(cc) BY

Дулина Галина Сергеевна
канд. психол. наук, доцент
Захарова Анна Николаевна
канд. психол. наук, доцент
ФГБОУ ВО «Чувашский государственный
университет им. И.Н. Ульянова»
г. Чебоксары, Чувашская Республика

ОСОБЕННОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ И ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ ПЕРСОНАЛА СФЕРЫ ТОРГОВЛИ

Аннотация*: проблема изучения взаимосвязи личностных особенностей и эффективного экономического поведения персонала сферы торговли позволяет совершенствовать работу продавцов, взаимодействие их с покупателями в ходе торговли и является значимой как в научном, так и в прикладном аспектах. В работе изучались особенности экономического поведения и ценностных ориентаций женщин – персонала сферы торговли.*

Ключевые слова*: персонал сферы торговли, женщины, ценностные ориентации, экономическое сознание, экономическое поведение.*

В современном обществе экономические отношения представляют собой один из важнейших аспектов жизни человека. В области сферы торговли в настоящее время большое внимание уделяется изучению психологии покупателя: активно исследуются интересы, мотивы, предпочтения, ценности потребителей [9]. Однако это только один из способов повлиять на результативность продаж, ведь в этом случае не учитываются психологические особенности продавца, и система отношений «продавец-покупатель» представлена не в полном объеме [11]. В свою очередь, изучение влияния личностных особенностей на формирование экономического поведения персонала сферы торговли позволяет совершенствовать работу самих продавцов, а также взаимодействие их с покупателями в ходе торговли [10]. Таким образом, можно достичь не только увеличения объема продаж, но и создать оптимальные психологические условия для

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

их взаимодействия. Именно поэтому вопросы, связанные с психологией персонала сферы торговли и потребителей, по-прежнему являются значимыми как в научном, так и в прикладном аспектах.

Психологическое сопровождение различных сфер профессиональной деятельности человека в настоящее время является неотъемлемой частью корпоративной культуры, работы с персоналом, в том числе и в сфере торговых отношений и розничной торговли [8].

Исследование психологических аспектов экономического сознания и поведения населения ведется нами с 2000 г. с целью проследить динамику изменения исследуемых характеристик, попытки раскрыть закономерности трансформации экономического сознания и экономического поведения населения в условиях социально-экономических изменений российского общества. Изучались особенности экономического поведения группы населения с различной степенью экономической активности: предприниматели, студенческая молодежь, персонал акционерных обществ, менеджеры по продажам, безработные; проведен ряд исследовательских срезов [1; 2; 5–7].

В период политических и экономических преобразований в нашей стране, кардинального слома социалистической экономики, перехода к рыночным отношениям хозяйствования, происходило ослабление традиционно устойчивых позиций женщин на российском рынке труда. В условиях рыночных реформ женщины вытеснялись во вторичный сектор труда, который характеризовался более низкими заработками, плохими условиями профессиональной деятельности, отсутствием стабильной занятости и перспектив роста [3]. В связи с этим изучение профессионально-важных качеств женщин – работников торговой организации в социально-экономических и социокультурных условиях Чувашской республики в настоящее время представляет определенный научный интерес.

В проведенном эмпирическом исследовании в качестве респондентов выступили продавцы одного из крупных торговых комплексов г. Чебоксары в ко-

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

личестве 68 человек. Возраст респондентов – от 18 до 54 лет. Все респонденты – женщины. Образование – средне-специальное и высшее.

В качестве психодиагностических методик применялись: авторская анкета «Ценностные ориентации и тенденции экономического поведения» методика «Ценностные ориентации» М. Рокича в модификации В.А. Хащенко; методика «Диагностика социально-психологических установок» О.Ф. Потемкиной.

В ходе исследования было выявлено, что среди ведущих терминальных ценностей у женщин – представителей персонала сферы торговли были выявлены ценности личной жизни. У респондентов отмечается преимущественная социально-психологическая установка на «альтруизм» и ориентированность на общение. Это соответствует традиционной гендерной модели – воспитываемым у женской части населения приоритетам и моделям поведения: заботы о близких, нацеленность на создание гармоничных семейных отношений. В то же время респондентами были отмечены как значимые ценности «материальная обеспеченность» и «предприимчивость», что связано с активностью и стремлением направить свои усилия на достижение материального благосостояния семьи, возрастанием значимости ценностей профессиональной самореализации и ценностей дела в обшей ценностно-смысловой сфере. Несмотря на высокую значимость для женщин-работников сферы торговли терминальных ценностей личной жизни, их экономическое поведение отличается активной позицией в ходе продаж, преобладанием установки на общение и компетентное выполнение своих профессиональных обязанностей, что свидетельствует о высоком уровне развитии профессиональной культуры и профессионально важных качеств персонала сферы торговли [4].

Наиболее значимыми инструментальными ценностями для представительниц сферы торговли являются этические ценности и ценности межличностного взаимодействия, что в некоторой мере может определять позицию респондентов в экономическом поведении и их ориентированность на общение. Это, в свою очередь, определяет успешность в профессиональной деятельности: для

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

установления психологического контакта с ним необходимо обладать хорошо развитыми навыками межличностного общения.

Таким образом, работа с персоналом в сфере торговли должна проводиться не только с учетом профессиональных достижений, но и с учетом гендерных различий и индивидуальных особенностей. Возможно проведение профессионального обучения с теми из продавцов, кто недостаточно владеет способами установления психологического контакта с покупателями, организация психологических тренингов и семинаров. Тем самым можно повысить эффективность работы персонала сферы торговли.

Список литературы

1. Дулина Г.С. Социально-психологические аспекты личностного потенциала предпринимателей: Автореферат дис. … канд-та психол. наук / Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова. – Ярославль, 2004.

2. Дулина Г.С. Экономический потенциал предпринимателей. – Чебоксары: Изд-во Чуваш. ун-та 2006.

3. Захарова А.Н. Проблема экономической активности женщин Чувашии: социокультурный контекст // Вестник Чувашского государственного педагогического университета им. И.Я. Яковлева. – 2013. – №1-1 (77). – С. 49–54.

4. Захарова А.Н. Психология труда и инженерная психология: Конспект лекций. – Чебоксары: Изд-во Чуваш. ун-та, 2003.

5. Захарова А.Н. Психология экономического поведения предпринимателей. – Чебоксары: Изд-во Чуваш. ун-та, 2002. – 175 с.

6. Захарова А.Н. Социально-психологические факторы в структуре экономического поведения предпринимателей: Дис. … канд. психол. наук. – Чебоксары, 2001.

7. Захарова А.Н. Экономический менталитет в структуре российской полиментальности: анализ научной категории // Вестник Чувашского государственного педагогического университета им. И.Я. Яковлева. – 2012. – №3 (75). – С. 74–81.

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

8. Захарова А.Н. Корпоративная культура. – Чебоксары: Изд-во Чуваш. ун-та, 2007.

9. Посыпанова О.С. Экономическая психология: психологические аспекты поведения потребителей. – Калуга, 2012.

10. Хащенко Т.Г. Этика и психология товароведческой деятельности: учебное пособие / Т.Г. Хащенко, О.В.Калашникова, Е.В. Макарова. – Ульяновск, 2009. – 161 с.

11. Цехновичер В.М. Психологическая служба торговли: проблемы и перспективы // Вопросы психологии. – 1985. – №4. – С. 109–113.

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)