

МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

Тема:

Особистісні якості як передумова ефективної діяльності
дистриб'ютора

Виконала: студентка групи БПд-2

Овчарук Лариса Василівна

Перевірила: к.психол.н., доцент

Моначин Інна Леонідівна

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ I Теоретичні засади вивчення особистісних якостей як передумова ефективної діяльності дистриб'ютора.....	7
1.1. Основні підходи до вивчення особистісних якостей людини в психології	7
1.2. Моделі розуміння співвідношення особистісних якостей та ефективної діяльності в процесі становлення професіонала	17
1.3. Сучасні підходи формування ефективної діяльності дистриб'ютора.....	22
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ I	26
РОЗДІЛ II Експериментальне дослідження особистісних якостей як передумова ефективної діяльності дистриб'ютора	28
2.1. Організація та методи дослідження особистісних якостей фахівців.....	28
2.2. Вивчення особистісних якостей дистриб'юторів та консультантів для їх успішної діяльності.....	33
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ II.....	44
РОЗДІЛ III Розробка та проведення тренінгової програми розвитку особистісних якостей для ефективної діяльності дистриб'юторів.....	47
3.1. Організація тренінгової роботи для вдосконалення особистісних якостей дистриб'юторів та консультантів.....	47
3.2. Оцінка ефективності розробленої програми «Формування особистісних якостей консультантів для їх успішної діяльності».	51
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ III.....	61
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	62
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	66
ДОДАТКИ.....	70

ВСТУП

Актуальність теми. Зміни, що відбуваються сьогодні у різних сферах життєдіяльності, зумовлюють зростання інтересу вчених до питань особистісних якостей людини, як суб'єкта діяльності. Професійна діяльність є невід'ємною частиною способу життя людини та її особистісного розвитку. На сьогодні все актуальнішими стають вимоги до нових професій, особливий акцент зроблено в системі «людина – людина» до якої і належить професія дистриб'ютора. Будь-яка професія залишає слід, наносить відбиток та змінює поведінку особистості. Відтак, систему особистісно-діяльнісних відносин характеризують динамічність та адаптація нових компонентів.

Ступінь і особливості проявів особистісних якостей людини, стає актуальним та набуває більшого значення у професійному рості та становленні дистриб'ютора, визначаючи не лише важливість та інтенсивність його зусиль, але й вектор та напрям саморозвитку. Цілий спектр практичних питань оптимізації фахової підготовки дистриб'юторів найбільш успішно вирішується при вивченні особистісних якостей індивіда та в процесі формування системних зв'язків в середині цілісності психіки особистості. Відтак, в систему нашого наукового дослідження покладено розуміння особистісних якостей індивіда, що є передумовою ефективної діяльності майбутнього професіонала в системі «людина-людина» в процесі якого відбуваються зміни та розвиток.

Аналіз літератури психологічних джерел показав, що в сучасній вітчизняній психології є багато досліджень, що аналізують вивчення різноманітних психологічних аспектів професійної діяльності та професійному становленню особистості в системі роботи з людьми.

В працях С. Геллерштейна, Г. Мюнстенберга, М. Грінвуда, Х. Вуде, К. К. Платонова представлено вплив індивідуальних якостей людини на безпеку її діяльності. Вплив особистісних та індивідуально-психологічних якостей людини на її активність розглядали у своїх працях С. Д. Максименко, Г. В. Ложкін, В. А. Роменець, Л. М. Мітіна, Т. М. Титаренко,

Є. В. Позднишев, Н. Ю. Волянчук, С. І. Болтівець, і також вплив особистісних характеристик на професійне становлення розкрито в наукових дослідженнях В. О. Татенко, Я. Л. Коломінський, О. І. Бондарчук, П. В. Лушин, Л. М. Карамушка, Ю. М. Швалб, В. А. Семиченко, та ін.

Варто зазначити, що дедалі збільшується кількість теоретичних і емпіричних досліджень функцій, змісту, форм та закономірностей діяльності дистриб'юторів (Л.Я.Дорфман, В.Л.Хайкін). Інтенсивно вивчаються сучасні українські мережеві трудові колективи, взаємодія працівників (М.Армстронг, М.Моріс), MLM-фірми, багаторівневий маркетинг, мережевий маркетинг (Д.Барбер, Беттджер, Дж.Донеллі). У більшості концепцій, в яких досліджуються особистісні якості людини, простежується тенденція до аналізу чи виділення окремих її проявів.

Неоднозначність підходів до вивчення означеної проблеми, її соціальна значущість й недостатній розгляд у психологічній літературі зумовили вибір теми магістерської роботи – «Особистісні якості як передумова ефективної діяльності дистриб'ютора».

Мета дослідження полягала у виявленні особистісних якостей дистриб'юторів для їх ефективної діяльності.

Відповідно до мети ми визначили основні **завдання дослідження**:

1. Здійснити теоретичний огляд наукових доробок на проблему вивчення особистісних якостей дистриб'юторів і визначити міру її розробленості.

2. Проаналізувати та виокремити основні особистісні якості дистриб'ютора, які сприяють його діяльності.

3. З'ясувати взаємопов'язаність особистісних якостей дистриб'юторів із різнорівневими індивідуальними властивостями.

4. Розробити та апробувати тренінгову програму розвитку особистісних якостей дистриб'юторів для ефективної діяльності.

Об'єкт дослідження – структурно-змістові компоненти особистісних якостей дистриб'ютора.

Предмет дослідження – індивідуальні прояви особистісних якостей дистриб'юторів.

Методи дослідження. Для виконання поставлених завдань була зроблена програма, за допомогою якої можна було застосовувати методи, які відповідали предмету дослідження. Зокрема, застосовувались:

- теоретичні методи – аналіз, синтез узагальнення положень психологічної, соціологічної та педагогічної літератури, класифікація, умовисновки, моделювання;
- психодіагностичні методи – Бесіда, опитування, інтерв'ю, анкетування, проєктивний метод «Я-собистісне та Я-професійне», методика М.Рокича «Ціннісні орієнтації», методики В.І.Моросанової «Стиль саморегуляції поведінки», Тест Р.Кеттелла 16PF (форма А).

Для обробки одержаних емпіричних даних було використано методи математичної статистики – перевірка достовірності різниці (критерій χ^2 , t-критерій Стьюдента). Статистична обробка і графічне представлення результатів здійснювалися за допомогою персонального комп'ютера на базі пакета статистичних програм SPSS 10.0.

Експериментальна база дослідження, де відбувалось наше наукове проведення роботи: ТОВ «Мері Кей (Україна) ЛТД» Товариство з обмеженою відповідальністю «Мері Кей (Україна) лімітед»

Теоретико-методологічною основою нашого дослідження є положення теорії систем Л. Берталанфі, теорія інтегральної індивідуальності В.С.Мерліна; теорії функціональних систем П.К.Анохіна; першоджерела психологічних та педагогічних ідей про розвиток психіки особистості в діяльності (Г.С.Костюк, С.Д.Максименко, Л.С.Виготський, Н.В.Чепелева, К.А.Абульханова-Славська, О.М.Леонт'єв, О.Г.Асмолов, Г.В.Ложкін, Н.Ю.Воляннюк, В.О.Татенко, П.В.Лушин та ін.).

Наукова новизна одержаних результатів Розширено та доповнено уявлення про індивідуально-психологічні особливості дистриб'юторів з різним поєднанням їх особистісних якостей.

Теоретична значущість полягає в обґрунтуванні діагностичних прийомів оцінки показників особистісних якостей, які вивчаються в процесі діяльності дистриб'ютора.

Практичне значення одержаних результатів визначається тим, що розроблена програма розвитку особистісних якостей дистриб'юторів для їх ефективної діяльності.

Результати дослідження впроваджено в практику підготовки практичних психологів у Тернопільському національному технічному університеті імені Івана Пулюя.

Апробація результатів. Наше дослідження, а саме теоретичні надбання роботи були презентовані для обговорення на ІХ Міжнародній науково-технічній конференції молодих учених та студентів «Актуальні задачі сучасних технологій», ТНТУ імені Івана Пулюя.

Результати роботи доповідалися автором на розширених засіданнях кафедри психології ТНТУ імені І.Пулюя (2019; 2020 рр.).

Наукові статті: Овчарук Л.В. Вимоги до особистісних якостей дистриб'юторів в період сучасних змін. / Актуальні задачі сучасних технологій . Збірник тез доповідей Том II ІХ Міжнародної науково-технічної конференції молодих учених та студентів 25-26 листопада 2020 р. С 186-187.

Структура та обсяг магістерської роботи. Структура та обсяг наукової роботи зумовлені логікою розв'язання поставленої мети дослідження. Магістерська робота складається із вступу, чотирьох розділів, висновків, додатків та списку використаних джерел. Основний зміст наукового дослідження викладено на 70 сторінках комп'ютерного набору і містить 9 таблиць і 3 рисунки.

РОЗДІЛ І

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ОСОБИСТІСНИХ ЯКОСТЕЙ ЯК ПЕРЕДУМОВА ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДИСТРИБ'ЮТОРА

1.1. Основні підходи до вивчення особистісних якостей людини в психології

На сучасний час особистісний, професійний та соціальний розвиток розглядається як взаємодоповнюючі та взаємозамінні процеси. Необхідне в теперішній час реформування системи освіти пропонує багатоаспектне сприйняття складних, соціальних, психологічних, економічних проблем сучасного суспільства. І в усіх цих аспектах важливе місце займають особистісні якості людини. Прагнення до вдосконалення самого себе до роботи над собою є вірним вектором створення цивілізованого суспільства. І це не є новою ідеєю. Ще древньокитайський філософ Конфуцій писав, що самовдосконалення – прямий шлях до благополуччя, здоров'я і щастя. Оволодіти принципом саморозвитку, самовдосконалення людина може лише в спілкуванні з іншими людьми. У вітчизняній психології встановлено, що розвиток дитини її соціалізація, залежить від того яке місце він займає в системі людських відносин, в системі спілкування. Тільки в процесі спілкування відбувається формування духовних потреб, моральних та естетичних почуттів, професійних інтересів та особистісних якостей загалом.

Все активніше розглядаються професії які спрямовані на перетворення особистості в суб'єкта, що зацікавлений в самопізнанні та зумовлює в подальшому його становлення, як професіонала здатного до побудови своєї діяльності, її змін та розвитку. Колись А. Печчеї [27] сформулював ідею про те, що в основі пошуку досконалої моделі управління, світовим розвитком лежить управління людини самим собою, самоуправління, усвідомлене та осмислене саморегулювання. На його думку, діяльність людини повинна

розглядатися не як технічний засіб виживання людини і людства, а як особливий стиль життя, як саморозвиток та самовдосконалення людини. А заява Ауреліо Печчеї про те, що «...людина постала перед дилемою: або вона змінюється як окрема особистість, як професіонал і як частинка суспільства, або її судилося зникнути з лиця Землі.» – на сучасний час стає все актуальнішим. [27]

Аналіз літератури показав, що розроблені систематизації вивчення особистісних якостей людини базуються на використанні різних принципів та теоретичних підходів та мають неузгодження в термінології. Такі вчені М. Я. Басов, [7] О. Ф. Лазурський, [36] С. Л. Рубінштейн [39] важливою особистісними якостями вважають форму, яка проявляється через діяльність, спілкування, пізнання та рефлексію. Інші вчені, зокрема, В.М.Бехтерев [49], М.В.Бодунов [3], Е.О.Клімов [20], О.Ф.Лазурський [39], Н.С.Лейтес [37], В.С.Мерлін [29], вказують на типи особистості, серед яких вирізняються: фізіологічний, психофізіологічний, психічний і соціальний. В працях таких вчених-дослідників як К.О.Абульханова-Славська [4], О.М.Леонтьєв [18], С.Л.Рубінштейн [39], ми зустрічаємо ще одну одиницю диференціації якостей особистості це вид. За видовими якостями визначають моторну, сенсорну, вольову, інтелектуальну, соціальну, інформаційно-комунікативну, спонукальну, пізнавальну, творчу та інші особистісні характеристики.

Можна проаналізувати визначення особистісних якостей у словниках та психологічній літературі. Щонайменше виокремимо два підходи, а саме: *гносеологічний* в якому якості людини вивчаються в процесі пізнання особистості та вивченні її можливостей. Будь-яке пізнання відрізняється власною логікою в якій дослідник свідомо чи неусвідомлено проходить шлях пізнання від відчуття до виявлення закономірностей. Та *характерологічний* підхід в якому особистісні якості розглядаються та вивчаються як стабільні внутрішні особливості людини, які оцінюються позитивно. Це приємні риси характеру, знання, вміння і навички. Більш широка категорія – риси

особистості, куди включаються як позитивні, так і інші властивості особистості. [38]

Для вивчення особистісних якостей індивіда використовують різні підходи, теорії та погляди наукових шкіл. Залежно від ситуації особа індивідуально сприймає навколишню дійсність, у тому числі й соціальне оточення, яке впливає на її формування. Теорії особистості – це ретельно вивірені припущення та умовиводи про те, що являє собою особистість, які ролі та функції вона виконує в суспільстві. Ці теорії виконують дві функції – пояснення та прогнозування стратегій поведінки. Заразом теорії особистості охоплюють дуже багато «міні-вчень», що наповнює той багаж знань та експериментів, які потім успішно виконує психологія в теоретичних та практичних напрацюваннях. Такі теми складають базу, основи, фундамент та концептуальні підґрунтя теорій особистості, характеризуючи їх наповнення. Важливими ознаками будь-якої теорії особистості є складові тих структурних компонентів, які близькі до особистісних якостей та тих, які люди можуть демонструвати за різних життєвих обставин та ситуацій які виникають у їхній життєдіяльності. Такі компоненти демонструють основну базу підґрунтя людської психіки. Відмітимо, що на сьогодні у вітчизняній психології царює думка про вивчення людини як індивіда, особистості і суб'єкта діяльності. Для нас важливо дослідити якості особистості, які допомагають ефективно організувати роботу дистриб'ютора.

Кожна людина розвиваючись, створюючи певні відносини, здійснюючи комунікації формує персональний стиль у вигляді феномену особистісних якостей. Сформовані якості особистості можуть бути представлені у трьох формах: переконання (раціональне ставлення); стереотип поведінки (звичка); почуття, (переживання, мотив діяльності). Якщо якогось з цих форм в певній якості немає, то відповідне ставлення (і, відповідно, якість особистості) неповна, можливо, воно тільки формується чи знаходиться на початковій стадії. Основною характеристикою особистісної якості – є стійкість: людина проявляє сформовану у неї особистісну якість в звичних та змінних умовах.

Також говорячи про розвиток особистісних якостей у процесі виховання, слід мати на увазі наступні закономірності.

- **Закономірність зворотного впливу.** Тут розуміються психічні особливості і якості, які виникають через адаптацію людини до оточення та навколишнього середовища в результаті закріплення звичного ставлення до того чи іншого явища, тій чи іншій ситуації як відповідь на них. Пізніше вони стають звичкою чи поведкою і стають орієнтирами у дальшому розвитку людини. У результаті виникла якість призводить до нових відносин, якостей та потреб особистості. Щоразу розвиток особистісної якості починається з формування найпростіших її елементів і рис поведінки. Надалі вони наповнюються потребами, почуттями, обростають ритуалами та інтегруються.
- **Закономірність взаємозалежності якостей.** Як правило, кожна особистісна якість пов'язана із спорідненими та близькими за змістом якостями. Можна стверджувати, що автономної, самостійної якості в повному розумінні цього слова не існує. Наприклад, аналізуючи таку якість, як відповідальність, ми обов'язково звернемося до таких якостей, як активність (пасивна особистість не проявляє себе як відповідальна), уважність (її відсутність створює умови для безвідповідальної поведінки), дисциплінованість (навіть чи можна недисципліновану особу вважати відповідальним) тощо.
- **Закономірність генералізації.** Особистість розуміється в психолого-педагогічній науці як деяка цілісна структура, тому в процесі виховання можна відокремити явище, яке вивчається від складових, які наповнюють структуру особистості, але при цьому розуміти справжню належність до системи таких взаємовідносин. Тобто можна спостерігати яку функцію виконує певна якість особистості в системі взаємовідносин людини в суспільстві.

Теоретичний аналіз наукових праць показав, що у зарубіжній та вітчизняній психолого-педагогічній літературі й дотепер існують різні підходи щодо розуміння індивідуально-психологічних якостей людини: діяльнісний (О.М.Леонтьєв, Л.С.Виготський), інтегративний підхід (Б.Г.Ананьєв), інтегральний (В.С.Мерлін), системний (Б.Ф.Ломов, О.І.Крупнов, К.А.Абульханова-Славська). «Діяльнісний підхід» в психології щонайменше розуміють у двох значеннях: у колосальному розумінні як методологічний шлях досліджень, в підвалини яких внесена категорія матеріальної діяльності, у вузькому – в працях О.М.Леонтьєва, як робота та складові психічного відображення в ході діяльності індивідів. Розробив діяльнісний підхід Л. С. Виготський у культурно-історичній концепції психічного розвитку людини, він аргументував поняття «вищі психічні функції» (логічна пам'ять, розумне мовлення, мислення в поняттях) як виключно-людські, притаманні людині через соціум форми психіки. [9,11,12]

Інтегративний підхід дає можливість підсилювати професійну мотивацію, стимулює розвиток творчого потенціалу, дає можливість використовувати особистісні якості та ресурси в досягненні успіху в професійній діяльності.

