Психология

Тренинг активных продаж как фактор повышения эффективности деятельности менеджеров по продажам.

Содержание

Введение.....3

1. Коммуникативные способности как профессионально-важные качества личности менеджеров по продажам и особенности их развития методами активного социально-психологического обучения.....8

1.1 Коммуникативные способности как профессионально-важные качества личности менеджеров по продажам.....8

1.2 Социально-психологический тренинг активных продаж как метод активного социально-психологического обучения для развития коммуникативных способностей личности менеджеров по продажам и повышения эффективности деятельности.....21

2. Экспериментальное изучение влияния активных на развитие коммуникативных способностей и эффективность деятельнсоти менеджеров по продажам.....29

2.1 Экспериментальный замысел, характеристика выборки, процедура и методики обследования.....29

2.2 Результаты экспериментального исследования.....35

Заключение.....50

Глоссарий.....53

Список использованной литературы.....58

Приложения.....62

Введение

Актуальность данного исследования определяется практической необходимостью достоверных знаний о способах и механизмов развития успешного социального взаимодействия человека в условиях продаж. Активные продажи – это «совокупность мероприятий направленных на продвижение товаров и услуг, через клиентскую базу»[1] [38, С.19]. Сегодня в психологической практике наблюдается противоречие между необходимостью обладания современной личностью менеджера высоким уровнем развития интеллекта и психологической культуры и при этом часто встречающимися трудностями в понимании отношений между людьми, социальной ситуации и социальной адаптации, особенно явно проявляющихся в профессиональной деятельности в системе человек-человек, в частности в продажах. Разрешение этого противоречия заключается в развитии коммуникативных способностей личности для конструктивного общения и коммуникативной компетенции в целом, для оптимального социального взаимодействия в процессе продаж. Особое значение это принимает для работников сферы продаж, для которых коммуникативная компетентность и конкретные коммуникативные способности являются профессионально-важными качествами (ПВК) личности. Одной из профессий социальной сферы является профессия менеджера по продажам. Одним из методов развития коммуникативных способностей является активное социально-психологическое обучение активным продажам.

Под личностью понимают «определяемое включенностью в общественные отношения системное качество индивида, формирующееся в совместной деятельности и общении»[2] [33, С. 193].

[1]Рысев Н.Ю. Активные продажи [Текст] / Н.Ю. Рысев. – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2012. – 416 с. – С.19.
[2] Психология: Словарь [Текст] / Под общ. ред. А.В. Петровского, М.Г. Ярошевского. М.: Политиздат, 1990. – 494 с. – С.193.

Профессионально-важные качества (ПВК) – это «индивидуальные свойства субъекта деятельности, которые необходимы и достаточны для реализации этой деятельности на нормативно заданном уровне»[3] [1, С. 9].

Основное содержание ПВК изложено в психограмме профессии и представляет собой психологическую модель (портрет) профессии, составленный «на основе интерпретационного психологического анализа операционально-технологического содержания конкретной трудовой деятельности»[4] [16, С. 86].

Развитые коммуникативные способности – это одно из профессионально-важных качеств личности менеджера по продажам.

Наряду с развитием коммуникативных способностей в ходе естественного социально-психологического взаимодействия одним из методов такого развития является активное социально-психологическое обучение (АСПО). Под активным социально-психологическим обучением понимают «организационные формы педагогического общения, которые обеспечивают высокую познавательную активность обучаемых в овладении практическими социально-психологическими знаниями и коммуникативными умениями»[5] [21, С.6].

Одним из видов активного социально-психологического обучения является социально-психологический тренинг (СПТ) – как «средство воздействия, направленное на развитие знаний, социальных установок, умений и опыта в области межличностного общения»[6] (Цит. по: [30, С.7]). Разновидностью такого тренинга является социально-психологический тренинг активных продаж. При этом, в отличие от экономически ориентированного тренинга продаж, который проводится тренинг-менеджерами для развития у продавцов навыка продаж, социально-психологический тренинг продаж делает основной упор на развитие коммуникативной компетентности в продажах. Основой для тренинга активных продаж является выявление потребности клиента, а так же его неудовлетворенности

[3] Батаршев А.В. Диагностика профессионально важных качеств [Текст] / А.В. Батрашев, И.Ю. Алексеева, Е.В. Майорова. – СПб.: Питер, 2007. – 192 с. – С.9.
[4] Иванова Е.М. Психология профессиональной деятельности [Текст] / Е.М. Иванова – М.: ПЕР СЭ, 2006. – 382 с. – С.86.
[5] Матяш Н.В. Методы активного социально-психологического обучения [Текст] / Н.В. Матяш, Т.А. Павлова. – М.: Издательский центр «Академия», 2007 – 96 с. – ISBN 978-5-7695-4212-1.
[6] Психогимнастика в тренинге [Текст] / Н.Ю. Хрящевой [и др.]. – СПб: Речь, Институт Тренинга, 2000. – 250 с. – С.7.

и желания изменить существующее положение дел. Сложившийся стереотип, о том что тренинги по активным продажам — направлены на «впаривание» и манипулирование, сформирован тем, что непрофессиональные продавцы, не анализируя ситуации и без предварительной подготовки, начинают «нагружать» клиента массой информации о своем продукте (услуге), много и красиво рассказывая о нем, всеми правдами и неправдами пытаясь «всучит» свое предложение, что в последствии приводит к негативному отношению (к продукту, к продавцу, к компании), затариванию склада клиента, росту дебиторской задолжности и т.д. Такие действия характеризуются как агрессивные продажи (яркий пример – коммивояжер или представитель сетевого маркетинга), абсолютно не ориентированные на индивидуальные особенности и специфику покупателя. К сожалению, сейчас таким образом действуют многие менеджеры по продажам, что в итоге не дает возможность компании развивать и качественно обслуживать клиентскую базу. Тренинги по активным продажам раскрывают клиентоориентированный вариант подхода к процессу продажи, используемый сейчас многими крупными компаниями. В котором цель продавца понять и удовлетворить имеющиеся потребности клиента, а так же способствовать формированию этих потребностей. Сделать это без развития коммуникативной компетентности, нам представляется, трудно. Сделать это возможно только при помощи вопросов и презентации основанной на полученной информации. При этом очень важно завершить разговор предложением заключить договор или предложить план дальнейших действий. Тем самым у клиента создается уверенность, что покупка это его осознанный выбор, сделанный при помощи продавца, определившего важные лично для него критерии выбора. После такой продажи можно рассчитывать, что в дальнейшем он будет покупать у вас.

