

ՎԱՃԱՌՈՂԻ ՄԱՍՆԱԳԻՏԱԿԱՆ ՀՈԳԵԲԱՆԱԿԱՆ ԱՌԱՆՁՆԱՀԱՏԿՈՒՅԹՅՈՒՆՆԵՐԻ
ՀՈԳԵԲԱՆԱԿԱՆ ՎԵՐԼՈՒԾՈՒԹՅՈՒՆԸ ՑԱՆՑԱՅԻՆ ՄԱՐՔԵԹԻՆԳՈՒՄ

Ն.Ա. Աղասյան

Երևանի Մ. Հերացու անվան պետական բժշկական համալսարան, Երևան, ՀՀ

Սույն հոդվածի շրջանակներում իրականացվել է ցանցային մարքեթինգի վաճառողների հոգեբանական առանձնահատկությունների փորձարարական վերլուծությունը: Վերլուծության ընթացքում կիրառել ենք թեստավորման մեթոդը մասնավորապես՝ Կետտելի անձնային գործոնների, Հոլլի Հուզական Ինտելեկտի Զ.Ռոտտերի Անձի սուբյեկտիվ վերահսկողության լոկուսի բացայայտման վերաբերյալ թեստը: Հետազոտության արդյունքներով բացահայտվել են հիմնական անձնային և հուզական առանձնահատկությունները, որոնք կարող են նպաստել մասնագիտական ընտրության և մասնագիտական հոգեբանական որակների զարգացման հիմնախնդիրների լուծմանը:

Հանգուցային բառեր. հոգեբանական դիմանկար, ցանցային մարքեթինգ, մասնագիտական ընտրություն, վաճառքի խորհրդատու

ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ПОРТРЕТА ДИСТРИБЬЮТОРОВ
СЕТЕВОГО МАРКЕТИНГ

Н.А. Агасян

Ереванский государственный медицинский университет им. Мхитара Гераци, Ереван, РА

В этой статье был проведен экспериментальный анализ психологического портрета дистрибьюторов сетевого маркетинга. Во время исследования мы использовали метод тестирования, в частности методику Диагностика Эмоционального Интеллекта Н.Холла, Многофакторный личностный опросник Р. Кеттелла Тест- опросник уровня субъективного контроля (УСК) Дж. Роттера. Результаты исследования привели к установлению основных личностных психологических особенностей: эмоциональных, личностных, поведенческих, которые могут способствовать решению вопросов профессионального выбора и профессионального психологического развития дистрибьюторов.

Ключевые слова: психологический портрет, сетевой маркетинг, профессиональный выбор, консультант по продажам

PSYCHOLOGICAL ANALYSIS OF SELLER PROFESSIONAL PSYCHOLOGICAL PECULIARITIES
IN NETWORK MARKETING

N.A. Aghasyan

Yerevan State Medical University after M. Heratsi, Yerevan, RA

The aim of our research was experimental analysis of the psychological peculiarities of network marketing distributors. We have used testing method particularly N.Holl's Emotional Intelligence Test, J.Rotter's Locus of control test, and R. Cattell's Personality Test. The results of the study have revealed the main personal psychological peculiarities, emotional, personal, behavioral, which can contribute to the solution of the professional choice and professional psychological development issues.

Keywords: psychological portrait, network marketing, professional choice, sales consultant



Արդի աշխարհում, շուկայական հարաբերությունների զարգացման համատեքստում, առավել կարևորվում է մասնագիտական գործունեությունը և մասնագետների ընտրության հիմնախնդիրը: Առավել հետաքրքրական են դառնում այն հետազոտությունները, որոնք վերաբերում են կոնկրետ մասնագիտությունների կողմից ներկայացվող պահանջներին և վերջինիս հիման վրա իրականացվող հոգեբանական դիմանկարի ստեղծման ուղղությամբ: Այս հիմնախնդիրը մեր իրականության մեջ բավականին ուսումնասիրված է այնպիսի հեղինակների կողմից ինչպիսիք են՝ Վ. Ադուգումյան, Ն.Մ. Ավանեսյան, Լ.Ն. Պետրոսյան [1, 2, 3, 4, 5, 6]: Ցանցային մարքեթինգի ոլորտը, չնայած իր տարածվածությանը մեր իրականության մեջ, դեռևս բավականին ուսումնասիրված չէ հայ հոգեբանների կողմից, թե՛ հոգեբանական ազդեցությունների կիրառման, թե՛ ոլորտի մասնագետների հոգեբանական որակների և մասնագիտական պատրաստման տեսանկյունից: Մեր հոդվածի շրջանակներում կներկայացնենք լայնածավալ հետազոտության արդյունքների այն հատվածը, որը վերաբերում է կոնկրետ դիստրիբյուտորների (վաճառքի խորհրդատուների) հոգեբանական առանձնահատկությունների բացահայտմանը: Հետազոտությունը իրականացրել ենք ցանցային մարքեթինգի Ֆաբերիք, Օրիֆլեյմ և Ֆրեդերիկ ընկերություններում աշխատող 30 դիստրիբյուտորների հետ՝ հետազոտելով վերջիններիս անձնային առանձնահատկությունները, հուզական ինտելեկտը և վարքի վերահսկման լոկուսը (էքստեռնալ և ինտեռնալ): Ցանցային մարքեթինգը ունի իր յուրահատկությունները, այստեղ մարդ-մարդ փոխազդեցության բարդ հոգեբանական մեխանիզմների ներքո է իրականանում վաճառքի գործընթացը: Այն առավել կարևոր է դարձնում վաճառողի ինչպես մասնագիտական, այնպես էլ անձնային հոգեբանական առանձնահատկությունների դրսևորումը վաճառքի գործընթացի արդյունավետության ապահովման հա