Особистісні якості відіграють особливу роль в успішності професії. Так, скажімо, можна проаналізувати основні підходи вивчення особистості в психології за допомогою характерологічних тенденцій та рис особистості в різних психологічних напрямках та підходах.

Таблиця 1.1.

Основні підходи вивчення особистісних якостей в психології.

Теорії вивчення особистості	Суть та характеристика теорій
Теорія типів особистості Г.Айзенка	Виокремив не лише риси, але й три біполярних суперфактори: <ul style="list-style-type: none"> • Екстраверсія – інтроверсія • Нейротизм – стабільність • Психотизм - суперего
Диспозиційна теорія особистості Г.Олпорта	Кожна людина неповторна, індивідуальна і є носієм поєднання якостей, потреб, які автор називав – рисами.

Структурна теорія рис особистості Раймонда Кеттела	Вчений визначив основні структури, які визначають особистість.
Теорія особистісних конструктів Дж.Келлі	Структура особистості розглядалася як індивідуально-своєрідна ієрархія конструктів
Модель великої п'ятірки	5 рис, які створюють базу для визначення рис особистості
Теорія поля К.Левіна	Метод аналізу життєвого простору кожної людини, так і групи людей

Із таблиці 1.1. бачимо, що особистісні якості включені у структурні показники психологічних теорій вивчення людини. Так і в сучасних запитах до дистриб'юторських посада теж є вимоги, щодо оволодіння тими якостями, які будуть сприяти успішній діяльності дистриб'ютора.

Велику увагу заслуговує теорія Айзенка, в якій автор довів та за її допомогою продемонстрував головні, на його думку, питання, що торкаються знань про особистість. Цікавим є те, що не виокремлювалися риси, як основні орієнтири розвитку особистості, а вирізнялися суперфактори:

Перший СФ: екстра – та інтроверсії;

Другий СФ: стабільність – нейротизм;

Третій СФ: суперЕго – Психотизм

Кожен із суперфакторів розуміється та може представлятися окремими характеристиками, які здатні об'єднуватися у різні модифікації та давати особистісні якості, які впливатимуть на життєдіяльність та спосіб життя досліджуваних-дистриб'юторів: перший СФ включає полярні характеристики імпульсивності – пасивності; Другий СФ характеризується переживанням, тривогою, звичками з однієї сторони та байдужістю – з іншої. Третій СФ антисоціальною поведінкою – вмінням співпрацювати з іншими. Для нас важливі дослідження Ганса Айзенка в тому, що ми можемо вивчити та проаналізувати інтро- та екстравертів їх схильності до діяльності за власним вибором. Саме це з'ясовує нам дану характеристику для роботи дистриб'юторів, що є важливим виміром досліджуваних й визначає багато варіантів їх поведінки у соціумі. [1]

Диспозиційна теорія Олпорта стверджує, що людина повинна весь час встановлювати розвивати нові стосунки. Також він наголошує, на неповторності та індивідуальності особистості, бо людина є унікальною в поєднанні якостей, ознак, потреб, які Олпорт називає рисами. Його розуміння особистісних рис – є здатністю поводитися відповідно (диспозиційно) за певним, набутим зразком. І навіть, якщо життєві ситуації змінюються, але особистісні якості та моделі закарбовуються в поведінці. [1]

Р. Кеттел мріяв у своїх наукових розвідках дізнатися про те, як окрема особистість обирає власну поведінку в усіх типових та соціальних ситуаціях у своїй життєдіяльності. Раймонд Кеттелл створив схему властивостей, з а допомогою яких почав визначати нормальні та аномальні компоненти особистісних рис. Його довершеним запитанням було: вимір динаміки особистості і пошук рис, які можуть змотивувати. Власне це дає можливість успішно віщувати поведінку даної персони. [52]

Моделі п'яти чинників — або, як її частіше називають, моделі великої п'ятірки. Цими чинниками великої п'ятірки є: *Екстравертність* – вказує на ступінь товарищескості, балакучості й наполегливості. *Надійність* підкреслює ступінь, до якого особа зберігає добрий характер, здатна до співпраці та довірлива. *Сумлінність* свідчить про відповідальність, наполегливість та орієнтованість на досягнення успіху. *Емоційна стабільність* демонструє спокій та рівновагу (позитивний тип особистості) або напружений, нервовий, пригнічений (негативний тип особистості). *Відкритість для вдосконалення* вказує на ступінь, до якого особа має творчу уяву, є артистичною та інтелектуальною. [53]

Джордж Келлі один із розробників когнітивного напрямку у психології підкреслює здатність людини контролювати, розуміти і передбачати свою поведінку, вміє аналізувати результати діяльності, базуючись на здобутому досвіді і прогнозує майбутнє. Терміни, якими користуються члени суспільства для взаєморозуміння, для всього, що відбувається доколакожної людини називається особистісними конструктами. Власне, особистісний конструкт –

це здатність усвідомити, трактувати чи спрогнозувати власну поведінку. У повсякденному житті ми користуємось такими конструктами: «поміrkований – нестриманий», «розумний – абсурдний», «чоловічий – жіночий», «віруючий – атеїстичний» тощо. Тобто людина – це система особистих конструктів, через які сприймаються та тлумачаться знання, досвід, вміння, навички в процесі життя людини. [54]

Для пояснення градації мотивації вибору професії, як вважають А. І. Зеличенко [18], та А. Г. Шмельов [49], потрібно звертатися до вивчення впливу мотиваційних факторів, які визначають внутрішню бажаність чи затребуваність даного вибору. Науковці виокремлюють внутрішні фактори, серед яких:

- ✓ професійні що представлені предметом, процесом, та результатом праці;
- ✓ умови, як вивчаються соціальними, організаційними, територіально-географічними та фізичними особливостями;
- ✓ галузеві можливості для реалізації позапрофесійної мети, які можна дослідити за допомогою спілкування, збереження та зміцнення здоров'я, психічного розвитку, організації відпочинку та дозвілля, отримання матеріальних благ, досягнення омріяного соціального статусу, тощо).

Для довершеного розуміння картини вказано і зовнішні мотиваційні фактори до яких автори відносять:

- ✓ фактори впливу, які можуть бути представлені порадами, рекомендаціями, вимогами;
- ✓ фактори привабливості-відштовхування розуміються еталонами «соціальної престижності»;
- ✓ фактори інерції, які можна побачити у звичних заняттях, стереотипах соцролей, які є актуальними в сьогоднішній час.

Завжди на становлення справжнього професіонала впливає сила і стабільність мотивації [52]. Під «силою» мотиву вбачаємо глибину, розуміння, прийняття, потреби і безпосередньо мотив. На погляд учених В. І. Ковальова та В. Н. Дружиніна, мотивація обрання професії повинна мати дворівневу структуру, зокрема:

- рівень мотивів професійної підготовки;
- рівень мотивів професійної діяльності.

До того ж ці дані рівні взаємопідпорядковуються, залежно від умов розвитку в яких перебуває мотиваційний простір фахівця. В іншому випадку, при виникненні мотиваційних криз особистості, то вони заподіюють зниження ефективності діяльності та реконструкції мотивації особистості.

Надзвичайно актуальними є питання професійного самовизначення, але коли воно сприймається як необхідність, то внутрішні мотиваційні чинники людини-фахівця нівелюються. І це дуже часто зачіпає і спонукає до професійних внутріособистісних конфліктів.

Йдучи по дорозі життя можна зустрічати на своєму шляху людей з різними комбінаціями особистісних якостей. А вміння забезпечити достатньо легку взаємодію з кожною людиною – це можливість, яка передбачає успішне та гармонічне життя. Важливими є вміння проявляти гнучкість характеру у вирішенні різних життєвих ситуацій, знайти можливість балансувати такими особливостями якостями, які призводять до високоякісного налагодження необхідних взаємодій.

Якщо ми розглянемо престижність професій, зокрема дистриб'юторської, професії консультантів різних напрямків та галузей, незалежних консультантів з краси, то, враховуючи сучасні соціальні опитування [6; 7; 11] на престижність впливатиме:

- IQ навантаженість та творчий зміст;
- Перспективність у конкретній діяльності;
- Можливість саморозвитку;
- матеріальне забезпечення;

можливість самостійно ставити цілі і досягати їх;
соціально-психологічні та санітарногігієнічні умови.

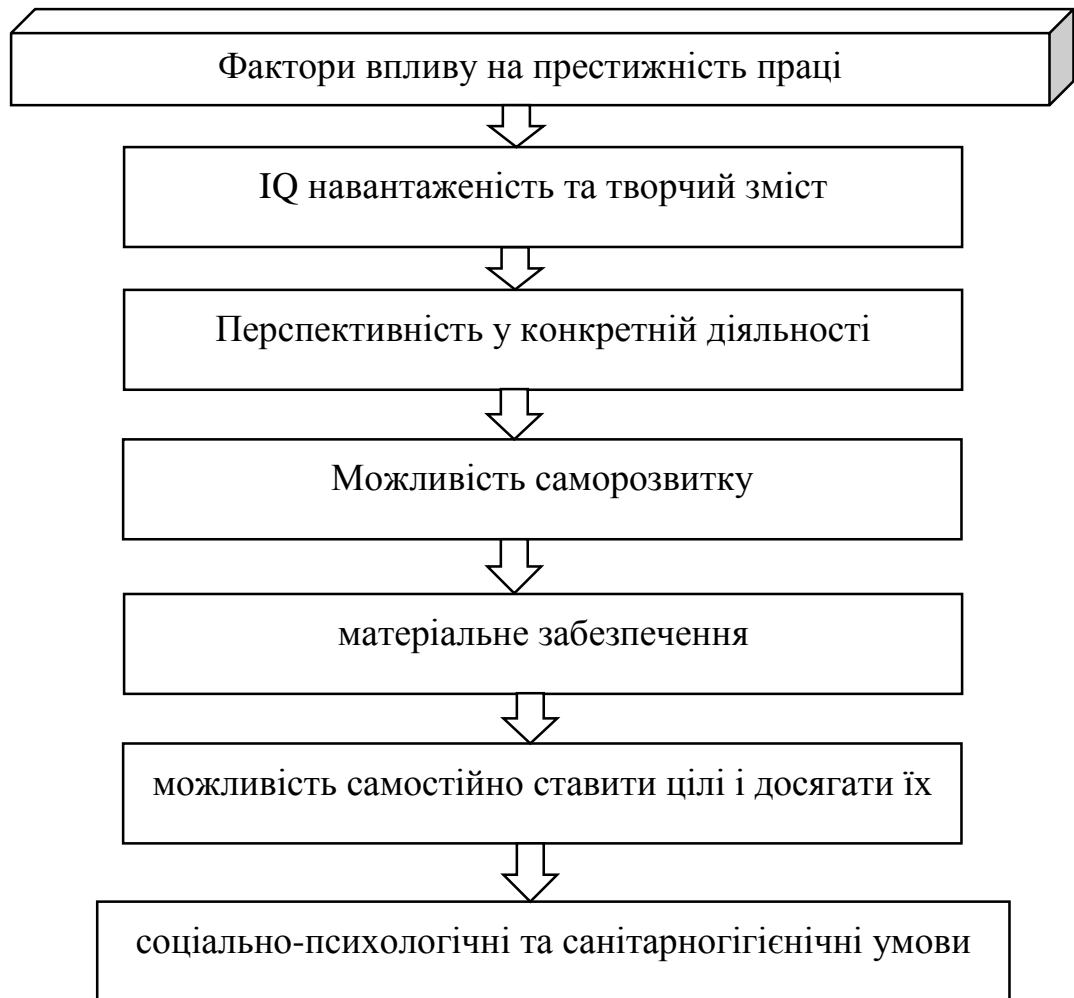


Рис. 1.1. Фактори впливу на престижність праці

За рис 1.1. можемо прослідкувати, що фактори, які впливають на престижність праці включають особистісні якості, які необхідні для поглибленого самопізнання та самооцінки. Зазначимо, що на сучасний час в процесі навчання та в ході сприйняття професійних очікувань відбувається своєрідна «ревізія» тих уявлень, які були сформовані раніше. І часто молоді люди з розвитком власної самосвідомості, самостійності та самопізнання ставлять питання про внутрішню зумовленість вибору професії. Як правило, це питання про наявність здібностей людини, які будуть сприяти розвитку та опануванню необхідними знаннями.

Тому за словами Є. О Клімова [21; 22] щоб поставити знак дорівнює між «правильний» вибір і «свідомий» вибір, необхідно виконати три умови:

«потрібний», «здібний» і «схильний». Відповіді на ці умови точніше підкажуть надійність вибору професії.

Кожен з напрямків та теорій, що вивчають особистість та вибір професії особистістю підсилює думку про необхідність розвитку особистісних якостей людини.

1.2. Моделі розуміння співвідношення особистісних якостей та ефективної діяльності в процесі становлення професіонала

Кожна сучасна професія пред'являє певні вимоги до фахівця. І одним з найважливіших пред'явлень є особистісні якості. В психології важливим та вирішувальним є провідна діяльність становлення фахівця. [74].

Зміни та перетворення сучасного суспільства, інтенсивність яких підвищується з кожним роком, постійно змінюють вимоги й до особистості сучасного фахівця. Здатність людини, яка обрала мережевий бізнес бути суб'єктом власного професійного вдосконалення та самостійно знаходити вирішення професійних питань в умовах сучасності частіше набуває актуальності. [53]. Високо оцінюється поведінка професіонала в складних ситуаціях, «нестандартних» обставинах, в умовах дефіциту часу, у спільній професійній діяльності з учасниками виробничого процесу [51]. Саме тому заслуговують на увагу спеціалісти соціономічних професій до яких відносять, дистриб'юторів мережевого бізнесу, консультантів тощо [6]. Разом з тим, у підготовці дистриб'юторів, існує суттєве протиріччя: з одного боку, в час змін та ситуації, в які й опинилося людство, пов'язаної з епідемією COVID-19 відбуваються пошуки шляхів здійснення дистриб'юторської діяльності, їхньої відповідальності стосовно власної професійної підготовки, а з іншого – умови вимагають докорінно змінити взаємодію з клієнтами, а отже потрібні нові особисті якості, які допоможуть у досягненні цілей. [9]. Якщо дослідженням професійного відбору присвячено велику кількість досліджень, то

психологічні дослідження подальших етапів становлення фахівця мережевого бізнесу практично не вивчалися.

Е.Ф. Зеєр вказує що, особистісноутворюючою функцією провідної діяльності є період, пов'язаний з етапами:

- ✓ вибору,
- ✓ підготовки
- ✓ виконання

кожною зрілою особистістю власної, професійно-динамічної діяльності. Від того, який вектор руху обирає собі професіонал буде залежати задоволеність його професією, працею та життєдіяльністю загалом. Визнаним є той факт, що для більшості людей зрілий період життя наповнений професійною чи альтруїстичною діяльністю від якої людина отримує, або матеріальні блага, або задоволення. [17].

Сучасні дослідники часто звертаються до терміну «професіогенез», що охоплює період становлення професіоналів з часу вибору, прийняття, входження у обрану ними діяльність і аж до того часу поки людина сама не припиняє трудову діяльність. Відомо, що є два напрями професіогенезу:

- ✓ внутрішній
- ✓ зовнішній

Кожен з цих напрямів має дотичне відношення до вивчення дистриб'юторської діяльності, яка є метою нашого дослідження. Особливо зазначимо важливі складові, що наповнюють внутрішній компонент, серед яких: знання необхідні для професії, інтелектуально-творчі якості, рефлексія, індивідуальний стиль професійної діяльності. Тоді як зовнішній, або соціальний компонент супроводжується накопиченням професійного досвіду та освоєнням соціальним та інформаційним простором в професії. Наслідок професіогенезу є високий рівень якостей професіоналізму та професійної зрілості фахівця.

Часто в літературі можемо зустріти такі поняття як професійний розвиток та професійне становлення, які розуміються як тотожні, бо кожен з

них передбачає опанування професійною компетентністю і такими професійними якостями, які забезпечують оптимальне професійне зростання.

Таблиця 1.2.

**Характеристика основних зарубіжних теорій професійного розвитку
(за Е. Ф. Зеєром)**

Напрямок	Представники концепцій і теорій	Складові професійного вибору і розвитку
Диференційно-діагностичний	Г. Мюнстенберг Ф. Парсонсон	Індивідуальні особливості (властивості, якості)
Психодинамічний	Є. Бордін З. Фрейд, У. Мозер А. Маслоу, Е. Рое, ,	Генетичні передумови, потреби
Теорії рішень	Г. Ріс, П. Цилер, Д. Тідеман Х. Томе,	Система орієнтувань у професійних альтернативах
Теорії розвитку	Е. Гінзберг, У. Джейд Д. Сьюпер,	Процесуальні характеристики онтогенетичного розвитку.

У таблиці 1.2. представлено основні напрями та складові професійного вибору та розвитку. Сучасні дослідження вбачають у понятті «професійне становлення» більш ширшого значення за «професійний розвиток» – головний та не єдиний фактор формування професіонала. Перетворення молодого адепта, в субекта, зацікавленого в своїй динаміці, розвитку обумовлює його в подальшому як фахівця здатного створити свою діяльність. Викликають інтерес питання про професійну та особистісну самовизначеність, самобутність та індивідуальність в професії, специфічну особливість розвитку в юнацькому віці і формування конкурентоспроможної особистості в умовах сучасної України.