Проблемой изучения коммуникативных способностей и социального интеллекта занимались такие западные ученые как Э. Торндайк, Д. Векслер, Р. Стернберг [29], а также отечественные психологи Г.С. Васильева [8], В.Н. Куницына [20], А.Л. Южанинова [38], А.А. Кидрон [19], Ю.К. Емельянов [14], Е.С. Михайлова [23]. Рассмотрением влияния СПТ на развитие этих психологических

характеристик уделили внимание такие психологи как Л.А. Петровская [26], Ю.Н. Емельянов [14], С.В. Петрушин [27] и др. Тренинги продаж рассмотрены такими специалистами, как В.Г. Пузиков [34], А. Дружинин [13], причем с психологических позиций, С. Николаенко [24] предложил новые игры и упражнения для тренинга продаж

Насколько может способствовать участие в активном социально-психологическом обучении развитию коммуникативных качеств личности работников социальных профессий, прошедших профессиональный отбор и обладающих и так значительным уровнем его развития – вопрос требующий соответствующего изучения.

Объект исследования – коммуникативная сфера личности менеджеров по продажам.

Предмет – коммуникативные способности и социальный интеллект менеджеров по продажам и их развитие в социально-психологическом тренинге активных продаж.

Гипотеза исследования: если менеджер по продажам обладает хорошо развитыми коммуникативными способностями и социальным интеллектом, то применение активного социально-психологического обучения в виде социально-психологического тренинга продаж может развить эти качества еще больше и повысить эффективность его деятельности.

Целью данного исследования является влияния активного социально-психологического обучения в виде социально-психологического тренинга активных продаж на развитие уже сформировавшихся на достаточно высоком уровне коммуникативных способностей и оценка ее влияния на эффективность деятельности.

Задачи:

- Теоретически рассмотреть современные представления на коммуникативные способности и влияние на их развитие активного социально-психологического обучения, в том числе тренингом активных продаж.

- Изучить уровень развития коммуникативных способностей и социального интеллекта менеджеров по продажам.
- Оценить степень влияния активного социально-психологического обучения в виде тренинга активных продаж на уровень развития коммуникативных способностей и социального интеллекта менеджер по продажам и эффективности их деятельности .

Методы исследования: теоретический анализ, метод психологического теста, социально-психологический тренинг как метод активного социально-психологического обучения, тренинг активных продаж.

Методики: методика диагностики социального интеллекта Гилфорда-Салливена [22]; тест коммуникативные и организаторские способности (КОС) [1-2].

Практическая значимость работы определяется возможностью применения полученных результатов в процессе психологического сопровождения профессионального обучения менеджеров по продажам.

1. Коммуникативные способности как профессионально-важные качества личности менеджеров по продажам и особенности их развития методами активного социально-психологического обучения

1.1 Коммуникативные способности как профессионально-важные качества личности менеджеров по продажам

Проблема коммуникативных способностей стала привлекать к себе интенсивное внимание психологов около тридцати лет назад. Вначале она разрабатывалась, в основном, в теоретическом аспекте, а экспериментальные и практические ее исследования начались позднее – тогда, когда получили широкое распространение деловые игры и социально-психологический тренинг (Л.А. Петровская, Ю.Н. Емельянов) [26;14].

Для того, чтобы рассмотреть что же такое коммуникативные способности, необходимо рассмотреть, что же такое коммуникация.

В западной психологии под коммуникацией понимают «процесс передачи информации неким источником другому конкретному целевому объекту или членам идентифицируемой группы[7] [31, С. 366]. Коммуникация – «это процесс создания и передачи значимых сообщений в неформальной беседе, групповом взаимодействии или публичном выступлении»[8] [9, С.16]. Межличностная коммуникация для западных психологов – синоним более распространенного в отечественной психологии термина «общения».

Б.Д. Парыгин определял общение как «…многогранный процесс, который может выступать в одно и то же время как процесс взаимодействия индивидов, и как

[7] Психологическая энциклопедия / под ред. Р. Корсини Р., А. Ауэрбаха. СПб.: Питер, 2006. – 1096 с. – С.366.

[8] Вердербер Р. Психология общения [Текст] / Р. Вердербер, К. Вередербер. – СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2003. – 320 с. – С.16.

информационный процесс, и как отношение людей друг к другу, и как их процесс взаимовлияния друг на друга, и как процесс сопереживания и взаимного понимания друг друга»[9] [25, С.178.]

М.С. Каган и А.М. Эткинд применяя принципы системного анализа выделили в общей структуре общения четыре возможные функциональные ситуации: управление, коммуникация, обслуживание, общение (таблица 1) [17]:

Таблица 1- Функциональные ситуации в структуре общения

Субъект	Пассивный субъект	Активный субъект
	Средство	Цель
Активный субъект как цель	управление	Общение
Пассивный субъект как средство	коммуникация	обслуживание

Авторы рассматривают содержание выделенных видов человеческих контактов следующим образом:

«Управление». При этом целью оказывается только один из партнеров, а другой выступает как средство удовлетворения его потребностей. Эта связь характеризуется регламентацией исполнения социальных ролей и взаимозаменяемостью их исполнителей. Здесь формой отношений является строгое регулирование иерархических соположений управляющего и управляемого. При этом один из партнеров лишен свободы действия и его право принятия решения предоставлено управляющему субъекту, поэтому связь между ними асимметрична и монологична.

«Коммуникация». Заключается, прежде всего, в приеме и передаче информации, которую получатель должен принять, понять, усвоить и поступать в соответствии с ней. В этом варианте оба партнера являются средствами по

[9] Парыгин Б.Д. Основы социально-психологической теории [Текст] / Б.Д. Парыгин. – М.: Мысль, 1971. – 351 с. – С. 178.