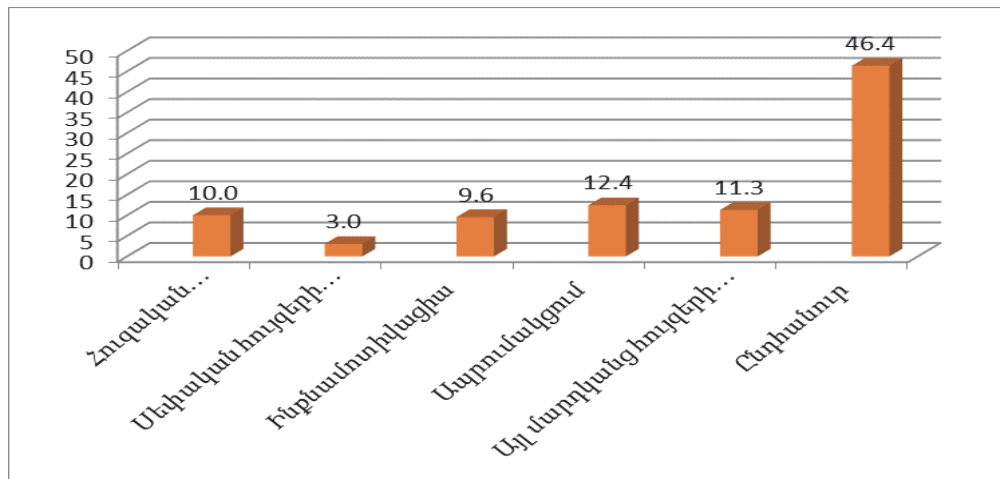
մար: Քանի որ տվյալ մասնագիտության մեջ բավականին ուսումնասիրված է անձի մոտիվացիոն ոլորտը մեր հետազոտության շրջանակներում առավել ուշադրություն ենք դարձրել վաճառողի անձնային գործոնների, հուզական ոլորտի և վարքի վերահսկման լոկուսի դրսևորման առանձնահատկություններին: Ստորև ներկայացված են մեր հետազոտության արդյունքների վերլուծությունը:

ԱՆՉՆԱՅԻՆ ԳՈՐԾՈՆՆԵՐԻ ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅԱՆ ԱՐԴՅՈՒՆՔՆԵՐԻ ՎԵՐԼՈՒԾՈՒԹՅՈՒՆ ԿԱՃԱՌՈՂՆԵՐԻ ՄՈՏ

Փորձարարական խմբերի հոգեբանական առանձնահատկությունները ուսումնասիրելու համար կիրառել ենք Կետտելի անձնային գործոնների բացահայտման մեթոդը [7]: Թեստի արդյունքների վերլուծությունը թույլ է տվել դուրս բերել հետևյալ տվյալները: Ցանցային մարքեթինգի վաճառողներին բնորոշ են՝

- շփվողականությունը
- զսպվածությունը
- բարեխղճությունը
- համարձակությունը
- վարքի հսկողությունը
- համարժեք ինքնագնահատականը:

Վերը նշված հատկանիշները այն առավել արտահայտված անձնային գործոններն են, որոնք բնորոշում են այս ոլորտի վաճառողներին: Շփվողականությունը անհրժեշտ հատկանիշ է սպառողի հետ փոխազդեցությունն առավել արդյունավետ կազմակերպելու համար, զսպվածությունը բնորոշում է վարքի վերահսկման հմտությունների տիրապետումը, ինչպես նաև հուզական կառավարելիությունը, որը կարևոր է մարքեթինգային կոմունիկացիաների հաջող ընթացքի համար: Բարեխղճությունը այն կարևոր անձնային հատկանիշն է, որը կարևոր է յուրաքանչյուր տիպի մասնագիտական գործունեության իրականացման համար, իսկ այս ոլորտում անհրաժեշտ է սպառողների վառ արտահայտված թերահավատությունը վաճառքի տվյալ ոլորտի նկատմամբ հաղթահարելու համար:



Գծանկար 1. Վաճառողների հուզական ինտելեկտի միջին ցուցանիշները

Համարձակությունը այս պարագայում կարևոր է արագ որոշումներ կայացնելու և անընդհատ ռիսկային իրավիճակները հաղթահարելու համար և, վերջապես, համարժեք ինքնագնահատականը օգնում է յուրաքանչյուր ոլորտի մասնագետին համապատասխանաբար գնահատել իր կարողությունները և անընդհատ աշխատել անձնային և մասնագիտական աճ գրանցելու ուղղությամբ:

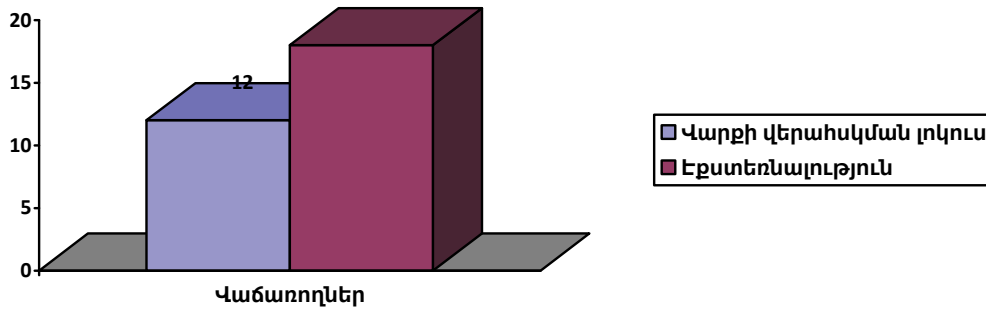
Այժմ դիտարկենք վաճառողների հուզական ինտելեկտի հետազոտության արդյունքները [3]: Հուզական ինտելեկտի միջին ցուցանիշները ներկայացված են գծանկարի տեսքով:

Այսպիսով, վաճառողներին բնորոշ են հուզական տեղեկացվածության համեմատաբար բարձր ցուցանիշ, (այս հատկանիշը օգնում է ճանաչել մարդու հույզերը և գործել ըստ սպառողի հուզական դրսևորումների), առավել արտահայտված են ապրումակցման ցուցանիշները (այս մասնագիտության տեր անձանց համար կարևոր է սպառողի հուզական վիճակի մեջ մտնելու, ինչպես նաև վերջինիս հույզերի վրա համապատասխան ազդեցություն ունենալու կարողությունը): Համեմատաբար բարձր են նաև ինքնամոտիվացիայի ցուցանիշները, որոնք նպաստում են մասնագիտական գործունեության կազմակերպման և հաջող իրականացմանը: Առավել ցածր են սեփա-

կան հույզերը կառավարելու ցուցանիշները, որոնք խոսում է այն մասին, որ անձի հուզական ոլորտի զարգացման բարձրագույն մակարդակն ի վերջո սեփական հուզական կառավարելությունն է, որը այս պարագայում ունի զարգացման կարիք: Ուսումնասիրելով հիմնականում միջին օղակի վաճառողներին, ենթադրվում է, որ տվյալ ոլորտում մասնագիտական աճին զուգընթաց իրականանում է նաև հուզական ոլորտի զարգացում: Հետագայում կարևորվում է նաև համեմատական վերլուծության ենթարկումը միջին և առավել բարձր օղակի վաճառքի մասնագետների հատկապես հուզական ինտելեկտի ցուցանիշերի՝ պարզելու տվյալ ոլորտի փոխկապվածությունը մասնագիտական աճի հետ:

Եվ վերջում, դիտարկվում է վարքի վերահսկման լոկուսի հետազոտման արդյունքները վաճառողների մոտ:

Ինչպես երևում է գծապատկերից, վաճառողների մեծամասնությունն ինտեռնալներ են, էքստեռնալներն ավելի փոքրաթիվ են: Ինտեռնալներն առանձնանում են սոցիալական պատասխանատվության բարձր զգացումով, կյանքի իմաստի և կենսական նպատակների բարձր գիտակցմամբ: Նրանց մեջ ուժեղ են արտահայտված շփվելու կարողությունը, շիտակությունը, անկեղծությունը, սեփական «Ես»-ի ընդունումը, ինքնավերահսկումը և հուզական կալուսությունը:



Չժապատկեր 2. Վարքի էքստեռնալության լոկուս

Նրանք ունակ են հանուն երկարաժամկետ նպատակների հետաձգելու տվյալ պահին բավարարություն ստանալու հակումը, սթրեսային իրավիճակներում և խմբային ճնշման պայմաններում դրսևորում են բարձր դիմացկունություն և տոկունություն, ըստ այդմ ինտեռնալությունը զուգորդվում է ինքնուրույնության հետ: Ինտեռնալներին բնորոշ է պատասխանատվության առավել բարձր մակարդակ մասնագիտական պարտականությունները կատարելիս, սակայն առկա է նաև իրական բարդ կախվածության վտանգ՝ զրկվելով ինքնակազմակերպման և ինքնավերահսկման հնարավորությունից, ավելի վատ են աշխատում, քան էքստեռնալները: Ուստի անհրաժեշտ է հաշվի առնել մարդկանց անհատական առանձնահատկությունները և անձի գործունեությունը (աշխատանքային, գիտական, ուսումնական, մանկավարժական) արդյունավետ դարձնելու համար փնտրել ու գտնել տարբերակված միջոցներ: Ինտեռնալ հսկողությամբ անձինք ավելի ակտիվ են, անկախ, աշխատանքի մեջ ինքնուրույն, ունեն

Դրական ինքնագնահատական, որը կապված է արտահայտված ինքնավստահության հետ և այլ մարդկանց նկատմամբ համբերատարության հետ: Այսպիսով, յուրաքանչյուր անձի ինտեռնալության աստիճանը կախված է իր զարգացման և անձնային աճի նկատմամբ վերաբերմունքից:

Եզրակացություն

Ցանցային մարքեթինգի վաճառողներին՝ դիստրիբյուտորներին բնորոշ հիմնական առանձնահատկություններն են՝ շփվողականությունը, բարեխղճությունը, զսպվածությունը, հուզական տեղեկացվածությունը, վարքի վերահսկման ներքին լոկուսը (ինտեռնալությունը), համարձակությունը, ինքնամոտիվացիան, այլ մարդկանց հույզերի ճանաչումը:

Հուզական ինտելեկտի ընդհանուր ցուցանիշը գտնվում է միջին մակարդակում, որը ունի զարգացման միտում, քանի որ ըստ հետազոտությունների ընդհանրական պատկերի հանդիսանում է վաճառքի գործընթացի արդյունավետության ապահովման կարևոր գործոն:

Գրականության ցանկ

1. Ավանեսյան Հ. Մասնագիտական գործունեության նոր պայմաններին անձի հարմարման հիմնախնդրի ուսումնասիրման մոտեցումների վերլուծություն Տեսական և կիրառական հոգեբանության արդի հիմնախնդիրները 5 միջազգային գիտաժողովի նյութեր Երևան, 2015, 686 էջ, Էդիթ Պրինտ
2. Աղուզումցյան Ռ. Կառավարիչների գործունեության կադրային քաղաքականության հոգեբանական աջակցության համակարգ մշակելու մասին: Հանրային կառավարում Գիտական հանդես 3-4/201



3. Աղուզումյան Ռ.Վ., Պետրոսյան Լ.Հ., Պողոսյան Ս.Հ., Խաչատրյան Ա.Ռ., Կառավարիչների հոգեբանական ընտրության գործընթացի առանձնահատկությունները, Կոլեկտիվ մենագրություն Եր. 2016., 208 էջ
4. Պետրոսյան Լ. Մասնագիտական և հոգեբանական որակների բնութագրերը պետական ծառայության համակարգում Տեսական և կիրառական հոգեբանության արդի հիմնախնդիրները 5 միջազգային գիտաժողովի նյութեր Երևան 2015 ,686 էջ Էդիթ Պրինտ
5. Агузумян Р.В Психологические особенности профессиональной деятельности. Социальный мир человека вып.6. Материалы 6 международной конференции Человек и мир: под ред. Н.И Леонова Ижевск , 2016
6. Климов Е.А. Введение в психологию труда.-М., 1988. 200 с.
7. Райгородский Д. Я., Практическая психодиагностика, методика и тесты, Издательский: Дом «БАХРАХ-М» Самара 2001, 664 с.

ՏԵՂԵԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ ՀԵՂԻՆԱԿԻ ՄԱՍԻՆ

Աղասյան Նունե Արամի

Երևանի Միխոթար Հերացու անվան պետական բժշկական համալսարան,
Երևան, ՀՀ

Հեռ. +37494828636

Էլ.փոստ agasnun@yahoo.com