Якщо ми говоримо про моделі розуміння необхідних якостей особистості для її успішної діяльності, то розуміємо модель – як зручну форму знань про навколишній світ, своєрідний інформаційний еквівалент об'єкта, що створений для певних цілей. У сучасній логіці науки поняття моделі визначається, за словами В. А. Штоффа, як така уявно представлена або матеріально реалізована систематичність, яка, відображаючи або відтворюючи об'єкт дослідження, спроможна замінити його так, що її

вивчення дає нам нову інформацію про цей об'єкт [13; 46]. Для спрощення розуміння сутності моделей, що розробляються, розглянемо, наприклад, що може являти собою модель такого складного об'єкта для різних фахівців, як людина. Так, для працівника відділу кадрів – це анкета про певну людину, для директора мережевого бізнесу – комунікативні здібності дистриб'ютора, для кравця – це набір цифр, що показують її габаритні розміри: зріст, об'єм талії та ін. Набір цих та інших відомостей утворює базу даних. Якщо ж визначити відношення між цими відомостями, то в сукупності ми отримуємо базу знань про об'єкт. Ця база, зі свого боку, дає можливість міркувати про поведінку об'єкта в ситуації, в якій його властивості не вимірювались, тобто не зафіксовані в базі даних.

Вивчаючи та аналізуючи співвідношення особистісних якостей дослідники вказують на соціальні та генетичні фактори. Так, І. Кон у своїх дослідженнях пише: людина ідентифікує себе з тією чи іншою соціальною групою – віковою, статевою, професійною [23]. Сучасні психологічні концепції та уявлення, мають багатогранний підхід до розуміння самооцінки, самопізнання та суті власного «Я». Багато авторів синонімічно пишуть про, поняття свого «Я», «Я-концепція», «Я-образ», «ідентичність», «внутрішня робоча модель себе» [9; 10; 21], вказуючи на особистісні якості особистості професіонала. У вітчизняній психології переважає глибше розуміння поняття «самосвідомість». Зарубіжні автори частіше вживають та розробляють поняття «Я-концепція». [3; 23; 50]. Скажімо, К. Роджерс розглядає «Я-концепцію» як послідовний концептуальний гештальт, що складається із сприймання властивостей «Я» (чи «мене»), взаємовідносин «Я» з «іншими» людьми і з різними аспектами життя. Він вважає, що цей гештальт доступний усвідомленню, але не завжди усвідомлений, і лише після усвідомлення гештальту, включається механізм оцінювання суб'єктом своїх якостей, тобто частин цього складеного гештальту [50].

Р. Бернс представляє Я-концепцію як уявлення індивіда про себе. «Я-образ» він розглядає як описову складову Я-концепції. Таким чином,

самооцінка, за Р. Бернсом, – одна із складових «Я-концепції» людини, пов'язана зі ставленням до себе або окремих своїх якостей. Вона може мати різну інтенсивність, оскільки конкретні риси «Я-образу» можуть викликати більш-менш сильні емоції, пов'язані з їх прийняттям чи засудженням [5].

Варто також зауважити, що в психології існують теоретичні розбіжності між вченими у розумінні та тлумаченні особистісних якостей. Припускаємо, що це викликано, складністю і багатогранністю самого феномена вивчення особистісних якостей, а також розкриттям цієї дефініції за допомогою інших термінів – активності, характеру, фізіологічних та генетичних особливостей, поведінки, діяльності, особистості. Звідси і різне трактування підходів та теорій щодо вивчення людських якостей. Різні автори підкреслюють відмінності особистісних якостей через вивчення окремих форм та типів поведінки людини. Особистісні якості можна вивчати через активність як міру діяльності, і як рівень перебігу процесу, і як потенційні можливості індивіда до взаємодії, і через впливи зонішнього середовища на людину, тощо. З огляду на це, вкрай важливою є систематизація психологічних концепцій.

1.3. Сучасні підходи формування ефективної діяльності дистриб'ютора

Сьогодні частіше чуємо про важливість вибрати працю собі до душі, бо саме тоді людина буде отримувати задоволення від того, чим вона займається. А як відомо, задоволений працівник набагато ефективніший в організації своєї діяльності та життя загалом. На даний час ми маємо можливість спостерігати, коли знамениті та чільні компанії починають створювати дистриб'юторські мережі. Усі титани індустрії створили чи створюють власні сітки. Їх мета полягає у збільшенні обсягів продажу товару вдосконалення систем контролю та обліку, розвивати власну діяльність. Навіть найбільші міжнародні компанії співробітничать або налагоджують співпрацю з незалежними дистриб'юторами. Відтак, професія дистриб'ютора на сьогодні є актуальною та затребуваною. У більшості з можливостями статусно-професійного та кар'єрного росту. Зокрема директора чи керівника підрозділу.

Фах «дистриб'ютор» набув розповсюдження через розросту мережевого бізнесу. Діяльність консультантів та дистриб'юторів вимагає комунікативних здібностей, вмінням контактувати з споживачами і проводити рекламу. Термін «дистриб'ютор» абсолютно не є новим для тих, хто володіє англійською, але іншим його значення зрозуміло не завжди.

Поняття «distributor» означає – розповсюджувач, агент з продажу. У європейських країнах та професія як дистриб'ютори виникнули доволі давно, наша країна прийняла до переліку професій дану спеціальність в 1990-х роках, коли почала свою діяльність компанія Invite. Їх історія така: два студенти порадили вітчизняному споживачу вабливу новацію – порошки з приємним ароматним запахом, які в поєднанні з водою робились солодкими напоями. Відтак, зявилося дуже багато галузей, напрямків діяльності, які успішно використовують послуги дистриб'ютора.

Тобто дистриб'ютора дозволено атестувати як посередника. Як правило, мережеві компанії, що займаються закупівлею на опт, а надалі шукають збут у своїх регіонах.

Високоякісною ознакою дистриб'ютора є факт ексклюзивної переваги на поширення та представлення краму за цінами, встановленими продуцентом.

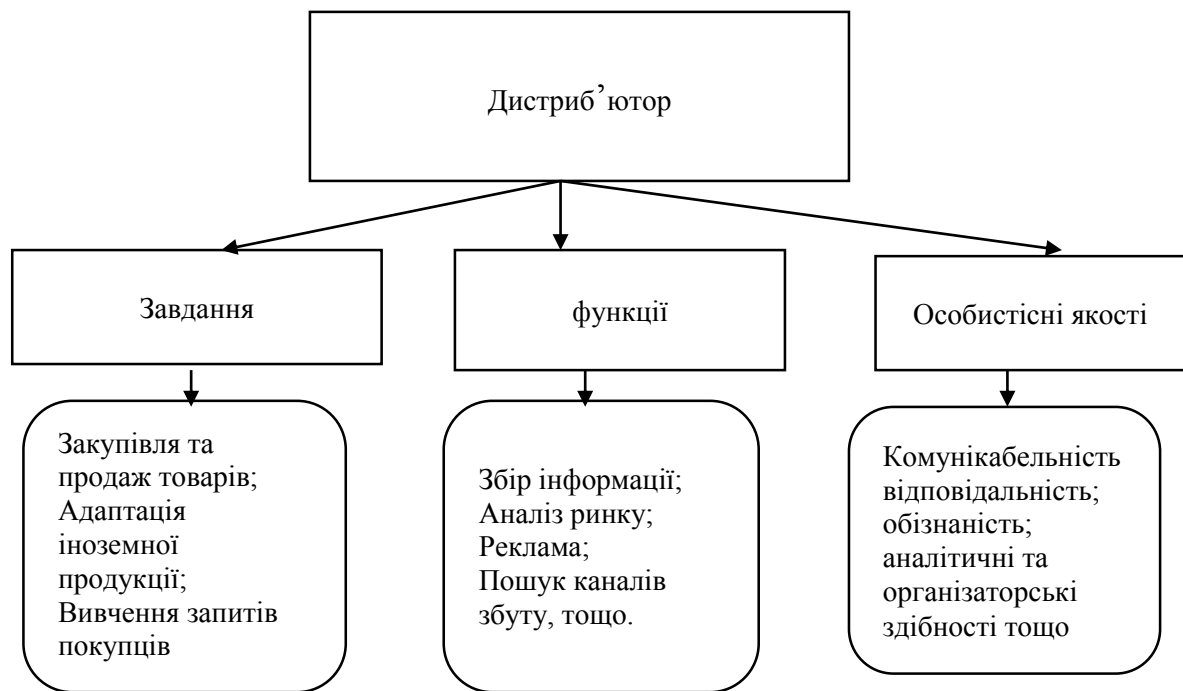


Рис. 1.2 Професійна діяльність дистриб'ютора

Із рисунку 1.2. бачимо, що основним завданням дистриб'ютора є закупівля і продаж товарів. Окрім цього, він виконує масу новітніх призначень.

Особи такого фаху запалюються збором інформації і розглядом ринку, популяризують продукцію і анонсують дані про неї дрібним оптовикам і покупцям, улаштовують канали збуту і нашують покупців. Також в обов'язки дистриб'ютора вступає акомодация чужої продукції під запити вітчизняних покупців. Професія дистриб'ютора доволі каверзна, адже часто закордонні продуценти завищують план закуповуваних товарів і не всякчас ознайомлюють партнерів про оновлення товарного асортименту.

Зазвичай підприємство збуває товар через велику мережу працівників (дистриб'юторів). Від англ. distribute – розподіляти. Специфіка фаху полягає у комунікації з клієнтами, відтак активні, комунікабельні персони завжди потрібні дистрибуційним коопераціям, і лише від їхніх вдач і вміння знаходити спільну мову та спілкуватися з клієнтами залежить ріст їх заробітної плати.

Зараз ми є очевидцями періоду, коли знані та чільні компанії засновують та створюють приватні дистриб'юторські сітки. Фактично усі велети індустрії вже приступили виробництво приватних мереж, а декотрі уже зробили. Окрім того, перевагою безумовної дистрибуції є те, що корпорація здатна ревізувати увесь ланцюг доставки.

Вирішальна повинність дистриб'ютора – це притягнення покупця і реалізація операції купівлі-продажу товару або послуги. Здійснює аналіз місцевого ринку (купівельної змоги населення у конкретному регіоні, його суспільного і вікового складу), проводить мікро-маркетинг, працює з визначеними людьми: популяризує товар, застосовуючи з знання психології власного продажу, веде предметну, матеріальну і фінансову звітність. Несе матеріальну відповідальність за товар, отриманий на реалізацію.

Дистриб'ютор зобов'язаний оволодівати такими особливостями, як компетентність, комунікабельність, цілеспрямованість, хороша пам'ять, висока швидкість реакції, мати аналітичні, управлінські здібності, досвід спілкування з клієнтами.

Немало людей думають, що дистриб'ютор і дилер – це еквівалентні поняття. Почасти це реально так, позаяк їх діяльність цілеспрямована на виконання роботи пов'язаної з реалізацією товарів. Втім між фахами існує істотна відмінність, яка пов'язана з манерами ведення бізнесу.

Дистриб'ютор видається посередником і служить не з споживачами, а з новітніми, дрібнішими посередниками. Дилер доводить продукцію до фінального споживача і часто закупає її не у виробників, а просто у дистриб'юторів.

Для успішності в мережевому бізнесі важливе вироблення оптимального стилю керівництва та підвищення психологічної компетентності та професійного самовдосконалення керівників. Шлях до цього лежить через розуміння та усвідомлення свого стилю управління, використання методик самопостереження, та самодіагностики, а також відвідування семінарів, консультацій з фахівцями з психології менеджменту та відповідних соціально-психологічних тренінгів [8;11]. В контексті психологічного забезпечення управлінського процесу в «мережевих» фірмах просвітницька діяльність практичних психологів полягає у формуванні психологічної компетентності керівників, дистриб'юторів, маркетологів та інших працівників з питань управління та ефективною управлінською взаємодією та психолого-управлінської культури. Основними формами такої роботи вважається: проведення лекцій, семінарів, «круглих столів», тренінгів, проведення тематичних нарад, конференцій, ведення спеціальних рубрик у газетах та журналах, що їх видають фірми; підготовка інформаційних листків, буклетів [5; 6]. Діагностична робота здійснюється за допомогою методик, що визначають: стиль керівництва, тип спрямованості керівника (на справу, на людей, на себе), орієнтацію керівника на лідерські чи адміністративні якості, особливості мотивації та стан соціально-психологічного клімату в керованому колективі та дистриб'юторських мережах.

Тісно пов'язана з діагностичною діяльністю і експертна робота психологів-консультантів. Адже за їх допомогою можна успішно вирішити ряд важливих завдань, таких, як визначення ефективності діяльності керівника фірми, «мережевих» лідерів, експертиза змісту управлінських рішень керівника, створення фірмою дистриб'юторських мереж, оцінка професійної діяльності співробітників, визначення рейтингу діяльності «мережевої» компанії, використання різноманітних форм роботи з дистриб'юторами. Якщо здійснювати діагностичну роботу на визначення чинників ефективності праці дистриб'юторів, то такий вид роботи психологів-консультантів, як прогнозування, має спрямованість у майбутнє.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ I

Здійснено теоретичний аналіз поглядів на проблему вивчення особистісних якостей дистриб'юторів. Для вивчення особистісних якостей індивіда використовують різні підходи, теорії та погляди наукових шкіл. Залежно від ситуації особа індивідуально сприймає навколишню дійсність, у тому числі й соціальне оточення, яке впливає на її формування. Теорії особистості – це ретельно випробувані припущення та умовиводи про те, що являє собою особистість, які ролі та функції вона виконує в суспільстві. Ці теорії здійснюють дві ключові функції – вони висвітлюють і визначають поведінку.

Вивчаючи та аналізуючи співвідношення особистісних якостей дослідники вказують на соціальні та генетичні фактори. Так, І. Кон у своїх дослідженнях пише: людина ідентифікує себе з тією чи іншою соціальною групою – віковою, статевою, професійною. Сучасні психологічні концепції та уявлення, мають багатогранний підхід до розуміння самооцінки, самопізнання та суті власного «Я». Багато авторів синонімічно пишуть про, поняття свого «Я», «Я-концепція», «Я-образ», «ідентичність», «внутрішня робоча модель себе вказуючи на особистісні якості особистості професіонала. У вітчизняній психології переважає глибше розуміння поняття «самосвідомість». Зарубіжні автори частіше вживають та розробляють поняття «Я-концепція».

Визначено міру розробленості та актуальність теми, яка мало розглянута і потребує детальнішої наукової розробки Основним завданням дистриб'ютора є закупівля і продаж товарів. Окрім цього, він виконує масу інших функцій.

Люди такого фаху здійснюють збір інформації і аналізують ринок, популяризують продукцію і анонсують відомості дрібним оптовикам і споживачам, улаштовують канали збуту і відшуковують купців. Ще в обов'язки дистриб'ютора входить акомодация іноземної продукції під запити вітчизняних споживачів.

РОЗДІЛ II .

ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБИСТІСНИХ ЯКОСТЕЙ ЯК ПЕРЕДУМОВА ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДИСТРИБ'ЮТОРА

2.1. Організація та методи дослідження особистісних якостей фахівців

Особистісні якості людині є першим і найважливішим етапом будь-якого дослідження у психології. Він ґрунтується на всебічному її вивченні і певній систематизації даних.

Наукове дослідження – це хід розвідки конкретного об'єкта за умови використання наукових методів, метою якого є встановлення законів його розвитку, виникнення і трансформація в справах доцільного застосування в прикладній діяльності людей [33].

Методологія – вчення про метод діяльності, що включає принципи, методи діяльності і знання, що відображає їх. Складається з методології пізнання, методології практичної діяльності та методології оцінки (аксіометодології). Крім того – це певний арсенал методів, яким користуємось в процесі наукового дослідження. За науковим словником, визначення методологія розуміється як сукупність прийомів дослідження, що застосовуються в науці; вчення про методи пізнання та перетворення дійсності. Основу методології складає мислення та світогляд, як операційне середовище самодисципліни та роботи з інформацією, моделями, алгоритмами.

Метод – це прийом здобутку будь-якої мети, постанова визначеного доручення; сукупність засобів або операцій прагматичного чи теоретичного засвоєння (пізнання) реальності.

Терміном «методика» позначають конкретні принципи, конфігурації та засоби застосування методів, за підтримкою яких відбувається більш ґрунтовне пізнання розмаїтих психологічних питань та їх розв'язання.

Експериментальною базою дослідження було ТОВ «Мері Кей (Україна) ЛТД» Товариство з обмеженою відповідальністю «Мері Кей (Україна) лімітед». У процесі нашого наукового дослідження ми розробили програму емпіричного дослідження, яка реалізовувалась в три етапи:

- ✓ підготовчий (друга половина 2019 р.) було здійснено обґрунтування проблеми та розробка інструментарію дослідження, визначення бази для проведення емпіричного дослідження;
- ✓ емпіричний (перша половина 2020 р.) де пророблено збір емпіричного матеріалу, аналіз та інтерпретація результатів;
- ✓ завершальний (друга половина 2020 р.) розробка тренінгової програми вивчення особистісних якостей дистриб'юторів для їх ефективної діяльності.