отношению к некоторой цеди, лежащей вне их, и поочередно выступают объектом сообщения для другого;

«Обслуживание». Как и в случае «управления» один из партнеров является активным субъектом, но не для использования другого, а для помощи. Это может быть ситуацией исповеди, при которой один выбирает позицию объекта, предлагая «использовать» его как заинтересованного слушателя, или психологической помощи, где пациент с помощью знаний и умений психолога, находит решение своим проблемам;

«Общение». При этом партнеры как субъекты являются равноактивными, равноуникальными, и равносвободными. Общение характеризуется восприятием уникальности партнера, переживанием его ценностей и предоставлением ему свободы. Отсутствие таких определяющих факторов ведет к превращению общения в какой-то иной вид межличностных связей. В общении нет отправителя и получателя сообщений – есть собеседники, соучастники, общего дела. В отличие от однонаправленных процессов, например, коммуникаций (где количество информации уменьшается в ходе ее движения от отправителя к получателю), в общении информация циркулирует между партнерами. Информация не убывает, так как оба партнера активны, а увеличивается, обогащается, расширяется.

Несмотря на то, что в других отношениях партнеры могут быть сколь угодно различны, в одном принципиальном отношении они равны – равны как свободные, уникальные и ценные друг для друга субъекты.

С точки зрения авторов целью общения является не обмен информацией и не подчинение одного человека другому, а достижение духовной общности (или повышение уровня общности) совокупными усилиями свободных субъектов при сохранении неповторимой индивидуальности каждого. Поэтому психологический механизм общения – это переживание, слитое воедино с пониманием, а не чисто рассудочные передача и прием информации. Специфическая информация – информация о себе как о субъекте, а если она включает и информацию об объектах, то только в той мере, в какой она затрагивает субъекта, волнует его, входит в его внутренний мир. Ценность общения для социальной структуры в том, что именно

оно «... и только оно, а не коммуникация, управление или обслуживание, способно формировать сплоченные и творческие, обладающие самосознанием и ценностно-ориентационным единством совокупные субъекты – общность, семьи, коллективы»[10] [17, С. 29].

Справедливо отмечая недостаток мотивационного уровня анализа общения, авторы выделяют следующие виды общения в зависимости от мотивации партнеров (таблица 2) [17].

Таблица 2 – Виды общения (по М. С. Каган, А. М. Эткинд)

Виды общения	Мотивация
игровое	на процессе
личностное	на партнере, на процессе на
творческое	процессе, на партнере, на продукте

При игровом общении доминирующее значение для участников имеет сам процесс взаимодействия, а не его продукт и не уникальность и самоценность партнера. Личностное общение возникает там, где нет предмета деятельности, внешнего по отношению к взаимодействию партнеров, нет вовсе или же предмет играет лишь инструментальную роль. Движущей силой такого общения является та ценность, которую его партнеры представляют друг для друга. Творческое общение выражается в порождении общности, новой целостности, совокупного субъекта. Отправным моментом в определении специфики.

Следует отметить, что речь идет прежде всего о взаимном самораскрытии как стремлении индивидов «Приобщиться к действиям, ценностям, переживаниям другого; это стремление разделить моменты своей жизни с другим, разорвав узкие рачмки своего «Я», слив его и «Я» другого человека; это стремление создать социальное качество человеческого существа – качество «МЫ»[11] [17, С.29]).

[10] Каган М.С. Общение как ценность и как творчество [Текст] / М.С. Каган, А.М. Эткинд. Вопросы психологии. – 1988. –№ 4. – С.25-33. – С.29.
[11] Каган М.С. Общение как ценность и как творчество [Текст] / М.С. Каган, А.М. Эткинд. Вопросы психологии. – 1988. –№ 4. – С.25-33. – С.29.

Таким образом, в советской психологии общение, в отличие от других форм межличностных контактов, определяли как взаимную презентацию партнерами своей субъективной реальности, в результате которой происходит изменение взаимоотношений и возникновение общности[12] [27,С. 19].

Однако относительно новый отечественный психологический словарь определяет общение как «взаимодействие двух или более людей, состоящее в обмене между ними информацией познавательного и/или аффективно-оценочного характера»[13] [6, С.308], т.е. сводит общение только к узкой западной трактовке.

Первоначально коммуникативные способности определялись по аналогии с другими способностями человека. Под способностями в современной психологии понимают «индивидуально-психологические особенности, отличающие одного человека от другого, определяющие успешность выполнения деятельности или ряда деятельностей, не сводимые к знаниям, умениям и навыкам, но обусловливающие легкость и быстроту обучения новым способам и приемам деятельности. Способности можно определить и как свойства психологических функциональных систем, реализующих отдельные психические функции, имеющие индивидуальную меру выраженности и проявляющиеся в успешности и своеобразии усвоения и реализации той ли иной деятельности»[14] [Там же, С.476].

Г.С. Васильев приводит следующее определение коммуникативных способностей: «Коммуникативными способностями является та часть структуры личности, которая отвечает требованиям коммуникативной деятельности и обеспечивает ее успешное осуществление»[15] [8, С. 10]. В структуре коммуникативных способностей автор выделяет гностическую (познавательную) способность, экспрессивную способность, интерактивную способность. Первая связана с познанием людей, вторая – с самовыражением человека как личности,

[12] Петрушин С.В. Психологический тренинг в многочисленной группе [Текст] / С.В. Петрушин. – М.: Академический проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2000. – 249 с. – С.19.
[13] Большой психологический словарь [Текст] / под ред. Б.Г. Мещерякова, В.П. Зинченко. – СПб.: Прайм-Еврознак, 2003. – 632 с. – С.308.
[14] Там же. – С.476.
[15] Васильев Г.С. Проблема коммуникативных способностей членов первичных учебно-воспитательных коллективов [Текст]: Автореферат, дисс. на поиск ученой степени, кандидат психологических наук / Г.С. Васильев .- М.: МГУ, 1977. – 21с.

третья – с умением оказывать влияние на людей. В данном определении коммуникативные способности соотносятся со специфическим видом деятельности – коммуникативной деятельностью, и, через нее, – с общением человека с другими людьми.

Кроме названных способностей в подструктуру личности, от которой зависит успешность общения человека с окружающими людьми, Г.С. Васильев включает еще тридцать различных личностных свойств. Их корреляция с успешностью коммуникативной деятельности человека позволяет сделать вывод о том, что они также могут рассматриваться как частные психологические проявления коммуникативных способностей. В его работе коммуникативные способности стали предметом специального изучения.

Очевидно, что любые способности представляют собой лишь возможность более успешного осуществления той деятельности, к которой они обращены, для которой они пригодны. В психологической литературе подчеркивается, что достижение высоко уровня мастерства в деятельности невозможно без способностей. Их наличие или отсутствие всегда проявляется в динамике овладения необходимыми знаниями, умениями и навыками.

