-0,282	0,7792
фактор Q2	5,00	5,57	-1,034	0,3055
фактор Q3	6,70	6,37	0,623	0,5359
фактор Q4	5,43	4,90	1,243	0,2187
Техника продаж	2,60	2,57	0,258	0,7976
Знание товара	2,50	2,63	-1,034	0,3054
Знание правил торговли	2,60	2,63	-0,261	0,7948
Планирование и акценты	2,47	2,53	-0,430	0,6689
Интерес и обучаемость	2,67	2,63	0,249	0,8045
Преодоление трудностей	2,47	2,40	0,482	0,6319
Профессиональный рост	2,57	2,67	-0,659	0,5125
Методы в работе	2,43	2,50	-0,394	0,6948