В емпіричному дослідженні взяли участь 60 осіб дистриб'юторів мережевого бізнесу. Серед них – 42 незалежних консультантів з краси (дистриб'ютори «Мері Кей») та 18 дистриб'юторів – представників інших діяльностей мережевого бізнесу. Отже, представлене методичне забезпечення дослідження дало змогу здійснити комплексну перевірку можливих припущень щодо ключових змінних і дати ґрунтовну оцінку валідності застосованих психологічних засобів роботи з вивчення особистісних якостей дистриб'юторів, які працюють в мережевому бізнесі.

Таблиця 2.1.

Методичне забезпечення емпіричного дослідження

№п/п	Назва методу для проведення емпіричного дослідження	Мета використання даного методу
1.	Бесіда, інтерв'ю, анкетування	Дає можливість безпосередньої взаємодії з піддослідними

2.	Проективний метод «Я-собистісне та Я-професійне»	Даний метод створює найкращі умови для розкриття та пізнання внутрішнього світу особистості
3.	методика М.Рокіча «Ціннісні орієнтації»	Система ціннісних орієнтацій визначає змістовий бік спрямованості особистості
4.	методики В.І.Моросанової «Стиль саморегуляції поведінки»	спрямована на оцінку індивідуальних особливостей саморегуляції досліджуваних
5.	Тест Р.Кеттелла 16PF форма А	Характерологічні та поведінкові особистісні якості та особливості досліджуваних

Із таблиці 2.1 видно використані нами методи для отримання інформації. Було використано бесіду, що дає можливість безпосередньої взаємодії з піддослідними. Поставлені запитання під час бесіди ставились чітко та зрозуміло, були спрямовані на психологічні факти. У бесіді необхідно досягати не тільки констатуючої відповіді, а й витлумачення, обґрунтування, тобто відповідей на запити не тільки «що це отаке?», а й «як?», «чому?». Одним з різновидів бесіди є інтерв'ю, яке застосовують у наукових, експериментальних дослідженнях. В інтерв'ю відбиваються думки, погляди, події з життя респондента, його ставлення до зовнішніх фактів, політичних подій, ситуацій, соціальних явищ тощо.

Також використаним нами методом є анкетування. Як зазначає Б. Г. Ананьєв, на основі різних типів анкет розпізнаються стани (суспільної думки, настроїв, соціальних очікувань, рольової поведінки) та здійснюється прийняття рішень. Як правило, основна увага приділяється основним подіям життя, джерелам професійного розвитку, критичним ситуаціям, які суб'єкт вирішує в своєму житті, обирає важливі, значущі факти, які супроводжують ту чи іншу життєву ситуацію.

В дослідженні використано проективний метод, який включає як усвідомлювані, так і неусвідомлювані складові психологічних інструментів пізнання особистості. Їх широко застосовують в усіх галузях психології. Основною перевагою проективних методів є те, що в них використовуються невизначені, або мало структуровані стимули, що створюють найкращі умови для розкриття та пізнання внутрішнього світу особистості. В основу методу

покладено принцип проєкції, що припускає наявність процесу проєктування на невизначений матеріал своїх переживань, почуттів, установок, ставлення до життя. В нашому дослідженні в якості проєктивної методики виступає характеристика «Особистісного і професійного «Я»». В одній колонці пропонується описати особистісні показники, в іншій – професійні (інтереси, цінності, схильності, професійні й особистісні якості, психофізіологічні особливості). На основі цього пізніше описується власне «Я-уявлення» особистості.

Актуальною для нашого дослідження виявилася методика М.Рокича «Ціннісні орієнтації» [37], яка базується на прямому ранжуванні списку цінностей. Система ціннісних орієнтацій визначає змістовий бік спрямованості особистості і складає основу світогляду на оточуюче середовище, інших і саму себе, ядро мотивації життєвої активності, життєвої концепції та філософії життя. Запропоновані цінності: термінальні, що дають можливість пізнати та проаналізувати кінцеву мету індивідуального існування, до якої прагне суб'єкт в опануванні новим видом діяльності, та інструментальні – що дозволяють пізнати властивості особистості, які переважають у життєвих ситуаціях людини.

Дослідження рівня соціально-психологічних властивостей у високоактивних, середньоактивних та низькоактивних незалежних консультантів з краси проводилося за підтримкою методики В.І.Моросанової, цілеспрямованої на переконання персональних атрибутів саморегуляції досліджуваних.

До стильових властивостей саморегуляції автор звертає індивідуально-типові риси регуляторних ходів, що реалізують вирішальні контингентові системи саморегуляції (планування, моделювання, програмування, оцінка результатів), а також регуляційно-особистісні чи інструментальні атрибути – незалежність, гнучкість, надійність, самостійність, ініціативність. Внаслідок унікальності функціональної побудови регуляції для різних видів психічної активності і діяльності у стилі саморегуляції проявляється загальна

регуляторна основа індивідуальності фахівця, котра є передумовою формування визначеного манеру.

Тест Кеттелла – один з найвідоміших та популярних методик по визначенню особистісних якостей людини. Повна версія тесту містить 187 питань та називається 16-ти факторний особистісний питальник, або 16PF форма А. Дана методика з досить високою точністю визначає 16 основних факторів, 4 додаткових та різні їх поєднання. За допомогою даного тесту можна визначити відносно повну картину особистісних якостей людини, які впливають на діяльність професіонала.

Основою тесту Кеттелла слугує «Теорія особистісних рис» згідно якої особистість описується як структура стійких взаємопов'язаних елементів та рис, які визначають внутрішню суть та поведінку досліджуваних. Відмінності в поведінці людей часто пояснюються наявністю особистісних якостей та рис. До цього ж фахівці вказують на порядок вираження на шкалі особистісних рис залишається однаковим у різних життєвих ситуаціях. Дослідження Р.Кеттелла в рамках теорії особистісних рис відрізняється емпіризмом, оскільки він не опирався на вихідні теоретичні уявлення про зміст та кількість властивостей особистості.

З усього вищезазначеного, можна зробити висновок про те, що проблема вивчення особистісних якостей дистриб'юторів є актуальною у всій багатогранності та з використанням найрізноманітніших методичних та методологічних підходів. Це не дозволяє відстежувати системні характеристики психічної детермінації і психосоціальних ефектів, але дає можливість систематизувати досвід вивчення та визначити проблемне поле подальшого пошуку.

У своєму дослідженні ми беремо до уваги два діагностичних підходи: перший – реалізує підхід від людини до професії, другий – від професії до людини. У першому типі виявляється специфіка психічних особистісних якостей людини та можливості реалізації себе у конкретній сфері суспільної діяльності. У другому – встановлюється відповідність професії можливостям

людини щодо її опанування з точки зору ефективності, безпечності, продуктивності праці тощо.

2.2. Вивчення особистісних якостей дистриб'юторів та консультантів для їх успішної діяльності.

Усі ми шукаємо себе в житті, прагнемо бути потрібними та корисними в першу чергу собі, своїй сім'ї та суспільству, а професія дистриб'ютора передбачає свободу, в тому числі і фінансову. Дистриб'ютор – це торгова фірма, що займається закупівлями у виробників їх продукції на вигідних умовах і реалізує продукцію на регіональних ринках. Фірма-дистриб'ютор є другою ланкою в торговому ланцюжку, вона йде відразу після виробника. Опанувати цю професію може і людина, що володіє необхідними особистісними якостями, вміє організовувати свою діяльність, має бажання добре заробляти працюючи на себе. Теперішній розвиток суспільства, власне, з одного боку вимагає від професіонала певних змін, а з іншого боку – сприяє особистісному розвитку працівників, які прагнуть свободи, особистого зростання, фінансової незалежності та власної побудови особистого життя.

З метою вивчення особистісних якостей дистриб'юторів та консультантів було застосовано метод довільного самоопису. Самоописні тексти піддавалися контент-аналітичній обробці. Підґрунтям для виокремлення категорій контент-аналізу відводилася теоретична база розвідки, а надто значення текстів самоописання консультантів та аналіз малюнків «Я-особистісне та Я-професійне». Саме через проєктивні методи ми маємо змогу створити невизначені стимули, щоб визначити внутрішній світ досліджуваних.

Практична відсутність обмежень дій випробуваних, можливість широкого вибору способів поведінки, спрямованість на пізнання власного «Я» стало перевагою вибору проєктивного методу у нашому дослідженні. Для аналізу особистісних якостей людини доцільним є використання проєктивних

методик, які дають змогу інформувати досліджуваного не лише про його особистісні сфери, але й емоційні стани, переживання та потяги.

Було виокремлено 7 контент-аналітичних категорій. Контент-аналіз текстів самоописів незалежних консультантів з краси дозволив виявити і часті особливості особистих якостей у дистриб'юторів з досвідом та новачків у цій сфері.

Таблиця 2.2.

**Контент-аналітичні категорії особистих характеристик консультантів
(у %)**

Контент-аналітичні категорії	Виразність категорій контент-аналізу	
	Консультанти з досвідом (n=28)	Консультанти - новачки (n=32)
Категорія А – усвідомлення особистісних якостей та змін, що відбуваються в країні		
А.1. Можливість/неможливість впливати на події власного життя	25,5*	14,6
А.2. Радість за можливість кар'єрного росту	24,1	17,3
А.3. Бажання довести свою компетентність	17,3	21,3
Категорія В – усвідомлення відповідальності за свою діяльність		
В.1. байдужість	3,3	5,1
В.2. можливість розвиватися	5,5	13,3*
В.3. прагнення фінансової незалежності	6,5*	1,1
χ^2 -критерій	$\chi^2 > \chi^2$ кр.	

Примітка * – χ^2 кр.= 12,23 (0,05)

За результатами, поданими у табл. 2.2, видно, що усвідомлення особистих якостей, розвиток певних рис характеру важливі для формування успішної діяльності дистриб'юторів. Виявлено, що контент-аналітична категорія «Можливість/неможливість впливати на події власного життя» має більшу насиченість у дистриб'юторів з досвідом – 25,5%, а у новачків – 14,6%. Що свідчить про наявність певних успіхів у роботі людей, які попрацювали в цій сфері та мають особистий досвід, та не зовсім сформовані уявлення новачків.

Важливо вказати, що у третини досвідчених працівників 24,1% виявлено контент-аналітичні категорії, які засвідчують появу нових професійних можливостей, а саме – «радість за можливість кар'єрного росту», тоді як у

початківців цей показник дорівнює 17,3%. Зрозуміло, що такий стан є ситуативним і залежатиме від часу, проведеного в сфері мережевого бізнесу.

Байдужість до себе вказали 3,3% працівники з досвідом і 5,1% початківців у даній сфері. Ймовірніше, такі результати залежать від рівня відповідальності та вікових особливостей людини.

«Можливість розвиватися» виокремили консультанти-новачки – 13,3% і 5,5% - зазначено у консультантів з досвідом, що на нашу думку, залежить від вікових категорій досліджуваних та їх якості життя.

Максимальну кількість 6,5% зазначено у категорії «прагнення фінансової незалежності» досвідченими працівниками, та 3,1% у консультантів-початківців. Власне здатність працівника аналізувати та узагальнювати інформацію, приймати рішення, і вміти заробляти гроші свідчить про вміння брати відповідальність за себе, сім'ю та близьких йому людей.

Дослідження «Ціннісних орієнтацій» (за методикою М.Рокича) дає нам можливість виявити особливості розвитку особистісних якостей дистриб'юторів для їх успішної діяльності. Традиційне ділення на цінності-мета і цінності-засоби дає нам змогу прослідкувати за вибором тих цінностей, які є актуальними у вимірі «тут і тепер», та спрямовані на досягнення мети. Аналізуючи ієрархію цінностей, ми звернули увагу на те, що дистриб'ютори частіше обирали цінності кар'єрного росту, спілкування, важливість бути зайнятим, цінності самоствердження та фінансової незалежності.

Термінальні та інтернальні цінності ми об'єднали у три блоки.. Перший блок термінальних цінностей – «Цінності професійної реалізації», до якого увійшли: активне діяльне життя, життєва мудрість, цікава робота, матеріально забезпечене життя, продуктивне життя; другий – «Цінності особистого життя», до яких належать: наявність хороших та вірних друзів, суспільне визнання, розваги, щасливе сімейне життя, впевненість у собі; третій блок «Абстрактні цінності» включив такі: краса природи та мистецтва, любов духовна та фізична, саморозвиток, щастя інших, свобода, творчість. Інтернальні цінності були об'єднані в наступні блоки: «Цінності справи» –

високі вимоги до життя, освіченість, раціоналізм, терпимість, широта поглядів, ефективність; «Особистісні властивості» – вихованість, відповідальність, самоконтроль, тверда воля, чесність, турботливість; «Цінності спілкування» – життєрадісність, незалежність, непримиримість до недоліків у себе та інших, сміливість у відстоюванні власних поглядів. Результати дослідження подано у таблиці 2.3.

Таблиця 2.3.

Ціннісні орієнтації дистриб'юторів (у % від кількості обстежуваних)

Термінальні цінності	Досліджувані
«Цінності професійної реалізації»	38,8
«Цінності особистого життя»	44,9
«Абстрактні цінності»	17,1
Інтернальні цінності	-
«Цінності справи»	24,7
«Особистісні властивості»	26,8
«Цінності спілкування»	49,5

Треба зазначити, що майже всі досліджувані обирали на перше місце «матеріально забезпечене життя», яке включене у блок «Цінності професійної реалізації»: досліджувані 38,8%. На наш погляд, це зумовлено питаннями, які відображають актуалізовані потреби біовиживання. Гроші, матеріальна сторона характеризують розвиток фінансово-економічних якостей працівників. Взагалі найвищими показниками є інтернальні цінності в блоці «Цінності спілкування» 49,5%, що, на нашу думку, відображає ситуацію, яка склалася на сьогодні, а саме, карантинні умови в яких опинився увесь світ. І тут спрацьовує людська потреба у спілкуванні, приналежності до колективу, затребуваність своєї діяльності, перехід на режим віддаленої роботи, праця в он-лайн режимі тощо. Найвищими показниками термінальних цінностей є переконання в тому, що певна кінцева мета індивідуального існування варта того, щоб до неї прагнути. Блок «цінності особистого життя» з показниками у досліджуваних 44,9% підкреслює у досліджуваних повагу до сім'ї, власну освіту, взаємостосунки, бути корисним та затребуваним в колі родичів та

друзів. Звичайно ціннісні орієнтації залежать від способу життя, умов зовнішнього і внутрішнього середовища особистості. У системі цінностей Я-реального в консультантів домінують цінності, пов'язані з актуалізованими потребами: фінанси, матеріальна забезпеченість. До нижчого рангу належать «Абстрактні цінності» особистої причетності та соціальної підтримки: безпека, здоров'я, краса природи та мистецтва. Провідну роль мають базові цінності, що відображають потреби в матеріальному достатку, саморозвитку, високооплачуваній роботі. Трансформації, які відбуваються в країні в сучасний час, теж впливають на систему цінностей працівників мережевого бізнесу, що вказує на знаходження ними різного роду активностей в напрямку адаптації до ситуації.

Наступним кроком нашого завдання було вивчення тих рис, за допомогою яких професійна діяльність консультантів ставала успішною. Методика В.І.Моросанової «Стиль саморегуляції поведінки» спрямована на дослідження загального рівня саморегуляції поведінки людини, а також таких компонентів, як: планування, моделювання, програмування, оцінювання результатів, гнучкості, самостійності. Коли відбувається формування певного стилю саморегуляції поведінки, його основних функцій, то зникають несприятливі індивідуальні особливості і підґрунтям діяльності стають ті риси, які сприяють досягненню поставленої мети.

В.І.Моросанова підкреслює чотири функції саморегуляції, а саме: моделювання, планування, програмування та оцінювання.

Планування визначає розуміння та усвідомлення цілей, рівень чітко сформованого планування функціонування (поведінки). Ця позиція включає в себе цілепокладання, планування та частково прогнозування.

Моделювання пов'язане з розростом сприймань про лад умов, з дослідженням об'єктів пізнання, що ґрунтується на заміні конкретного об'єкта досліджень іншим, подібним до нього, мірилом їх усвідомлення та відповідності. Ця позиція єднає поняття та орієнтацію в обстановці.

Програмування розкриває усвідомлене визначення індивідуальністю особистих дій, сформованість вимоги в обдумуванні модусів своєї діяльності та поведінки для звершення сформованих цілей. Ця функція взаємозалежна з прогнозуванням.

Оцінювання результатів включає здатність аналізувати, синтезувати, виокремлювати головне та адекватність оцінки індивідуумом себе та результатів персональної діяльності і поведінки. Ця функція перекликається з позиціями самоаналізу та самоконтролю.