Коммуникативные способности не сводятся к умениям, навыкам, коммуникативной компетентности, но и не могут быть поняты без них. Коммуникативные свойства, как указывает В.Н. Куницына, – это более частные характеристики, «привязанные» к ситуации, а способности — обобщенные психологические особенности, которые меньше зависят от ситуации, опираются на задатки и интегрируют близкие коммуникативные свойства. В.Н. Куницына подчеркивает, что в качестве задатков коммуникативных способностей следует принять такое свойство темперамента и высшей нервной деятельности, как экстравертированность, которая основана на подвижности нервной системы. Это свойство способствует формированию такого интегрального личностного свойства как общительность. Как указывает В.Н. Куницына, в общительности выражается потребность человека в контактах с другими людьми, склонность к дружескому поведению. Противоположными чертами общительности является замкнутость, застенчивость,

интровертированность. Соотношение таких коммуникативных свойств, как легкость общения, навыки владения своими выразительными способностями и, с другой стороны, застенчивости, отчужденности, интроверсии выражается в такой важной человеческой способности, как коммуникативность. При отсутствии общительности, по мнению В.Н. Куницыной, трудно сформировать контактность, важное интегративное свойство человека, в котором заключены и коммуникативные способности человека, и свойства личности, позволяющие реализовать эти способности. Контактность – это способность вступить в психологический контакт, сформировать доверительные отношения в ходе взаимодействия, основанные на согласии и взаимном принятии, обеспеченная владением навыками и умениями общения и саморегуляции, а также благоприятствующими контакту личностными свойствами [20].

А.Л. Южанинова под коммуникативными способностями понимает такие способности личности, которые обеспечивают эффективность её общения с другими личностями и психологическую совместимость в совместной деятельности. Структура этих способностей состоит из гностических способностей как способностей к пониманию других людей, экспрессивных способностей, или способностей к самовыражению, и интеракционных способностей, проявляющихся в адекватном влиянии на других людей[16] [43, С.63].

А.А. Кидрон под коммуникативной способностью понимает общую способность, связанную с многообразными подструктурами личности и проявляющуюся в навыках субъекта общения вступать в социальные контакты, регулировать повторяющиеся ситуации взаимодействия, а также достигать в межличностных отношениях преследуемые коммуникативные цели [19].

Исследователь считает, что первый уровень проявления коммуникативной способности – это навыки, второй – умения, третий – общая направленность поведения и стиль общения.

Навыки общения связаны со сноровкой использовать различные средства

[16] Южанинова А.Л. К проблеме диагностики социального интеллекта личности [Текст] / А.Л. Южанинова // Проблемы оценивания в психологии. Саратов, унив-т, 1984. -С.63-67. – С.63.

общения и владением схемами ориентации во взаимодействии. Умение общаться предполагает относительно автономную коммуникативную задачу с целенаправленным использованием различных навыков общения. Он делит умение общаться на пять классов: 1) познавательное умение - способность познавать людей (уровень интерперсональной перцепции), объективировать ситуацию и прогнозировать поведение, самопознание; 2) познавательно-экспрессивное умение – умение активно слушать, выбирать роль, адекватно передавать и воспринимать эмоции; 3) экспрессивные умения: речевые способности, умение аргументировать, способность к невербальному самовыражению, умение подчеркнуть личностно-индивидуальные черты; 4) экспрессивно-итеракционные умения: способность идти на риск, умение рефлексивно управлять («Я-образом»); 5) интеракционные умения: владение правилами поведения (этикетом), приемами техники общения и манипуляции, конструктивное использование эго-защитных механизмов, умение использовать внеситуативные условия и средства [19].

В структуре коммуникативных способностей на личностном уровне А.А. Кидрон выделяет четыре плоскости: 1) база коммуникативного потенциала человека, охватывающего общественные и личностные предпосылки к общению: коммуникативные средства, схема ориентации интеракции, внешность, темперамент, статус индивида в микроколлективе и т.д.; 2) низший уровень проявления коммуникативной способности – навыки общения; 3) средний уровень коммуникативной способности – умение общаться; 4) высший уровень – форма интеракционного приспособления и функциональная направленность поведения [19]. Результаты его эмпирического исследования показывают, что при помощи факторного анализа была определена структура коммуникативной способности. Она состоит из следующих компонентов: «стратегические» умения общаться; «тактические» умения общаться; показатель выразительности; эквивалент природных предпосылок коммуникативной способности; характеристика стиля общения. При помощи индексации структуру коммуникативной способности он определил пятью параметрами: стабильность «Я - концепции»; выразительность; умение настраиваться; отзывчивость; коммуникативная инициативность [19].

Коммуникативные способности являются составляющей более сложных психологических образований, таких как коммуникативная компетентность и социальный интеллект.

В.Н. Куницына дает следующее определение: «коммуникативная компетентность – владение сложными коммуникативными навыками и умениями, формирование адекватных умений в новых социальных структурах, знание культурных норм и ограничений в общении, знание обычаев, традиций, этикета в сфере общения, соблюдение приличий, воспитанность; ориентация в коммуникативных средствах, присущих национальному, сословному менталитету и выражающих его, освоенного ролевого репертуара в рамках данной профессии»[17] [20, С.481].

Е.В. Руденский считает, что коммуникативная компетентность личности складывается из способностей: а) давать социально-психологический прогноз коммуникативной ситуации, в которой предстоит общаться; б) социально-психологически программировать процесс общения, опираясь на своеобразие коммуникативной ситуации; в) «вживаться» в социально-психологическую атмосферу коммуникативной ситуации; г) осуществлять социально-психологическое управление процессами общения в коммуникативной ситуации[18] [36, С. 101]. Такое понимание коммуникативной компетентности обозначает ее взаимосвязь с социальным интеллектом, так как, в первой и второй способностях, выделенных автором, речь идет о функциях социального интеллекта.

Коммуникативная компетентность рассматривается автором как знание норм и правил общения, например праздничного, владение его технологией и т.д. и является структурным компонентом коммуникативного потенциала личности, наряду с коммуникативными свойствами личности и коммуникативными способностями [36].

Итак, «коммуникативная компетентность» – это система внутренних средств

[17] Куницына В.Н. Межличностное общение [Текст]: Учебник для вузов / В.Н. Куницына, Н.В. Казаринова, В.М. Погольша. – СПб.: Питер, 2002. – 544с. – С.481.
[18] Руденский Е.В. Социальная психология: Курс лекций. — М.: ИНФРА - М., Новосибирск: НГАЭиУ, 1997. - 224 с. – С.101.

регуляции коммуникативных действий, в которых выделяется ориентировочная и исполнительная составляющие, обеспечивающих эффективное коммуникативное взаимодействие.

Еще одним важным психологическим образованием, основанным на коммуникативных способностях является социальный интеллект.

Понятие «социального интеллекта» Э. Торндайк определил, как общую способность понимать других и действовать или поступать мудро в отношении других[19] (Цит.по: [29, С.78]. Существуют и другие определения и разъяснения теории Э. Торндайка. Эти расширенные трактовки учитывают способность уживаться с другими людьми способность иметь дело с окружающими, знания о людях, способность легко сходиться с другими, умение входить в их положение, ставить себя на место другого, а также – способность критически и правильно оценивать чувства, настроение и мотивацию поступков других людей [29]. Формулировка Д. Векслера сводит эти различные точки зрения к одному определению «социального интеллекта», который осознается как приспособленность индивида к человеческому бытию [29].

Понятие «социальный интеллект» в отечественную психологию было введено Ю.К. Емельяновым: «Сферу возможностей субъект-субъектного познания индивида можно назвать его социальным интеллектом, понимая под этим устойчивую, основанную на специфике мыслительных процессов, аффективного реагирования и социального опыта способность понимать самого себя, а также других людей, их взаимоотношения и прогнозировать межличностные события»[20] [14, С.7].

В дальнейшем исследователи по-разному определяли понятие «социальный интеллект». По мнению Е.С. Михайловой, «социальный интеллект» – это интегральная интеллектуальная способность, обеспечивающая успешность общения и социальной адаптации, способность прогнозировать поведение людей в различных житейских областях, в разных житейских ситуациях, распознавать намерения,

[19] Практический интеллект. / Под общей ред. Р. Стернберга. – С-Пб.: Питер, 2002. – 272с. – С.78.

[20] Емельянов Ю.Н. Активное социально-психологическое обучение [Текст] / Ю.Н. Емельянов. - Л.: ЛГУ, 1985. – 167 с. – С. 7.

чувства и эмоциональные состояния человека по невербальной и вербальной экспрессии [23].

В.Н. Куницына дает следующее определение социального интеллекта: «Социальный интеллект – это глобальная способность, возникающая на базе комплекса интеллектуальных, личностных, коммуникативных и поведенческих черт, включая уровень энергетической обеспеченности процессов саморегуляции; эти черты обусловливают прогнозирование развития межличностных ситуаций, интерпретацию информации и поведения и готовность к социальному взаимодействию и принятию решений»[21] [20, С. 470].

Таким образом, социальный интеллект представляет собой четкую и согласованную группу ментальных способностей, связанных с обработкой социальной информации, группу способностей, которые фундаментально отличаются от тех, которые лежат в основе более «формального» мышления, проверяемого тестами «академического» интеллекта.

Коллектив авторов: Е.Н. Резников, С.К. Рощин, В.А. Соснин в «Современной психологии» под ред. В.Н. Дружинина (1999) отмечают, что «социальный интеллект базируется на социально-психологической наблюдательности, наглядно-образной памяти, рефлексивном осмысливании действительности и поведения людей, способности к анализу-синтезу психологической информации и развитом воображении. Он позволяет успешнее познавать внутренний мир личности, дифференцировать ее межличностные отношения и прогнозировать поведение в различных ситуациях»[22] [41, С.510].

Развитые коммуникативные способности являются профессионально-важными качествами личности социальных профессий и определяют профессиональную пригодность к ним.

Под ПВК понимают совокупность психофизиологических, психических и социально-психологических качеств субъекта профессиональной деятельности,

[21] Куницына В.Н. Межличностное общение [Текст]: Учебник для вузов / В.Н. Куницына, Н.В. Казаринова, В.М. Погольша. – СПб.: Питер, 2002. – 544с. – С.470.
[22] Современная психология: Справочное руководство [Текст] / под ред. В.Н. Дружинина. – М.: Инфра-М, 1999. – 688 с. – С.510.

актуализируемых в ней, обеспечивающих ее исполнение и необходимых для успешного владения данной профессией [16;29]. Другими словами, профессионально-важные качества – это «индивидуальные свойства субъекта деятельности, которые необходимы и достаточны для реализации этой деятельности на нормативно заданном уровне»[23] [3, С. 9].

Основное содержание ПВК изложено в психограмме профессии и представляет собой психологическую модель (портрет) профессии, составленный «на основе интерпретационного психологического анализа операционально-технологического содержания конкретной трудовой деятельности»[24] [16, С. 86].

Психологии менеджеров, а именно к этой профессии относиться торговый представитель, отводиться отдельное место в психологической науке [18;32].

Ниже приводится профессиограмма менеджера по продажам[25] [27, С. 199-203; 17, С. 323-327]:

Доминирующие виды деятельности:

- работа с другими людьми в организациях для достижения организационных целей и экономического успеха;
- служение целям организации, подчинение вышестоящим инстанциям;
- изучение спроса и предложений на рынке;
- планирование деятельности организации;
- коммуникация (установление и развитие взаимодействия между персоналом, другими учреждениями и организациями);
- поиск и использование необходимых средств и ресурсов для наилучшего достижения основных целей организации;
- разработка бизнес-плана и контроль над его реализацией;
- руководство (доведение инструкций и полномочий), организация и оценка работы подчиненных;

[23] Батаршев А.В. Диагностика профессионально важных качеств [Текст] / А.В. Батрашев, И.Ю. Алексеева, Е.В. Майорова. – СПб.: Питер, 2007. – 192 с. – С.9.
[24] Иванова Е.М. Психология профессиональной деятельности [Текст] / Е.М. Иванова – М.: ПЕР СЭ, 2006. – 382 с. – С.86.
[25] Романова Е.С. 99 популярных профессий. Психологический анализ и профессиограммы [Текст] / Е.С. Романова / 2-е изд. СПб.: Питер, 2006. – 464 с. – С.306-310.