Таблиця 2.4

Порівняльний аналіз показників стилю саморегуляції поведінки у дисриб'юторів

Показники стилю саморегуляції поведінки	Загальна вибірка $X \pm S_x$	Високоактивні $X_v \pm S_x$	Середньоактивні $X_c \pm S_x$	Низькоактивні $X_n \pm S_x$
Планування	6,34 ± 1,70	6,83 ± 1,37	6,24 ± 2,01	5,81 ± 1,38
Оцінка результатів	5,79 ± 1,35	6,13 ± 1,81	5,78 ± 1,75	6,00 ± 1,48
Моделювання	5,56 ± 1,74	6,63 ± 1,77	5,70 ± 1,79	4,83 ± 1,31
Гнучкість	7,25 ± 1,28	6,45 ± 1,38	7,15 ± 1,35	7,42 ± 1,24
Програмування	6,61 ± 1,50	6,87 ± 1,89	6,46 ± 1,48	6,40 ± 1,38
Самостійність	7,35 ± 7,30	6,38 ± 2,07	7,38 ± 9,35	7,42 ± 2,19
Загальний рівень саморегуляції	32,13 ± 4,34	32,88 ± 1,52	32,29 ± 4,09	31,35 ± 4,83

Із табл. 2.4, видно, що за природою вибирання та продукування засобів й методів здобутку намічених цілей, критичністю оцінки результатів власних дій, їх відповідністю меті та критерію майбутнім працівникам мережевого бізнесу властивий «середній» рівень, втім у низькоактивних працівників нижчі показники за шкалами «програмування» – 5,81±1,38 й «моделювання» – 4,83±1,31. Значним проявився те явище, що у низькоактивних та середньоактивних подвижників за показниками «гнучкість» і «самостійність» результатів проступили дещо вищими, аніж у високоактивних досліджуваних.

Як бачимо, що при зміні зовнішніх обстав у консультантів з середнім і низьким рівнями активності, з'являються внутрішні еталони оцінки результатів власних дій. Тобто це говорить про те, що їх успішність в

продажах, розробленні власного бренду, залежить від особистісних якостей та активності об'єктом якої є вони самі. Саморегуляція забезпечує взаємодіяння та ріст психічних явищ і ходів в рамках кількісно-якісних параметрів, які вивчалися. Отже маємо констатувати, що стиль саморегуляції поведінки професіоналів мережевого бізнесу залежить від сформованості основних показників.

Таблиця 2.5.

Ступінь виразності показників стилю саморегуляції поведінки %

Показники виразності стилю саморегуляції поведінки	Високоактивні			Середньоактивні			Низькоактивні		
	ВР	СР	НР	ВР	СР	НР	ВР	СР	НР
Планування	51	51	-	49,2	45,4	7,4	83,3	16,7	-
Оцінка результатів	37,5	61,5	-	33,4	59,2	7,4	33,7	58	8,3
Моделювання	51	50	-	26	66,6	7,4	8,3	75	16,7
Гнучкість	51	37,5	11,5	44,5	55,5	-	41	59	-
Програмування	51	37,5	11,5	26	66,6	7,4	25	58,3	16,7
Самостійність	51	37,5	11,5	48,2	37	14,8	83,4	8,3	8,3
Загальний рівень саморегуляції	62,5	37,5	-	44,5	51,8	3,7	33,4	58,3	8,3

Із результатів, поданих у табл. 2.5, видно, що у високоактивних консультантів, майже за всіма показниками стильової саморегуляції поведінки переважає високий рівень – 51%, крім показника оцінка результатів, в якому переважає середній рівень розвитку – 61,5%.

Це свідчить перш за все, про відносно сформовану індивідуальну систему усвідомленої регуляції своєї діяльності та поведінки, вміння ставити цілі і йти до мети, планувати процес навчання, здобувати досвід, вибудовувати поведінку, організовувати роботу для реалізації власних цілей.

Середньоактивні і низькоактивні консультанти у більшості мають середній рівень розвитку саморегуляції за такими показниками, як

планування, моделювання, програмування й оцінка результатів. Бачимо, що за шкалою «самостійність» у низькоактивних досліджуваних найвищі показники – 83,4%. Тобто, для них більш характерна автономність в організації процесу діяльності та самостійно планувати процес досягнення цілі.

Для оцінки рівня індивідуально-психічних властивостей особистості, її характерологічних та поведінкових особливостей, використано шістнадцяти-факторний особистісний опитувальник Р.Кеттелла

Із результатів порівняльного аналізу фронтальних значень ознак активності учіння і показників Kettell, виявлено, що незалежних консультантів з краси з досвідом робота та новачків у цій сфері характеризує сердечність, доброта, відкритість, природна добродушність, уважність до людей, прагнення мати багато друзів та однодумців, можливість комунікувати.

Усі вони легко співіснують та взаємодіють в групі й вміють достатньо тонко розбиратися в людях, що є важливою якістю для консультанта; здатні замислюватися над мотивами поведінки клієнтів та покупців. Разом з тим і працівників з досвідом і тих, хто є адептом в дистриб'юторській галузі можна характеризувати за такими критеріями: внутрішня розслабленість, відчуття особистої незначущості (фактор L), розвинений лідерський потенціал, активність (фактор E), наявність особистого погляду та своєї думки, моральність, гнучке ставлення до поглядів інших (фактор G).

Результати порівняння середніх значень показників особливостей особистості в наших вибірках свідчить, що визначальних відмінностей між ними не існує. Це добре помітно на графіку особистісних профілів у незалежних консультантів з краси з досвідом роботи з мережевих бізнес-структурах та адептів, які освоюють ази професійних знань і умінь та залучається до традицій і професійних цінностей спільноти професіоналів. (рис. 2.1).

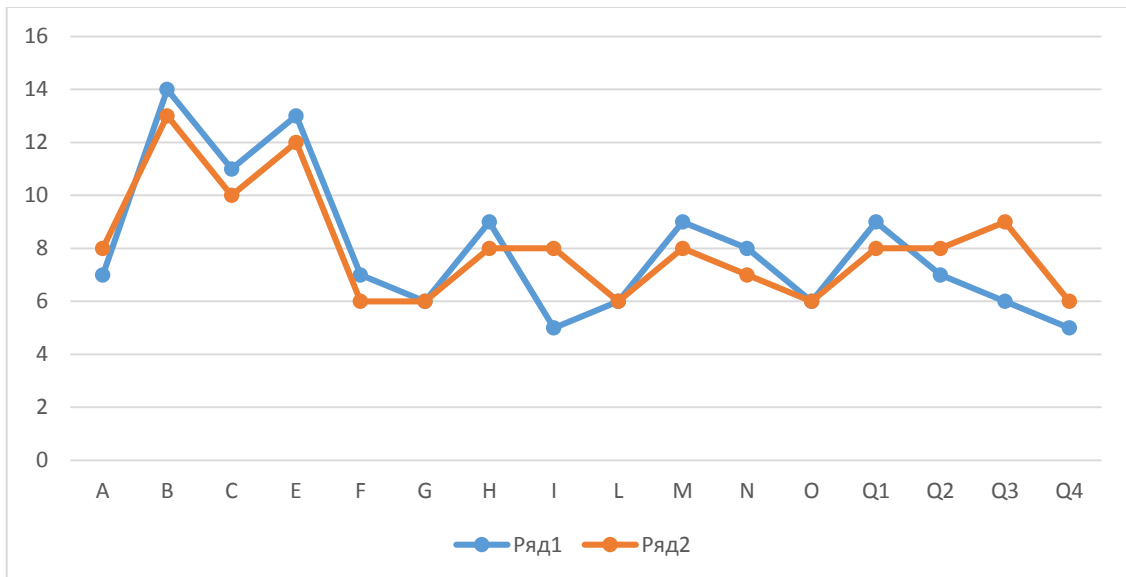


Рис.2.1. Порівняльний аналіз особистісних профілів у консультантів дистриб'юторів з досвідом роботи та консультантів-адептів у мережевому бізнесі

Примітки: ряд 1- з досвідом роботи в мережевому бізнесі ряд 2 – консультанти-адепти

Аналіз результатів з рис.2.1. показав, що досвідчені працівники у порівнянні із адептами більш зібрані, знають чого хочуть, вміють ставити орієнтири у своїй діяльності мають вищий рівень розвитку практичного інтелекту (фактор В), наполегливіші, самовпевненіші у власних силах (фактор Е), розуміють свою сферу діяльності, сміливіші, схильні до спілкування, у них надто розвинене відчуття обов'язку (фактор О), вони імпульсивніші (фактор Н), більш емоційні до реакцій оточуючих, виражена закономірність у гуртовій допомозі, орієнтація на суспільну похвалу (фактор Q2). Разом з тим, у сприйнятті нового дистриб'ютори з досвідом роботи більш критично налаштовані, дещо ригідно поведуться в опануванні нового, повинні бути переконані в тому, що сприймають (фактор Q1).

Незалежні консультанти з краси, які опановують цю сферу діяльності, більш ніж у досвідчених фахівців, виражені характеристики доброти й відкритості (фактор А), стабільність у поведінці, емоціях (фактор С), вони спокійніші, розсудливіші, із самоаналізом (фактор F), серйозніші, мають постійні інтереси, щиріші у відношеннях, динамічні у спілкуванні терпиміші

до незручностей, мають ділову направленість (фактор G), прагнуть вишукувати похвальне в житті (фактори H і F). Важливо зазначити те, що за цими ж факторами досвідчені працівники більш виразні, незагрозливі й безпечні (фактор F), що може відобразитися через їх фінансову сталість у власній системі заробітку, ригідні, ймовірно, що коли є власна схема яка приносить дохід, то не хочеться змінювати її на нове та невідоме. (фактор C). Вони більш ефективні (Q1), вільнодумні, люблять експериментувати та мають різнобічні інтереси, виражену «силу Я» (G), що проявляється у наполегливості під час засвоєння навичок, усвідомленні прийнятих рішень, у досягненні цілей, відповідальності, обов'язковості, у високій моральності, прагненні дотримуватися відповідних норм, законів, цінностей, приписів і правил.

Для дистриб'юторів з досвідом, характерна безтурботність, незосередженість на пізнанні чогось нового, (фактор F), більші показники за фактором B, та однакові за фрустрацією (фактор L), вищі показники (фактор M) мрійливість, розсіяність; зниженим самоконтролем (Q3) і низькою збудженістю (Q4). Однак новачки в сфері мережевого бізнесу відзначаються більш емоційно стриманістю (фактор N), терпиміші до себе і навколишніх, (фактор I). А в конфліктних ситуаціях усі дистриб'ютори відзначили наявність схильностей обвинувачувати не тільки інших але і себе (фактор O, Q4).

Суспільство на сучасний час високо оцінює бізнес-діяльність триумфальних соціальних підприємців, відтак можна очікувати, що вони будуть застосовувати свої можливості через особистісні якості та характеристики, щоб розвивати та вдобрювати власні бізнес-інновації і суспільні прориви. На відміну від простосердих підприємців, які зорієнтовані виключно на власних ринкових можливостях та на достеменній бізнес-моделі, монетизуючій ці їх шанси, суспільні підприємці повинні прислухатися до критичних моментів розподіленні отриманого доходу і безвідривно балансувати між створенням прибутку у власному ділі і на створенні певної соціальної цінності. Їх шлях тернистіший, ніж у прямого підприємця, і, як наслідок, суспільний підприємець може мати сильніші чинники

психологічного вантажу та стресу. Психологічні особливості суспільного підприємця відрізняються тим, що у нього є відповідна місія, бажання і виразне розуміння того, що він зугарний розв'язати конкретну соціальну проблему/потребу, для задоволення потреб суспільства, а також присутні відчуття внутрішньої психологічної необхідності у вирішенні цієї проблеми. «Особи, що знаходяться на життєдіяльній, вмотивованій і будівній стороні, є більш наполегливими і дужче схильні до відчутних почуттєвих станів», [51] Дистриб'ютори, зазвичай, маніпулюють великою кількістю бізнес-ролей які часто призводять до різних непередбачуваних ситуацій: зниження потоку клієнтів, конфлікти та непорозуміння з партнерами, проблеми з кадрами. І увесь свій час вони будуть спрямовувати на досягнення прибутку та бізнес-успіху, а якщо це соціальна дистрибуція, то вони ще намагаються допомогти у вирішенні соціальних потреб людей. На думку деяких дослідників, багато соціальних підприємців мають вроджені риси характеру, які роблять їх більш суспільно-зорієнтованими, чуттєвими і вразливими, хоч в стресових ситуаціях вони більш психологічно стійкі.[17; 51; 53]

На думку науковців, соціальні підприємці мають добре розвинену витривалу психіку і різняться впевненістю та вірою в себе. Вони впевнені в своїй діяльності, дії, які вони виконують вважають важливими, значущими і заслуженими. Такі підприємці у важких бізнес ситуаціях дужче психологічно стійкі, їхня самооцінка базується не лише на здобутках, досягненнях і удачах, а й на реальних фактах і їх суспільному визнанні. Утруднення вони сприймають як можливість випробувати свої сили і, навіть в разі промаху, більш вільно і з оптимізмом ставляться до невдач. [35; 41]

Неодноразово соціальні підприємці користуються новаторськими підходами до ведення бізнесу. Їх бізнес діяльність на умовах самоокупності та сталому розвитку, дає можливість вирішувати або пом'якшувати конкретні соціальні проблеми суспільства. Соціальні підприємці частіше перебувають на рубежі традиційного підприємництва та благодійництва. Вони беруть від благодійності її соціальну спрямованість діяльності, а від бізнесу – природно-

підприємницький підхід. Розуміючи це, спостерігаємо, що соціальні підприємці в їх бізнес-діяльності, зазвичай, психологічно дещо сильніші типових підприємців, через що вони мають чітку соціальну місію, яка служить стійкою основою ведення їх життєвої лінії бізнес діяльності. Соціальний підприємець іноді готовий трудитися без значущого доходу або тимчасовими збитками, добросовісно працювати і досліджувати перспективи свого і суспільного розросту настільки далеко, наскільки дозволяє його бажання здійснювати соціальну діяльність. Усе вищезазначене дозволяє стверджувати, що на відміну від звичайного підприємця, соціальний працівник мережевого бізнесу, котрий має соціальну місію і особистісні якості, якісніше вибудовує свою професійну діяльність. [44; 45]

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ II

Виокремлені основні особистісні якості дистриб'ютора, які сприяють його діяльності. За методикою «ціннісні орієнтації» термінальні та інтернальні цінності ми об'єднали у три блоки. Перший блок термінальних цінностей – «Цінності професійної реалізації», до якого ввійшли: активне діяльне життя, життєва мудрість, цікава робота, матеріально забезпечене життя, продуктивне життя; другий – «Цінності особистого життя», до яких належать: наявність хороших та вірних друзів, суспільне визнання, розваги, щасливе сімейне життя, впевненість у собі; третій блок «Абстрактні цінності» включив такі: краса природи та мистецтва, любов духовна та фізична, саморозвиток, щастя інших, свобода, творчість. Інтернальні цінності були об'єднані в наступні блоки: «Цінності справи» – високі вимоги до життя, освіченість, раціоналізм, терпимість, широта поглядів, ефективність; «Особистісні властивості» – вихованість, відповідальність, самоконтроль, тверда воля, чесність, турботливість; «Цінності спілкування» – життєрадісність, незалежність, непримиримість до недоліків у себе та інших, сміливість у відстоюванні

власних поглядів. Цінності професійної реалізації»: досліджувані 38,8%. На наш погляд, це зумовлено питаннями, які відображають актуалізовані потреби біовиживання. Гроші, матеріальна сторона характеризують розвиток фінансово-економічних якостей працівників. Взагалі найвищими показниками є інтернальні цінності в блоці «Цінності спілкування» 49,5%, що, на нашу думку, відображає ситуацію, яка склалася на сьогодні, а саме, карантинні умови в яких опинився увесь світ. І тут спрацьовує людська потреба у спілкуванні, приналежності до колективу, затребуваність своєї діяльності, перехід на режим віддаленої роботи, праця в он-лайн режимі тощо. Найвищими показниками термінальних цінностей є переконання в тому, що певна кінцева мета індивідуального існування варта того, щоб до неї прагнути. Блок «цінності особистого життя» з показниками у досліджуваних 44,9% підкреслює у досліджуваних повагу до сім'ї, власну освіту, взаємостосунки, бути корисним та затребуваним в колі родичів та друзів. Звичайно ціннісні орієнтації залежать від способу життя, умов зовнішнього і внутрішнього середовища особистості. У системі цінностей Я-реального в консультантів домінують цінності, пов'язані з актуалізованими потребами: фінанси, матеріальна забезпеченість. До нижчого рангу належать «Абстрактні цінності» особистої причетності та соціальної підтримки: безпека, здоров'я, краса природи та мистецтва. Провідну роль мають базові цінності, що відображають потреби в матеріальному достатку, саморозвитку, високооплачуваній роботі. Трансформації, які відбуваються в країні в сучасний час, теж впливають на систему цінностей працівників мережевого бізнесу, що вказує на знаходження ними різного роду активностей в напрямку адаптації до ситуації.

З'ясовано взаємозв'язок особистісних якостей дистриб'юторів із різнорівневими індивідуальними властивостями. За методикою «Стиль саморегуляції поведінки» рівня саморегуляції поведінки людини, а також таких компонентів, як: планування, моделювання, програмування, оцінювання результатів, гнучкості, самостійності. Коли відбувається формування певного

стилю саморегуляції поведінки, його основних функцій, то зникають несприятливі індивідуальні особливості і підґрунтям діяльності стають ті риси, які сприяють досягненню поставленої мети. У незалежних консультантів з краси формуються внутрішні критерії оцінки результатів своїх дій. Тобто це говорить про те, що їх успішність в продажах, розробленні власного бренду, залежить від особистісних якостей та активності об'єктом якої є вони самі. Саморегуляція забезпечує взаємодію та розвиток психічних явищ і процесів в рамках кількісно-якісних параметрів, які вивчалися. Отже маємо констатувати, що стиль саморегуляції поведінки професіоналів мережевого бізнесу залежить від сформованості основних показників вміння ставити цілі і йти до мети, планувати процес навчання, здобувати досвід, вибудовувати поведінку, організовувати роботу для реалізації власних цілей.