- ♦ контроль за исполнением данного задания;
- ♦ участие в процессе приема, подбора и помощь в профессионально-квалификационном росте работников;
- ♦ проведение переговоров, бесед с клиентами;
- ♦ проведение презентаций.

Качества, обеспечивающие успешность выполнения профессиональной деятельности:

Способности

- Высоко развитые организаторские способности (способность руководить);
- Коммуникативные способности (умение входить в контакт, налаживать взаимоотношения);
- Способность управлять собой;
- Высокая способность управлять собой;
- Высокая способность влиять на окружающих;
- Способность руководить;
- Способность формировать и развивать эффективные рабочие группы;
- Способность решать проблемные ситуации в короткие сроки;
- Хорошо развитые аналитические способности;
- Высокий уровень понятийного мышления.

Личностные качества, интересы и склонности

- умение прогнозировать, предвидеть ситуацию;
- уверенность в себе, в принимаемых решениях;
- энергичность;
- четкие личные цели (знает, чего хочет от своей работы);
- умение подчиняться требованиям, нормам организации;
- эрудированность;
- Стремление к постоянному личностному росту.

Качества, препятствующие эффективности профессиональной деятельности:

- ♦ отсутствие организаторских способностей;
- ♦ боязнь неудачи, неуверенность в себе;
- ♦ неумение управлять собой;
- ♦ неорганизованность, недисциплинированность;
- ♦ безынициативность;
- ♦ неспособность принимать решения;
- ♦ косность (неумение, нежелание изменяться, изменять поведение под влиянием окружающей среды);
- ♦ склонность перекладывать ответственность на других.

Профессиональная пригодность определяется профессиональным отбором направленным на выявление соответствия личности будущего работника профессиограмме его профессии. Профессионально-важные качества формируются в процессе профессионального обучения и развития.

Коммуникативные способности являются ярким примером эффективно развиваемых профессионально-важных качеств и развитие это возможно в рамках активного социально-психологического обучения.

1.2 Социально-психологический тренинг активных продаж как метод активного социально-психологического обучения для развития коммуникативных способностей личности менеджеров по продажам и повышения эффективности деятельности

Развитие одного из основных профессионально-важных качеств работников сферы продаж – социального интеллекта и коммуникативной компетентности, основанных на коммуникативных способностях возможно при применении групповых форм работы в процессе активного социально-психологического обучения (АСПО).

Активное социально-психологическое обучение – новое направление в педагогике и психологии, обеспечивающее интеграцию различных прикладных аспектов психологии, элементов психотерапии, научной организации умственного труда [21].

Под активным социально-психологическим обучением (АСПО) понимают «организационные формы педагогического общения, которые обеспечивают высокую познавательную активность обучаемых в овладении практическими социально-психологическими знаниями и коммуникативными умениями»[26] [21, С.6].

Выделяют три основных типа методов АСПО:

- социально-психологический тренинг;
- групповая дискуссия;
- игровые методы.

Деление на группы методов в определенной степени условно, поскольку они взаимно проникают друг в друга, например в игровом моделировании деятельности часто используется метод анализа конкретных ситуаций или различные тренинговые методы. Трудно определить границы разделения этих методов.

Поэтому в классификации методов активного социально-психологического обучения можно выделить два основныгх подхода.

Согласно первому подходу групповое активное социально-психологическое обучение использует в качестве базовых средств социально-психологический тренинг, групповую дискуссию и имитационные игры как отдельные самостоятельные методы, имеющие собственные качественные особенности и правила применения. Причем на практике все указанные методы могут задействоваться как порознь, так и одновременно.

Во втором подходе к классификации социально-психологический тренинг акцентируется в качестве базового метода, а групповая дискуссия и имитационные игры рассматриваются как его методические приемы, не имеющие самостоятельной значимости; их независимое применение ограниченно.

[26] Матяш Н.В. Методы активного социально-психологического обучения [Текст] / Н.В. Матяш, Т.А. Павлова. – М.: Издательский центр «Академия», 2007 – 96 с. – ISBN 978-5-7695-4212-1.

Мы являемся сторонниками именно второго подхода.

Основной целью применения методов АСПО принято считать формирование умений и навыков общения, достижения коммуникативной компетентности в искусственно созданной социально-психологической среде, в качестве которой выступает группа социально-психологического тренинга (СПТ) [6;8;20;28].

Само слово train, training переводится с английского и немецкого как обучение, тренировка. Автор термина СПТ — М. Форверг [20]. Л.А. Петровская под СПТ понимает «средство воздействия, направленное на развитие знаний, социальных установок, умений и опыта в области межличностного общения»[27] (Цит. по: [30, С.7]). Ю.Н. Емельянов определяет СПТ как групповой метод развития способности к обучению и овладению любым сложным видом деятельности [там же].

Преимущества групповой работы трудно переоценить.

Опыт пребывания в специально организованных группах может помочь в решении проблем, возникающих при межличностном взаимодействии. Группа оказывается микрокосмом или обществом в миниатюре, отражающим в себе весь внешний мир и придающим реалистичность искусственно создаваемым отношениям. В семье, на работе или в группах, которые формируются по интересам, на людей ежедневно действуют такие факторы, как давление партнеров, социальные влияния, конформизм. Эти факторы и выявляются в психокоррекционных группах, что оказывает соответствующее влияние на взгляды и поведение личности. В конечном результате опыт, приобретаемый в специально созданной среде, обычно переносится на внешний мир.

Второе потенциальное преимущество группы состоит в возможности получить обратную связь и поддержку от других ее членов, имеющих сходные проблемы или опыт и способных благодаря этому оказать существенную помощь. В процессе происходящих в группе взаимодействий осознается ценность других людей и потребность в них. В группе отдельная личность чувствует себя принимающей других и принимаемой другими, доверяющей им и внушающей

[27] Психогимнастика в тренинге [Текст] / Н.Ю. Хрящевой [и др.]. – СПб: Речь, Институт Тренинга, 2000. – 250 с. – С.7.

доверие, заботящейся и окруженной заботой, оказывающей помощь и получающей ее. Реакции, возникающие и прорабатываемые в контексте групповых взаимодействий, могут помочь в разрешении межличностных конфликтов вне группы. В дружественной и контролируемой обстановке можно усваивать новые навыки, экспериментировать с новыми стилями поведения и получать опыт "проверки реалий" на специально подобранной группе партнеров. Присутствие равноправных партнеров, а не только одного терапевта, создает ощущение комфорта. У недостаточно уверенных в себе членов группы не возникает чувства, что на них оказывают давление, с тем чтобы они немедленно себя проявили. А когда они начинают заявлять о себе, то чувствуют себя спокойней, ощущая поддержку и зная, что такие же проблемы есть и у других.

В-третьих, в группе можно быть не только участником событий, но и зрителем. Наблюдая со стороны за ходом групповых взаимодействий, можно отождествлять себя с активными участниками и использовать результаты этих наблюдений при оценке собственных эмоций и поступков. Множество обратных связей создает отражение личности сразу во многих ракурсах, позволяющее ей оценить собственное поведение и установки. При добавлении к терапевтической диаде еще одного или нескольких человек возникает напряжение, которое не всегда имеет место в отношениях двух людей. Это напряжение может способствовать выявлению психологических проблем каждого члена группы.

В-четвертых, группа может способствовать личностному росту. В группе личность неизбежно ставится в положение, вынуждающее ее к самоисследованию и интроспекции. Часто люди знают, чего они хотят, но, чтобы заявить об этом во всеуслышание, им требуется участие и поддержка. Каждая попытка самораскрытия или самоизменения члена группы вызывает одобрительную реакцию со стороны других ее членов, и, соответственно, повышается самооценка личности.

Наконец, групповая форма работы имеет и экономические преимущества. Обычно и для тренера, и для участника группы менее накладно встречаться одновременно с шестью, десятью или более людьми, чем с каждым из них поодиночке.

И последнее преимущество заключается в том, что используя методы проведения тренинга в многочисленной группе, мы можем применять его для работы с реальной академической группой, тем самым сплачивая ее.

Другие преимущества работы с группами являются следствиями особенностей отдельных подходов или теорий. Гибкость групповых форм терапии, как будет показано в дальнейшем, позволяет моделировать самые разнообразные ситуационные формы межличностных взаимодействий, разрабатывать различные терапевтические программы и работать с разным контингентом участников.

В литературе, кроме этого, существует ряд других названий (группы открытого общения, активное социальное общение, группы интенсивного общения и т. д.). Но СПТ на сегодня является наиболее часто употребимым и наиболее устоявшимся термином. Этим чрезвычайно широким понятием обозначают большое количество самых разнообразных методов. Отличительной чертой СПТ от традиционных видов обучения является наличие основополагающих принципов, которых должен придерживаться психолог. Их последовательная реализация при проведении СПТ обеспечивает качественное отличие таких занятий от традиционных методов обучения: лекции, семинара, чтения литературы [5].

Отличием СПТ как формы психологического влияния на развитие группы является то, что одной из ведущих предпосылок, механизмом и в то же время результатом группообразования выступают качественные изменения процессов общения в группе [26]. Такая фундаментальная роль общению в развитии группы отводится по двум причинам: общение является внутренне необходимым условием осуществления и развития совместной предметной деятельности, на базе и вокруг которой создается развитая группа, а сами процессы общения служат важной предпосылкой и в то же время способом, формой существования и развития группы как целостного психологического образования [10].

Другой принципиально важный момент, вытекающий из указанного характера общения – активная позиция участника тренинга. Это основывается на том положении, что любое самоизменение личности, ее развитие возможно

только через самодеятельность – «... такую деятельность, в которой человек выступает активным субъектом, а не пассивным исполнителем извне приписанных функций и ролей»[28] (Цит по: [29, С. 35]). Использование этого принципа позволяет осуществлять развитие компетентности в общении в СПТ не путем непосредственного влияния психолога на участников группы, а созданием условий для самосовершенствования средств организации коммуникативного взаимодействия. При этом диагностика превращается в самодиагностику, коррекция – в самокоррекцию, как и вообще любое новоприобретение в виде соответствующих эффектов тренинга, которые непосредственно выступают как результат активной работы самого участника. Основной замысел тренинга состоит в том, чтобы превратить группу в своеобразное объемное зеркало или, точнее говоря, систему зеркал, в которых каждый участник мог бы увидеть себя в процессе своих конкретных проявлений в жизни данной группы. Поэтому в качестве важного правила выступает ограничение обсуждения событий лишь в рамках тренинга («здесь и теперь») и персонификация высказываний. Суть последнего заключается в отказе от безличных речевых форм (типа «Каждый человек...» или «Все люди считают, что...») и прежде к личным «Я считаю», «Я полагаю».

Следующим важным моментом является намеренная межличностная обратная связь. Наиболее плодотворно это освещено в ряде работ Л. А. Петровской, где она выделяет способы интенсификации обратной связи, повышения ее адекватности и информативности. В качестве условий конструктивной обратной связи предлагается ее описательный характер, неотсроченность, специфичность, релевантность потребностям получающего и отправляющего, реализация ее в контексте группы, подача по поводу таких свойств, которые реально могут быть изменены. При этом обратная связь выступает как дополнительное средство создания необходимой атмосферы. Кроме того, существуют методы с резким усилением обратной связи, в частности, «видеотренинг».

[28] Петрушин С.В. Психологический тренинг в многочисленной группе [Текст] / С.В. Петрушин. – М.: Академический проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2000. – 249 с. – С.35.

Особо следует отметить обращенность в СПТ к «эмоциональным потенциалам» (А. Н. Лутошкин) группы, высокой степени включенности эмоциональной сферы его участников: «Опыт переживания, полученный в процессе работы группы, становится важной эмоциональной компонентой целого ряда ее эффектов... Вообще, вся работа в группе оказывается как бы погруженной в насыщенную эмоциональную среду, активно влияющую на протекание базовых процессов тренинга...»[29] (Цит по: [27, С. 36].

Рассматривая СПТ в целом как процесс, Х. Миккин считает целесообразным выделять три относительно самостоятельных подпроцесса, у каждого из которых свои детерминанты, признаки и свои способы воздействия: «Ими являются процесс обучения как основной, и как вспомогательные — групповая динамика и развитие личности»[30] (Цит. по: [27, С. 38]). В задачу ведущего тренинг входит согласование подпроцессов развития компетентности в общении личности и развитие группы, также одновременное управление ими. При этом интенсификация процесса обучения достигается при помощи двух остальных процессов.