РОЗДІЛ III

РОЗРОБКА ТА ПРОВЕДЕННЯ ТРЕНІНГОВОЇ ПРОГРАМИ РОЗВИТКУ ОСОБИСТІСНИХ ЯКОСТЕЙ ДЛЯ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДИСТРИБ'ЮТОРІВ

3.1. Організація тренінгової роботи для вдосконалення особистісних якостей дистриб'юторів та консультантів

На сьогодні стало не стільки популярним, скільки затребуваним проводити психологічну роботу як індивідуально з працівниками так і в групових формах. В залежності від запиту, який стоїть перед фахівцем, вибирають ті модальності взаємодій з психологом, які принесуть найбільшу користь. Зокрема при сьогоднішньому розвитку дистриб'юторської професії є актуальним запити для роботи психолога з персоналом дистриб'юторських компаній та фірм мережевого бізнесу.

По-перше, дистриб'ютори є важливою ланкою торгового ланцюжка, які виконують дуже багато різних функцій. По-друге роль консультантів та дистриб'юторів визначаються потребами ринку. Можна детальніше зупинитись на функціях дистриб'юторів. І головною функцією можемо зазначити: потребу надавати виробнику експертну оцінку споживчих потреб. Оскільки саме дистриб'ютори отримують реальну інформацію про потреби торговельних точок і безпосередньо споживачів. Наступною функцією є формування ефективної моделі продажу, щоб забезпечити виробнику стратегію позиціонування та реалізацію виготовленої продукції. Дуже важливим аспектом в роботі дистриб'ютора є розуміння того, як забезпечувати торгові точки в різних каналах збуту відповідним асортиментом. Цінність дистриб'ютора полягає у вмінні ефективно управляти ланцюгом постачання від виробника до кінцевого споживача. Для дистриб'ютора важливо вміти спланувати власний залишок і допомогти в цьому клієнту, а також надати виробнику інформацію з ринку для

планування виробництва. Компетенція планування від потреби ринку до об'ємів виробництва створює дистриб'ютору додану вартість на ринку. Важливим вмінням та обов'язком дистриб'ютора є розробка маркетингових моделей для розвитку товару на ринку, оскільки саме він бачить, як споживач сприймає ті чи інші акції, що краще для продавця в торговій точці: чи отримати безкоштовну одиницю товару, чи грошову винагороду за певний обсяг реалізованої продукції.

Українські дистриб'ютори мають не тільки виконувати перераховані функції, а й вміти будувати роботу з огляду на сучасні реалії ведення дистрибуційного бізнесу в нашій країні. Зокрема, Уляна Киричук називає сім головних аспектів, з якими доводиться працювати на ринку дистрибуції сьогодні:

- ✓ розвиток національних мереж;
- ✓ підвищення стандартів дистрибуції від продуцентів, яких вони вчать в міжнародних компаній або впроваджують з огляду на стандарти та вимоги до свого продукту (щодо зберігання, транспортування тощо);
- ✓ оптимізація витрат виробників — скорочення затрат логістики;
- ✓ потреба в розвитку компетенцій категорійного менеджменту;
- ✓ зростання ролі інформаційних технологій;
- ✓ проблема дефіциту персоналу;
- ✓ глобалізація та стирання кордонів. [55].

Робота психолога з дистриб'юторами та консультантами, які починають працювати в мережевому бізнесі вимагає групових форм роботи. Аналіз показав, що останнім часом різні форми групової роботи стали досить популярними внаслідок ефективності й більшої економічності у порівнянні з індивідуальною роботою [14; 22; 24; 29; 52; 55]. Формування та корекція уявлень людини про себе відбувається у груповому форматі інтенсивніше та

виразніше. Саме тому обрано групову форму роботи з незалежними консультантами в ТОВ «Мері Кей (Україна) ЛТД».

Загальна мета групових форм навчання конкретизована в наступних завданнях: 1) оволодіння психологічними знаннями; 2) розвиток здатності адекватного і повного самопізнання; 3) визначення сильних і слабких сторін у майбутній професійній діяльності й 4) розвиток вміння ефективно використовувати особистісні якості в професійній діяльності.

Аналіз та вивчення специфіки організації групової роботи, запропонованої відомими зарубіжними психологами, дозволило виявити та подати ключові аспекти їх напрацювань у вигляді таблиці 3.1.

Таблиця 3.1.

Групові форми психологічної допомоги

Підхід	Метод	Автор
Репресивно-інспіраційна терапія	Класний метод	Джозеф Пратт
Індивідуальна терапія, груповий аналіз	Психоаналітичні методи	З.Фрейд, А.Адлер, Л.Вендер, П.Шілдер, Т.Барроу
Клієнт-центрований	Гуманістичний	К. Роджерс
Глибинно-акціональний	Психодрама, соціодрама	Я.Морено
Інтеракційний	Т-групи	К.Левін, Р.Ліппітт, Л.Бредфорд
Психофізичний	Групи тілесної психотерапії	В.Райх, А.Лоуен, Фельденкрайс, М.Александр
Біоенергетичний	Танцювальна терапія	А.Дункан, А.Лоуен, А.Пессо, М.Чейнс
Психодинамічний, гуманістичний	Арт-терапія	Принцхорн, М.Наумбург, Г.Юнг, Васіліус
Структурний	Трансактний аналіз	Е.Берн, Стейнер, Кроссман
Біхевіористський	Тренінгові групи вмінь	А.Лазарус, Г.Айзенк

Із результатів, поданих у табл. 3.1. видно, що нині створено і функціонує чимала кількість різноманітних тренінгових груп. Це, насамперед, так звані Т-

групи зустрічей, групи з розвитку навичок спілкування, гештальт-групи, групи психодрами, тілесної терапії і танцювальної терапії, терапії мистецтвом, тренінгу умінь, навчальних тренінгів, які є актуальними у роботі з дистриб'юторами, тощо.

Учасники психокорекційних груп є суб'єктами власних змін, орієнтованих на вирішення особистісних проблем. Розуміння ефективності участі в групових формах виходить із принципу єдності соціального оточення і особистості. Визначено, що спільна діяльність протікає як мотивована взаємозалежність індивідів із соціальним середовищем, що в процесі активної взаємодії відбувається перебудова структури переживання окремої людини.

Дослідження груподинамічних процесів у контексті групової терапії та активного соціально-психологічного навчання зарубіжних дослідників У.Беніса, К. Левіна, Ж. Нюттена, К. Роджерса, В. Шутца та вітчизняних учених О.Ф. Бондаренка, О.І. Бондарчук, Ю.М. Ємельянова, П.В. Лушина, Т.С.Яценко та ін. дозволили нам визначити групову динаміку як сукупність дієвих процесів, що одночасно проходять в групі в певну одиницю часу, й означають просування групи від стадії до стадії.

Важливо назвати принципи, закладені в основу створення тренінгу для вдосконалення особистісних якостей дистриб'юторів та консультантів. Серед них: принцип активності – девіз якого партнерство, інтерес, співробітництво; принцип самопізнання та розвитку – в рамках цього принципу є ареною емоційно та енергетично насиченої взаємодії, яка уможлиблює відреагування та інсайти. Трудова міграція — велика проблема для України. На сьогодні близько 4 млн українців працюють за кордоном (16% працездатного населення України). Відповідно, завданням кожного роботодавця є створення таких умов праці, щоб ці люди захотіли повернутися працювати додому. Ще одна особливість сьогодення української дистрибуції — нове покоління (міленіали).

До 2020 року вони складають 40% всіх працівників. Для них дуже важливо розуміти ціль та місію компанії та відчувати себе її частиною, тому велику увагу потрібно приділити менеджменту, який працює з такими людьми.

Міленіалам необхідно не просто ставити завдання, а ще й пояснювати мету, окреслювати кінцевий результат і говорити наскільки їх робота важлива для компанії та суспільства в цілому. Нове покоління готове працювати тільки в технологічних компаніях (ще один аргумент на користь впровадження новітніх технологій). Не варто забувати й про можливість вивчати досвід міжнародних компаній, дистрибуційних компаній з інших країн щодо роботи з персоналом та інших аспектів. Сучасні засоби зв'язку та комунікації стирають усі кордони та дозволяють набувати досвіду. Вчитися на чужих помилках завжди краще ніж на власних. [55].

Тому для організації тренінгової роботи з дистриб'юторами психологу необхідно враховувати усі необхідні фактори, які будуть впливати на результативність вивчення особистісних якостей та подальше їх використання з метою успішної діяльності на теренах української дистрибуції.

3.2. Оцінка ефективності розробленої програми «Формування особистісних якостей консультантів для їх успішної діяльності».

Зміни сучасного суспільства, швидкість та інтенсивність яких посилюється з кожним днем, постійно змінюються вимоги й до особистості сучасного фахівця мережевого бізнесу. Здатність дистриб'юторів бути суб'єктом свого професійного розвитку та самостійно знаходити вирішення соціально та професійно значущих проблем в умовах мінливої дійсності з кожним разом набуває актуальності. Особливо важливим є набуття тих особистісних якостей, які сприяють створенню культури співпраці, вміння комунікувати, переваги особистим зустрічам, розуміння важливості роботи в досягненні вищої мети, використовувати власні вміння з метою покращити та зробити успішною діяльність.

Мета даного етапу експериментальної роботи полягала в розробці змісту та апробації тренінгової програми спрямованої на виявлення особистісних якостей консультантів для їх успішної діяльності.

Для проведення формувального експерименту було розроблено модель поетапного проведення тренінгової роботи з дистриб'юторами.



Рис. 3.1. Модель системи поетапного проведення тренінгової роботи з дистриб'юторами

Із рис. 3.1. видно, що модель системи поетапного проведення тренінгової роботи містить два етапи:

Перший етап передбачає готовність працівників мережевого бізнесу до самопізнання. Продовженням етапу самопізнання є другий етап – етап самовдосконалення. Самовдосконалення як віддзеркалення променистого та

неперевершеного в собі є мотивуванням духовного розвитку (Е. Помиткін) [36]. І якщо процес самопізнання може пояснюватися як усвідомлення і наявність, присутність та розвиток досліджуваних у собі рис, то самовдосконалення є дієвим способом трансформації негативу в позитив на рівні хотінь, емоцій, почувань, ідей, перспектив і спонук [36]. Осмислюючи себе і власну позицію у житті, індивід провинний і вміє прагнути до самовдосконалення, розвиваючи інтелект, формуючи моральні та особисті якості, збагачуючись сферою духовних прагнень. У цьому сенсі ідея самопізнання для розумно-душевної людини стає головною в її життєвому просторі, забезпечуючи можливість опанування своїм внутрішнім світом [45].

Наступною ланкою роботи на тренінгу є розкриття умов. Які поділені на зовнішні та внутрішні, і в єдності допомагають розкриттю власного «Я-особистості». У внутрішні умови входять: когнітивні, мотиваційні та ціннісні аспекти особистості, готовність до співпраці, активність, ініціативність – дані показники розкривають особистісні потенціали дистриб'ютора та допомагають виокремити важливі сторони працівника. Зовнішні умови зумовлені наявністю кваліфікованого персоналу, сучасним матеріально-технічним забезпеченням та тими зовнішніми чинниками, які сприяють для пізнання та самовдосконалення працівників мережевого бізнесу.

Подальшою роботою є заходи, які спрямовані на формування особистісних якостей. Саме за допомогою заходів, які використовувались на тренінгах досліджувані мали можливість пізнати та виокремити власні риси характеру, а також означити ті якості, які необхідно розвивати та використовувати для дистриб'юторської успішної професійної діяльності.

Отже, запропоновані та систематизовані справи в проведенні тренінгової роботи є тим унікальним матеріалом розвитку особистості, який збагачує її уявлення про особистісні риси та якості, спроможність володіти собою у вибудові власного життєвого шляху, а також слугує підґрунтям у подальшому стимулюванні професійного розвитку.

Основною формою роботи зовнішніх і внутрішніх змін, спрямованих на пізнання та самопізнання власних рис, групових і організаційних ресурсів, було обрано тренінгову роботу. Тренінг має істотні переваги над іншими формами та видами навчання, адже вони репрезентують собою ефективні засоби психічного розвитку людини. Їхня цінність полягає у можливості подолання обмежень, властивих традиційним методам навчання. Перевагою тренінгу є безперервність процесів оволодіння знаннями, застосування їх у поведінкових вміннях та утворення нових навичок. Активні методи навчання залучають когнітивну, афективну і поведінкову сфери особистості у тісній інтеграції та взаємодії.

Забезпечення психологічної роботи реалізовувалося за рахунок: визначення мети і завдань; об'єкта та предмета; вибору засобів і форм реєстрації результатів, обробки і психологічної інтерпретації отриманої інформації. Втім варто зазначити, що інформація, отримана в результаті проведення тренінгу, використовувалась лише як підґрунтя для прийняття певного рішення особистістю, яка перебуває на етапі навчання мережевого бізнесу.

Основною формою роботи з дистриб'юторами, що опановують нову діяльність, в межах реалізації програми були лекційні, семінарські, практичні та тренінгові заняття для груп з дисципліни «Основи психології» (36 годин), «Міжособистісне спілкування, побудова команд і робота в команді» (18 годин), які систематично проводять під час весняного семестру в Державному технічному університеті імені Івана Пулюя.

Процедура психологічної роботи передбачала укладання контракту між ведучим та учасниками, в якому зазначено їхні проблеми, потреби, змістовна спрямованість роботи, її мета, завдання а також форма реалізації. Відповідальність тренера під час проведення тренінгу ґрунтується на створенні атмосфери близькості і довіри, яка нівелює непродуктивні емоції, що можуть виникнути в процесі роботи; визначенні взаємних очікувань,

способів і методів роботи в Т-групі; дотриманні конфіденційності етичного та юридичного стандарту консультування.

В якості основних діагностичних методик експериментальної програми було відібрано:

1) стандартні тестові методики на виявлення рис характеру та особистісних якостей дистриб'юторів;

2) психобіографічні опитувальники та автонарратив, за допомогою якого виявляється часова і змістова перспектива особистісного розвитку.

Застосування діагностичних, методичних та інформаційних методів забезпечує єдність та взаємопроникнення двох аспектів практичної психології: діагностики психічних явищ та розвитку необхідних якостей, які сприяють досягненню професійного успіху.

Сценарій особистісно-орієнтованого психологічного тренінгу спрямованого на самопізнання та самовдосконалення, що містить елементи технік афірмацій та самофутурування, подано у табл. 3.2.

Таблиця 3.2.

**Сценарій особистісно-орієнтованого психологічного тренінгу
спрямованого на самопізнання та самовдосконалення**

Тренінгові вправи	Основна мета та забезпечення
етапи	
Вправа «Девіз мого життя» Проективна вправа: «самопізнання рис характеру» «Слухові та візуальні асоціації до слів: <i>дистриб'ютор, мережевий бізнес, мета, успіх</i> »	Презентація мети та завдань тренінгу. У вступі наголошується на активній поведінці особистості та дотриманні принципів: «тут і тепер», активність,
Вправа «Автонарратив»	Створення цілісного бачення роботи в тренінгу. Складання самохарактеристики.
умови	
Вправи «М'язова релаксація» (за Джекобсоном), «Посмішка»	Зняття напруги, розслаблення, налаштування на роботу.
Вправа «Візуалізація особистісного проекту» (на день, на тиждень, на місяць).	Ознайомлення з техніками афірмацій та самофутурування. Перенавчання або зміни життєвої програми.

Вправа «На шляху до мети» Вправа «Найближче майбутнє»	Формулювання цілей на теперішнє та майбутнє
Вправи «Мій портрет у променях сонця».	Формування окремих складових андрогінної моделі поведінки.
Вправа «Формула моєї особистості». Створення малюнка на тему «Мое майбутнє» (по колу)	Створення креативного середовища для учасників тренінгу. Актуалізація «Я-концепції».
Техніка за Р.Ассаджолі	Створення позитивного образу «Я».
Заходи спрямовані на формування особистісних якостей	
Вправи «Позитивне мислення», «Мої сильні сторони», «Професійний девіз»	Переосмислення системи поглядів та поведінки дистриб'юторів. Осмислення участі та результатів в тренінговій роботі
Вправа «Для власного оновлення залишаю...»	Аналіз оновлень у системі поглядів, власних якостей та поведінці.

Програма тренінгу окреслювала правдивий реєстр вправ з пригожим змістом, що були спрямовані на самопізнання рис характеру та виокремлення особистісних якостей необхідних для досягнення успіху.

Психологічна робота охоплює початкову фазу тренінгу, до якого включені наступні вправи. «Девіз мого життя» – пропонує кожному учасникові вибрати одну кольорову (за палітрою тесту Люшера) міні-футболку. Через 4 хвилини учасники презентують своє ім'я, власний девіз, переконання, хобі, приватну інформацію (за бажанням), написану на листко-футболці. Також пишуть очікування від тренінгу. Далі виконують роботу в міні-групах «Мої основні характерологічні риси, які допомагають в діяльності це.....». Використовуючи маркери на ватмані протягом 5-7 хвилин необхідно викласти свої ідеї, щодо власних рис, які вам сприяють у вашій діяльності. Переносячи вирішення проблеми в сферу схематичного вирішення, дистриб'ютори мають можливість перейти в позицію активного суб'єкта. Оволодіння таким простором є дієвим способом організації діяльності, ніж нерозуміння ситуації. Одиницею аналізу цього процесу може бути представлена символізація, як особлива дія або засіб.

Змістом сфери символічного простору можуть бути образи, які з'являються в мисленні людини, мовних структурах, індивідуальних образах, побудові та створенні діяльності. Створення нових підходів до власної діяльності може розглядатись, як механізм розвитку особистості. Тобто візуальна символізація працює як особливий психотехнічний засіб формування особистісних якостей.

Вправа «Автонаратив» спрямована на особисте моделювання та структурування свого життєвого досвіду. В основу роботи покладено програму особистості і людських стосунків, розроблену французьким вченим А.Роше у межах екзистенційно-гуманістичної теорії з психоаналітичним підґрунтям. Під час письмового аналізу, створення власного наративу людина презентує у своєму життєписі не лише себе, але й водночас осмислює власний досвід.

Вправи «М'язова релаксація» (за Джекобсоном), «Посмішка», спрямована на розслаблення та налаштування на роботу. Метод прогресивної м'язового релаксу порадив Джекобсон, який вважав, що розслаблення (релаксація) м'язів є особливим засобом відновлення сил і рівноваги. Крім того, Джекобсон доказав, що різні типи емоційного реагування пов'язані з напруженням відповідної групи м'язів. Доведено, що в розслабленому стані відбувається глибше пізнання себе. Вправа є конструкцією буддійської медитативної техніки. Виконується протягом 12-22 хвилин. Крісла ставимо по колу, кожен учасник сідає в крісло і знаходить зручну для себе позу, в якій можна зберігати нерухомість протягом 15-20 хвилин. Концентрація на диханні виконується у наступний спосіб:

1. Сядьте зручно. Дивіться на підлогу в 1-2 метрах перед собою, ні на чому не фіксуючи погляду.

2. Займіть медитативну позу. Розслабте тіло. Сконцентруйтеся на диханні. Не змінюйте природного ритму дихання, а лише стежте за ним. Його можна мисленнево супроводжувати фразами: «Я відчуваю свій вдих... відчуваю свій видих...» тощо.

3. Сконцентрувавши свою увагу на диханні, можна повторювати наступні медитативні фрази:

Я вдихаю...

Я видихаю...

Грудна клітка розслаблена (один дихальний цикл)

Моє тіло розслаблене (один дихальний цикл)

Спокійне відчуття (вдих)

Спокійне відчуття (видих)

Я почуваюся приємно (вдих)

Я почуваюся приємно (видих)

Все розслаблено (вдих)

Все розслаблено (видих)

Спокій і тиша (вдих)

Спокій і тиша (видих)

Вправа «Посмішка» характеризується «аутогенною» дією посмішки, яка може викликати позитивні зрушення в емоційній сфері. Навчившись посміхатися «на замовлення», можна користуватись цим, щоб підняти настрій, який надихає на спілкування. Взявши на озброєння посмішку, важливо потурбуватися про її доречність з урахуванням стану співрозмовника, щоб він не розгледів у ній образи чи презирства. Сидячи в кріслі у зручній позі, розслабте м'язи, за допомогою яких ви підтримуватимете себе. Пригадайте події, які викликають у вас радість... Ви посміхаєтесь... Які звуки, зорові образи ви бачите? Які ваші відчуття? Постарайтеся підсилити позитивні відчуття і зберегти їх. Уявіть тонкі ниточки, прив'язані до цих відчуттів ... Ви берете їх в свою праву руку і залишаєте.

Вправи «Візуалізація особистісного проекту» (на день, тиждень, місяць), «На шляху до мети» та «Найближче майбутнє». Уявлення декількох моделей дозволеного прийдешнього потребує попередньої опрацювання різних варіантів власної дистриб'юторської діяльності та їх рангування за ступенем переваги. У ході побудування детально вивчених образів майбутнього велике

вагу має підхід тривалості як звернення до минулого, теперішнього і майбутнього. Спрямування до кожної з трьох часових перспектив дозволяє не тільки здобути інформацію, потрібну для конструктивних змін в особистому і професійному задумі, але й продивитись свої переваги, відносини, позиції, оцінки.

Для учасників тренінгу в ході виконання вправ були сформульовані чіткі правила:

- ✓ окреслювати свою мету та наміри в позитивних термінах, перераховуючи лише те, до чого прагнете;
- ✓ намагатися бути конкретним: якомога точніше уявіть собі, як це виглядає, як пахне, як звучить, і що сенсорно багатше ваше описання, то сильніше воно активізує ваш мозок для досягнення мети;
- ✓ докладіть зусиль для чіткого уявлення власної персони, своїх рис, характеристик та якостей;
- ✓ спробуйте уявити результат: що саме відбудеться, коли ви досягнете своєї мети, що ви тоді відчуватимете, хто буде вас оточувати, як це буде виглядати, як взагалі дізнатися, що ви досягли того, чого прагнули;
- ✓ сформулюйте цілі, досягнення яких залежить лише від вас.

Орієнтуючись на цей список, варто проаналізувати, в якій перспективі вони працюють: у віддаленій (мета всього життя, кар'єри), середній (найближчі п'ять років), чи близькій (найближчий рік) та вказати, як в них представлена кожна перспектива у відсотковому співвідношенні 100%.

Вправа «Мій портрет у променях сонця» спрямована на пізнання себе, своїх можливостей та якостей. Учасники зображають сонце. В центрі сонячного кола пишуть своє ім'я і малюють свій портрет. Уздовж променів записують свої можливості, все хороше про себе. Обговорюють важливості

позитивної самооцінки, Я-концепції, позитивного мислення для досягнення життєвих цілей.

Відповідно до задуму вправи «Формула моєї особистості», потрібно з кількох особистісних рис скласти формулу, яка відповідатиме розвитку індивідуальності. Для цього пригадайте п'ять рис, яких ви хотіли б позбутися, і п'ять рис, якими ви хотіли б оволодіти. Створення малюнка на тему «Моє майбутнє» (робота по колу) сприяє згуртованості групової роботи.

Техніка побудови позитивного образу «Я» полягає з одного боку в уявленні майбутніх змін щодо актуальної ситуації з урахуванням об'єктивних та суб'єктивних можливостей, а з другого боку – осмислення можливих невдач. Протягом 10-15 хвилин учасникам пропонується дати відповідь на запитання: «Чого я хочу?», «Яка найважливіша моя мета?», «Чому ця мета така важлива?»

Для переосмислення системи поглядів та поведінки дистриб'юторів, використовувалися вправи «Позитивне мислення», «Мої сильні сторони», «Професійний девіз». Вправа «Позитивне мислення» передбачала відпрацювання навички позитивного мислення без «Не». Тренер об'єднав групу у пари за довільною ознакою. Ведучий подає 10 мовних кліше: «Не запізнись», «Не йди», «Не забудь», «Не торкайся»..., Завдання переробити їх на позитивний варіант: «обережно», «зупинись», «запам'ятай», «поспіши», «зачекай» і зрівняти звук та кольору своїх емоцій під час їх прослуховування. Кожне кліше відпрацьовується у парі, після чого перші та другі номери міняються ролями і т.п.

Наступна вправа спрямована на усвідомлення своїх сильних сторін. Досліджуванам було запропоновано визначити, що вони цінують в собі, що спонукає до почуття внутрішньої свободи і впевненості у власних силах. Потрібно написати в дві колонки якості: в першу колонку свої сильні якості, які у вас є, а в другі професійні якості, які треба виробити. На складання списку вам дається 5 хвилин. Потім в колі ми прочитаємо кожен список і

прокоментуємо його. Коли ви будете висловлюватись, говоріть прямо і впевнено. На виступ кожному дається дві хвилини.

Наступним кроком є складання «професійного девізу», що дає можливість рухатись у вибраному напрямку. Інструкція: «Зараз кожному пропонується сформулювати свій власний девіз, який відображає ваше професійне кредо, ставлення до професійного світу і до себе, як до професіонала. На формулювання девізу – п'ять хвилин. Потім по черзі зачитуєте свої девізи і за необхідності їх пояснюєте».

Формулювання девізу спонукає до знаходження відповідей на ці питання допомагає чіткіше усвідомлювати мету свого професійного життя. Вправа «Для власного оновлення залишаю...», дає потенціал узагальнення та систематизування отриманого власного досвіду. Важливою у цій роботі є аналізування власного результату кожним учасником, який залишив для себе ті особистісні якості та характеристики, які сприяють успішній професійній діяльності.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ III

Проаналізовано роботу психолога з дистриб'юторами та консультантами, які починають працювати в мережевому бізнесі що вимагає групових форм роботи. Останнім періодом форми групової роботи стали доволі популярними через різні ефективності й високо-економічності у порівнянні з індивідуальною роботою.

Розроблено заходи, які спрямовані на формування особистісних якостей. Саме за допомогою заходів, які використовувались на тренінгах досліджувані мали можливість пізнати та виокремити власні риси характеру, а також означити ті якості, які необхідно розвивати та використовувати для дистриб'юторської успішної професійної діяльності.

Оцінено ефективність програми «Формування особистісних якостей консультантів для їх успішної діяльності», запропоновані та систематизовані вправи в проведенні тренінгової роботи є тим добротним фундаментом розвитку особистості, який збагачує її уявлення про особистісні риси та якості, спроможність володіти собою у вибудові власного життєвого шляху, а також слугує базисом у подальшому стимулюванні професійного розвитку.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Здійснено теоретичний аналіз поглядів на проблему вивчення особистісних якостей дистриб'юторів. Для вивчення особистісних якостей індивіда застосовують різні теорії та погляди наукових шкіл. Залежно від ситуації особа по-своєму сприймає оточуючу дійсність, у тому числі й соціальне оточення, яке впливає на її формування. Теорії особистості виконують дві основні функції – вони висвітлюють і завбачають поведінку.

Визначено міру розробленості та актуальність теми, яка мало розглянута і потребує детальнішої наукової розробки. Основним завданням дистриб'ютора є закупівля і продаж товарів. Крім цього, він виконує безліч інших функцій.

Виокремлені основні функції займаються спілкуванням з клієнтами, збором інформації і аналізом ринку, рекламують продукцію і доносять відомості про неї споживачам, організовують канали збуту і шукають покупців. Професія дистриб'ютора досить складна, бо є багато факторів, які впливають на професійне вигорання консультантів та дистриб'юторів.

Виокремлені основні особистісні якості дистриб'ютора, які сприяють його діяльності. Серед таких якостей: комунікативність, вміння налагоджувати контакт з клієнтами, ерудованість, позитивне налаштування на взаємодію, рівновага в емоціях та почуттях, компетентність та орієнтація в продукції, вміння швидко приймати рішення, гнучкість мислення.

За методикою «ціннісні орієнтації» ми побачили головні цінності досліджуваних. Об'єднання цінностей у три блоки зумовило:

перший блок термінальних цінностей – «Цінності професійної реалізації», до якого ввійшли: активне діяльне життя, життєва мудрість, цікава робота, матеріально забезпечене життя, продуктивне життя;

другий – «Цінності особистого життя», до яких належать: наявність хороших та вірних друзів, суспільне визнання, розваги, щасливе сімейне життя, впевненість у собі;

третій блок «Абстрактні цінності» включив такі: краса природи та мистецтва, любов духовна та фізична, саморозвиток, щастя інших, свобода, творчість.

Інтернальні цінності були об'єднані в наступні блоки: «Цінності справи» – високі вимоги до життя, освіченість, раціоналізм, терпимість, широта поглядів, ефективність; «Особистісні властивості» – вихованість, відповідальність, самоконтроль, тверда воля, чесність, турботливість; «Цінності спілкування» – життєрадісність, незалежність, непримиримість до недоліків у себе та інших, сміливість у відстоюванні власних поглядів. Цінності професійної реалізації: досліджувані 38,8%. На наш погляд, це зумовлено питаннями, які відображають актуалізовані потреби біовиживання. Гроші, матеріальна сторона характеризують розвиток фінансово-економічних якостей працівників. Взагалі найвищими показниками є інтернальні цінності в блоці «Цінності спілкування» 49,5%, що, на нашу думку, відображає ситуацію, яка склалася на сьогодні, а саме, карантинні умови в яких опинився увесь світ. І тут спрацьовує людська потреба у спілкуванні, приналежності до колективу, затребуваність своєї діяльності, перехід на режим віддаленої роботи, праця в он-лайн режимі особливо це відчутно в теперішніх умовах, коли пандемія COVID-19 закрила людей у власних домівках тощо.

Зазначено, що у системі цінностей Я-реального в консультантів домінують цінності, пов'язані з актуалізованими потребами: фінанси, матеріальна забезпеченість. До нижчого рангу належать «Абстрактні

цінності» особистої причетності та соціальної підтримки: безпека, здоров'я, краса природи та мистецтва. Провідну роль мають базові цінності, що відображають потреби в матеріальному достатку, саморозвитку, високооплачуваній роботі. Трансформації, які відбуваються в країні в сучасний час, теж впливають на систему цінностей працівників мережевого бізнесу, що вказує на знаходження ними різного роду активностей в напрямку адаптації до ситуації.

З'ясовано взаємозв'язок особистісних якостей дистриб'юторів із різнорівневими індивідуальними властивостями. За методикою «Стиль саморегуляції поведінки» рівня саморегуляції поведінки людини, а також таких компонентів, як: планування, моделювання, програмування, оцінювання результатів, гнучкості, самостійності. Коли відбувається формування певного стилю саморегуляції поведінки, його основних функцій, то зникають несприятливі індивідуальні особливості і підґрунтям діяльності стають ті риси, які сприяють досягненню поставленої мети. У незалежних консультантів з краси формуються внутрішні критерії оцінки результатів своїх дій. Тобто це говорить про те, що їх успішність в продажах, розробленні власного бренду, залежить від особистісних якостей та активності об'єктом якої є вони самі.

Саморегуляція покриває взаємодіяння та розвиток психічних фактів і процесів в рамках кількісно-якісних параметрів, які вивчалися. Отже маємо констатувати, що стиль саморегуляції поведінки професіоналів мережевого бізнесу залежить від сформованості основних показників вміння ставити цілі і йти до мети, планувати процес навчання, здобувати досвід, вибудовувати поведінку, організовувати роботу для реалізації власних цілей.

Проаналізовано роботу психолога з дистриб'юторами та консультантами, які починають працювати в мережевому бізнесі що вимагає групових форм роботи. Останнім часом різні форми групової роботи стали досить популярними внаслідок ефективності й більшої економічності у порівнянні з індивідуальною роботою.

Розроблено заходи, які спрямовані на формування особистісних якостей. Саме за допомогою заходів, які використовувались на тренінгах досліджувані мали можливість пізнати та виокремити власні риси характеру, а також означити ті якості, які необхідно розвивати та використовувати для дистриб'юторської успішної професійної діяльності.

Оцінено ефективність програми «Формування особистісних якостей консультантів для їх успішної діяльності», запропоновані та систематизовані вправи в проведенні тренінгової роботи є тим унікальним матеріалом розвитку особистості, який збагачує її уявлення про особистісні риси та якості, спроможність володіти собою у вибудові власного життєвого шляху, а також слугує підґрунтям у подальшому стимулюванні професійного розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Айзенк Г.Ю. Структура личности. / пер. с англ. - СПб.: Питер, 2001. - 512 с.
2. Атаманчук Н.М. Развитие самосвідомості на ранних этапах онтогенезу / Н.М. Атаманчук // Психологопедагогичні аспекти розвитку особистості в сучасному світі : зб. наук. праць. – Полтава : Освіта, 2007. – 154 с.
3. Барбер Д. Сетевой маркетинг. - М.: Фаир-пресс, 2001. - 192 с.
4. Белобрыкина О.А. Диагностика развития самосознания в детском возрасте / О.А. Белобрыкина. – СПб. : Речь, 2006. – 320 с.
5. Бернс Р. Развитие Я-концепции и воспитание / Р. Бернс. – М. : Прогресс, 1986. – 420 с.
6. Беттджер Ф. Вчера неудачник - сегодня преуспевающий коммерсант. - М.: Фаир-пресс, 2001. - 224 с.
7. Бодалев А. А. Общая психодиагностика / А. А. Бодалев, В. В. Столин. – СПб. : Речь, 2002. – 438 с.
8. Боришевський М. Самосвідомість як фактор психічного розвитку особистості / М. Боришевський // Психологія і суспільство. – 2009. – № 4. – С. 120.
9. Волянчук Н. Ю., Ложкін Г. В., «Аналіз понятійного ряду психологічного потенціалу суб'єкта наукової діяльності», Педагогіка і психологія сьогодення: теорія та практика: зб. наук. робіт учасників Міжнар. наук.-практ. конф. (17–18 січ. 2020 р., м. Одеса). Одеса, Україна: ГО «Південна фундація педагогіки», 2020, с. 11–14.
10. Всехсвятский С, С. Психологические аспекты сетевого маркетинга. -М : Фаир-пресс, 2001.-293 с.
11. Выготский Л.С. Психология развития ребенка / Л.С. Выготский. – М. : Эксмо, 2006. – 512 с. Галкина Т.В. Самооценка как процесс решения задач:

системный подход / Т.В. Галкина. – М. : Институт психологии РАН, 2011. – 399 с.

12. Галузяк В.М. Розвиток професійної самосвідомості студентів вищих навчальних закладів : монографія / В.М. Галузяк, К.М. Добровольська. – Вінниця : ТОВ «Нілан-ЛТД», 2015. – 256 с.

13. Гибсон Дж., Иванцевич Дж., Донелли Дж. Организации: поведение, структура, процессы: Пер. с англ. - М.: ИНФРА - М, 2000. - 662 с.

14. Євтух М. Б. Культура взаємин : підручник / М. Б. Євтух, Т. В. Черкашина. – 3-тє вид., переробл. і допов. – Черкаси : Видавець Чабаненко Ю. А., 2012. – 340 с.

15. Євтух М. Б. Культура взаємин : підручник / М. Б. Євтух, Т. В. Черкашина. – 3-тє вид., переробл. і допов. – Черкаси : Видавець Чабаненко Ю. А., 2012. – 340 с.

16. Заводський І. С. Менеджмент. - К.: 1999. - 542 с.

17. Зеер Э.Ф. Психология профессионального образования / Учебн. пособие. — 2-е изд., перераб. — М: Издательство Московского психолого-социального института; Воронеж: МОДЭК, 2003. — 480 с.

18. Зеличенко А. И. Психология духовности. — М., 1996.

19. Каленч Д. Лучший, каким Вы можете быть в МЛМ. - М: Фаир-пресс, 2001. - 290 с. Карамушка Л. М. Психологія управління закладами середньої освіти. - К.: Ніка-центр, 2000. - 332 с.

20. Климов Е. А. Введение в психологию труда — М., 1988. — 158 с.

21. Климов Е. А. Как выбирать профессию. — М., 1990. — 158 с.

22. Климов Е. А. Путь в профессию: психология профессионального самоопределения. — Ростов/н/Д: Феникс, 1996. — 512 с.

23. Кон И.С. Какими они себя видят / И.С. Кон. – М. : Знание, 1975. – 93 с.

24. Кононко О.Л. Соціально-емоційний розвиток особистості / О.Л. Кононко. – К. : Освіта, 1998. – 255 с.

25. Концепции деятельности в социологии К. Маркса и М. Вебера. — М. : Канон, 2002. — 120 с.
26. Ложкін Г. В. Переживання: структура та механізми / Ложкін Г.В., Моначин І.Л. // Практична психологія та соціальна робота. — с.1-6
27. Ложкін Г. В. Практикум з конфліктології / Ложкін Г.В., Юрківський Є.В., Моначин І.Л. — Тернопіль : Воля , 2005 — 168 с.
28. Мітіна Л.М. Психология развития конкурентноспособной личности./Л.М.Митина – М.: Московский психолого-социальный институт; Воронеж: Издательство НПО «МОДЕК», 2002. – 400с.
29. Мкртчян Г. М. Стратификация молодежи в сферах образования, занятости, потребления // Социологические исследования. — 2005. —№ 2. — С. 104–113.
30. Морис М. Начинаящий менеджер. Сетевой маркетинг. - М: Фаир-пресс, 2001. - 336 с.
31. Налчаджян А.А. «Я-концепция» / А.А. Налчаджян // Психология самосознания. – Самара : Бахрах-М, 2003. – С. 270–332.
32. Немировский В. Г. Общая социология : учеб. пособ. — Ростов н-Д. : Феникс, 2004.
33. Никифоров Г., Дмитриева М. Практикум по психологии профессиональной деятельности и менеджмента. - СПб.: Питер, 2001.-240 с.
34. Овчарук Л.В. Вимоги до особистісних якостей дистриб'юторів в період сучасних змін. / Актуальні задачі сучасних технологій . Збірник тез доповідей Том II ІХ Міжнародної науково-технічної конференції молодих учених та студентів 25-26 листопада 2020 р. С 186-187.
35. Орбан-Лембрик Л. Е. Соціальна психологія. — К., 2003. Социальная психология / А. В. Петровский, В. В. Абраменкова, М. Е. Зеленова и др. — М., 1987.
36. Помиткін Е. О. Психологічні закономірності та механізми духовного розвитку дітей і молоді : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня

доктора психол. наук : спец. 19.00.07 "Педагогічна та вікова психологія" / Е. О. Помиткін. – К., 2009. – 45 с.

37. Психология самосознания : хрестоматия / [ред.-сост. Р. Я. Райгородский]. – Самара : Бахрах-М, 2003. – 448 с..

38. Психологічний словник / за ред. Н.А. Побірченко. – К. : Наук. світ, 2007. – 274 с.

39. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии / С.Л. Рубинштейн. – СПб. : Питер, 1999. – 712 с.

40. Рубинштейн С.Л. Самосознание личности и её жизненный путь: Психология личности / С.Л. Рубинштейн ; под ред. Ю.Б. Гиппенрейтер, А.А. Пузыря. – М. : МГУ, 1982. – С. 127–131.

41. Тобиас Л. Психологическое консультирование и менеджмент: взгляд клинициста: Пер. с англ. - М, 1997. - 160 с.

42. Циба В. Т. Системна соціальна психологія : навч. посіб. — К. : Центр навч. Літ-ри, 2006. — 328 с.

43. Чамата П.Р. Самосвідомість та її розвиток у дітей / П.Р. Чамата. – К. : Знання, 1965. – 48 с. Актуальні проблеми психології. Том I. Випуск 51 42

44. Чепелева Н.В. Ідентичність особистості в контексті психологічної герменевтики / Н.В. Чепелева // Збірник наукової студії із соціальної та політичної психології. – Вип. 13 (16). – К. : Міленіум., 2006. – С. 13–24.

45. Черкашина Т. В. Формування культури взаємин між викладачами і студентами у навчально-виховному процесі технікуму : дис. ... кандидата пед. наук : 13.00.07 / Черкашина Тетяна Вікторівна ; Черкаський нац. ун-т ім. Б. Хмельницького. – Черкаси, 2008. – 255 с.

46. Чеснокова И.И. Проблема самосознания в психологии / И.И. Чеснокова. – М. : Наука, 1977. – 144 с..

47. Чирикова // Социс. — 2004. — № 10. — С. 80–86.

48. Шадриков В. Д. Психологический анализ деятельности. — Ярославль : Изд/во ЯрГУ, 1979. — 91 с.

49. Шмелев А. Г. Введение в экспериментальную психосемантику: теоретико-методологические основания и психодиагностические возможности. — М., 1983.
50. Rogers, C.R. Client Centered Therapy / C.R. Rogers. – Boston, 1955.
51. <http://medbib.in.ua/lichnostnyie-kachestva-sisteme.html>
52. <http://ap.uu.edu.ua/article/175> Курбатова в розділ 1.1, 1.2.
53. https://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwi5rbrGu7ftAhU5AxAIHeq6ChkQFjAAegQIAxAC&url=https%3A%2F%2Fhealth.donnu.edu.ua%2Farticle%2Fview%2F7515%2F7516&usg=AOvVaw2SO8fP3oMClFua_WitUSGC КОКУН
54. http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/7757/Bryk_O_soblyvosti_uchasti_praktychnykh_psykholohiv.pdf?sequence=1&isAllowed=y Брик О. М.
55. <https://trademaster.ua/articles/312852>

ДОДАТКИ

Додаток А

«Ціннісні орієнтації»

(Методика М. Рокича)

Система ціннісних орієнтації визначає змістовну сторону спрямованості особистості та складає основу її ставлення до навколишнього світу, до інших людей, до самої себе, основу світогляду й ядро мотивації життєвої активності, основу життєвої концепції і «філософії життя».

Найбільш розповсюдженою в наш час є методика вивчення ціннісних орієнтації М.Рокича, заснована на прямому ранжируванні переліку цінностей.

М.Рокич розрізняє два класи цінностей;

термінальні - переконання в тому, що кінцева мета індивідуального існування варта того, щоб до неї прагнути;

інструментальні - переконання в тому, що якийсь образ дії або властивість особистості є переважаючим у будь-якій ситуації.

Цей розподіл відповідає традиційному розподілові на цінності-цілі та і цінності-засоби.

Респондентові пред'являються два списки цінностей (по 18 у кожному) або на аркушах паперу в алфавітному порядку, або на картках. У списках обстежуваний присвоює кожній цінності ранговий номер, а картки розкладає у порядку значимості. Остання форма подачі матеріалу дає надійніші результати. Спочатку пред'являється набір термінальних, потім набір інструментальних цінностей.

Інструкція: «Зараз вам буде пред'явлений набір з 18 карток з позначенням цінностей. Ваше завдання - розкласти їх у порядку значущості для вас принципів, якими ви керуєтесь у житті. Кожна цінність указана на окремій картці. Уважно вивчіть картки і, вибравши ту, котра для вас найбільш значуща, помістіть її на перше місце. Потім оберіть другу по значущості цінність і помістіть її за першою. Потім зробіть те саме з усіма картками, що залишилися. Найменш важлива залишиться останньою і займе 18-е місце.

Працюйте не поспішаючи, вдумливо. Якщо в процесі роботи ви зміните свою думку, то можете виправити свої відповіді, змінивши картки місцями. Кінцевий результат має відбивати вашу щирі позицію».

Тестовий матеріал

Список А (термінальні цінності):

активне діяльна життя (повнота та емоційна насиченість життя);

життєва мудрість (зрілість суджень і здоровий глузд, що досягаються життєвим досвідом);

здоров'я (фізичне і психічне);

цікава робота;

краса природи і мистецтва (переживання прекрасного в природі і в мистецтві);

любов (духовна і фізична близькість з коханою людиною);

матеріальне забезпечене життя (відсутність матеріальних труднощів);

наявність хороших і вірних друзів;

суспільне покликання (повага оточуючих, колективу, товаришів по роботі);

пізнання (можливість розширення своєї освіти, кругозору, загальної культури, інтелектуальне розвиток);

продуктивне життя (максимально повне використання своїх можливостей, сил і здібностей);

розвиток (робота над собою, постійне фізичне і духовне вдосконалення);

розваги (приємне, необтяжливе проведення часу, відсутність обов'язків)

свобода (самостійність, незалежність у судженнях і вчинках)

щасливе сімейне життя

щастя інших (добробут, розвиток і вдосконалення інших людей, всього народу, людства в цілому)

творчість (можливість творчої діяльності)

впевненість у собі (внутрішня гармонія, свобода від внутрішніх протиріч; сумнівів).

Список Б (інструментальні цінності):

акуратність (охайність), вміння тримати в порядку речі, порядок у справах;

вихованість (гарні манери);

високі запити (високі вимоги до життя і високі домагання);

життєрадісність (почуття гумору);

старанність (дисциплінованість);

незалежність (здатність діяти самостійно, рішуче);

непримиренність до недоліків у собі та інших;

освіченість (широта знань, висока загальна культура);

відповідальність (почуття боргу, вміння тримати своє слово);

раціоналізм (вміння тверезо і логічно мислити, приймати обдумані, раціональні рішення);

самоконтроль (стриманість, самодисципліна);

сміливість у відстоюванні своєї думки, поглядів;

тверда воля (вміння настояти на своєму, не відступати перед труднощами)

терпимість (до поглядів і думок інших, вміння прощати іншим їхні помилки та омани)

широта поглядів (вміння зрозуміти чужу точку зору, поважати інші смаки, звичаї, звички)

чесність (правдивість, щирість)

ефективність у справах (працьовитість, продуктивність у роботі)

чуйність (дбайливість)

Інтерпретація результатів тесту

Аналізуючи ієрархію цінностей, слід звернути увагу на їх угруповання випробуваним у змістовні блоки по різних підставах. Так, наприклад, виділяються "конкретні" і "абстрактні" цінності, цінності професійної самореалізації й особистого життя і т. д. Інструментальні цінності можуть групуватися в етичні цінності, цінності спілкування, цінності справи; індивідуалістичні і конформістські цінності, альтруїстичні цінності; цінності самоствердження і цінності прийняття інших і т. д. Це далеко не всі можливості суб'єктивного структурування системи ціннісних орієнтацій. Психолог повинен спробувати вловити індивідуальну закономірність.

Якщо не вдається виявити жодної закономірності, можна припустити несформованість у респондента системи цінностей або навіть нещирість відповідей.

Достоїнства і недоліки методики

Достоїнством методики є універсальність, зручність і економічність у проведенні обстеження й обробці результатів, гнучкість - можливість варіювати як стимульний матеріал (списки цінностей), так і інструкції. Істотним її недоліком є вплив соціальної бажаності, можливість нещирості. Тому особливу роль у даному випадку відіграє мотивація діагностики, добровільний характер тестування і наявність контакту між психологом і випробуваним. Методику не рекомендується застосовувати з метою відбору і експертизи.

Для подолання зазначених недоліків і більш глибокого проникнення в систему ціннісних орієнтацій можливі зміни інструкції, які дають додаткову діагностичну інформацію і дозволяють зробити більш обґрунтовані висновки. Так, після основної серії можна попросити випробуваного ранжувати картки, відповідаючи на наступні питання:

"В якому порядку і в якій мірі (у відсотках) реалізовані дані цінності у Вашому житті?"

"Як би Ви розташували ці цінності, якщо б стали таким, яким мріяли?"

"Як, на Ваш погляд, це зробила би людина, досконала у всіх відносинах?"

"Як зробили б це, на Вашу думку, більшість людей?"

"Як це зробили б Ви 5 або 10 років тому?"

".....через 5 або 10 років?"

"Як ранжували б картки близькі Вам люди?"

Додаток Б

16 факторный личностный опросник Р. Б. Кеттелла* (форма А)

позволяет выяснить особенности характера, склонностей и интересов личности. Опросник Кеттелла 16 рf одна из наиболее известных многофакторных методик, созданная в рамках объективного экспериментального подхода к исследованию личности.

Согласно теории личностных черт Кеттелла, личность описывается как состоящая из стабильных, устойчивых, взаимосвязанных элементов (свойств, черт), определяющих ее внутреннюю сущность и поведение. Различия в поведении людей объясняется различиями в выраженности личностных черт. Тест Кеттелла содержит 187 вопросов, на которые предлагается ответить обследуемым (взрослым людям с образованием не ниже 8 – 9 классов). Испытуемому предлагают занести в регистрационный бланк один из вариантов ответа на вопрос "да", "не знаю", "нет" (или "а", "в", "с"). 16 факторный личностный опросник Р. Б. Кеттелла. (Методика многофакторный опросник Кэттелла / Тест Кеттелла 187 вопросов / Опросник Кетела 16 рf): Далее: Инструкция к опроснику Кеттелла. Тестовый материал к опроснику Р. Кеттелла. Ключ к тесту Кеттелла. Таблица нормирования первичных оценок. Обработка полученных сырых значений. Перевод сырых значений в стены для женщин. Перевод сырых значений в стены для мужчин. Основные личностные факторы, выявленные на основе L- и Q-данных (первичные факторы) - кратко. Формы теста Кеттелла (А, В, С, D, Е, F). Интерпретация первичных и вторичных факторов Кеттелла - подробно. Интерпретация парных сочетаний первичных факторов: группы коммуникативных, интеллектуальных, эмоциональных, регуляторных свойств личности. Формулы вычисления вторичных факторов: тревожность, экстраверсия, эмоциональная лабильность, доминантность. Пример психографирования, профиля личности. Теория Кеттелла. Кратко о Рэймонде Бернарде Кеттелле (20 марта 1905 — 2 февраля 1998) британском и американском психологе. Инструкция к опроснику Кеттелла. Вам будет задан ряд вопросов, на каждый из которых Вы должны выбрать один из трех предлагаемых ответов, - тот, который в наибольшей степени соответствует Вашим взглядам, Вашему мнению о себе. Обязательно отвечайте на все вопросы подряд, ничего не пропуская. Не нужно много времени тратить на обдумывание ответов. Давайте тот ответ, который первым приходит Вам в голову. Отвечать надо приблизительно на 5-6 вопросов за минуту. Заполнение всего опросника должно занять у Вас около 50 мин. Возможно, некоторые вопросы покажутся вам неясными или сформулированными не так подробно, как Вам хотелось бы. В таких случаях, отвечая, старайтесь представить "среднюю", наиболее обычную ситуацию, которая соответствует смыслу вопроса, и на основе этого выбирайте свой ответ. Старайтесь не прибегать слишком часто к промежуточным, неопределенным ответам, типа "не знаю", "нечто среднее" и т.п. Отвечайте честно и искренне. Не стремитесь произвести хорошее впечатление своими ответами. Здесь не может быть ответов "правильных" или "ошибочных". Люди различны, и каждый может высказать свое мнение. Ваши ответы должны соответствовать действительности - в этом случае Вы сможете лучше узнать себя.

Источник: <https://psycabi.net/testy/293-16-faktornyj-lichnostnyj-oprosnik-r-b-kettella-metodika-mnogofaktornyj-oprosnik-kettella-test-kettela-187-voprosov-test-ketela-16-pf>