Цикл занятий СПТ обычно рассчитан на 30-50 часов, средней продолжительностью занятия 3 часа, численность комплектующих групп обычно не превышает 12 человек, которые включаются в занятия исходя из принципа добровольности. Выделяются три основных стратегии СПТ: свободное ведение (пассивный ведущий); программированное ведение (наличие определенного плана, эта стратегия близка к традиционной системе обучения); промежуточная форма (элементы программированности и широкие отступления в сторону свобод.

В отличие от СПТ, классический или экономически ориненированный тренинг продаж строится по другой логике. Его цель – развитие навыков продажи и компетентности продавца. Его задачи:

---

[29] Петрушин С.В. Психологический тренинг в многочисленной группе [Текст] / С.В. Петрушин. – М.: Академический проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2000. – 249 с. – С.36.

[30] Петрушин С.В. Психологический тренинг в многочисленной группе [Текст] / С.В. Петрушин. – М.: Академический проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2000. – 249 с. – С.38.

- изучить этапы продаж и действия продавца на каждом из них;
- научиться выявлять потребности клиента;
- освоить технику подготовки и проведение личной встречи;
- изучить типологию клиентов;
- научить проводить эффективную презентацию;
- овладеть техникой работы с возражениями;
- научить проводить переговоры с "трудными" клиентами;
- научить подводить эффективную аргументацию;
- научить вести переговоры о цене;
- отработать правильное завершение сделки;
- изучить правила послепродажного обслуживания.

Не умаляя значимости для менеджера по продажам этих навыков, без развития коммуникативной компетентности, как мы считаем, малоэффективными будут попытки продавца по установлению психологической коммуникации с клиентом и выявлению его потребностей и уже тем более работой с "трудными" клиентами.

Таким образом, в рамках подготовки менеджеров по продажам СПТ активных продаж, основанных на логике СПТ и интегрированным с ролевыми играми и упражнениями классического экономически ориентированного тренинга продаж может быть важным методом профессионального обучения, позитивно влияющим на эффективность профессиональной деятельности менеджера по продажам.

2. Экспериментальное изучение влияния активных социально-психологических методов обучения на развитие коммуникативных способностей

2.1 Экспериментальный замысел, характеристика выборки, процедура и методики обследования

В нашем исследовании, направленном на изучение влияния активного социально-психологического обучения на развитие коммуникативных способностей работников торговой сферы нами был проведен трехэтапный эксперимент с менеджерами по продажам: 1) проведены психологические тесты, направленные на актуальную диагностику социального интеллекта и методика коммуникативные и организаторские способности (КОС); 2) проведено активное социально-психологическое обучение методом социально-психологического тренинга или экономически ориентированный тренинг продаж; 3) вновь проведены психологические тесты, направленные на диагностику социального интеллекта и методика коммуникативные и организаторские способности (КОС) для определения динамики этих показателей.

Методика диагностики социального интеллекта (Тест Дж. Гилфорда и М. Салливена) [23]. Методика представляет собой батарею стандартизированных тестов, направленных на диагностику социального интеллекта (способности понимать и прогнозировать поведение людей в разных житейских ситуациях, распознавать намерения, чувства и эмоциональные состояния человека по невербальной и вербальной экспрессии). Социальный интеллект обеспечивает понимание поступков и действий людей, понимание речевой продукции человека, а также его невербальных реакций (мимики, поз, жестов). Он является когнитивной составляющей коммуникативных способностей личности и профессионально важным качеством в профессиях типа «человек – человек». Именно для измерения этих качеств мы и применяли данную методику в нашем исследовании.

Методика базируется на следующих теоретических основах. С тех пор, как впервые была выдвинута концепция социального интеллекта, интерес к этому понятию изменился. Изначально она была предложена Торндайком. Он определил понятие социального интеллекта как общую способность понимать других и

действовать или поступать мудро в отношении других. Торндайк различал социальные и абстрактные формы интеллекта. Существуют и другие определения и разъяснения теории Торндайка. Эти расширенные трактовки учитывают способность уживаться с другими людьми, способность иметь дело с окружающими, знания о людях, способность легко сходиться с другими, умение входить в их положение, ставить себя на место другого, а также способность критически и правильно оценивать чувства, настроение и мотивацию поступков других людей. Формулировка Векслера сводит эти различные точки зрения к одному определению социального интеллекта, который осознается как приспособленность индивида к человеческому бытию.

Согласно концепции Дж. Гилфорда, социальный интеллект представляет систему интеллектуальных способностей, независимую от факторов общего интеллекта. Эти способности, так же как и общеинтеллектуальные, могут быть описаны в пространстве трех переменных: содержание, операции, результаты. Дж. Гилфорд выделил одну операцию – познание (С) – и сосредоточил свои исследования на познании поведения (СВ**).** Эта способность включает 6 факторов:

1. Познание элементов поведения (CBU) – способность выделять из контекста вербальную и невербальную экспрессию поведения (способность, близкая к выделению «фигуры из фона» в гештальт-психологии).

2. Познание классов поведения (CBC) – способность распознавать общие свойства в некотором потоке экспрессивной или ситуативной информации о поведении.

3. Познание отношений поведения (CBR) – способность понимать отношения, существующие между единицами информации о поведении.

4. Познание систем поведения (CBS) – способность понимать логику развития целостных ситуаций взаимодействия людей, смысл их поведения в этих ситуациях.

5. Познание преобразований поведения (CBT) – способность понимать изменение значения сходного поведения (вербального или невербального) в разных ситуационных контекстах.

6. Познание результатов поведения (CBI) – способность предвидеть последствия поведения, исходя из имеющейся информации.

Именно модель Дж. Гилфорда послужила теоретической основой построения тестовой батареи (тест Гилфорда-Салливена), диагностирующей социальный интеллект.

Создатель первой методики для измерения социального интеллекта Дж. Гилфорд рассматривал его как систему интеллектуальных способностей, независимых от фактора общего интеллекта и связанных, прежде всего, с познанием поведенческой информации. Возможность измерения социального интеллекта вытекает из общей модели структуры интеллекта, построенной Дж. Гилфордом. К российским социокультурным условиям методика была адаптирована Е.С. Алешиной-Михайловой. Русская аббревиатура СИГ («социальный интеллект Гилфорда») предложена В.Н. Куниципой. Методика включает четыре субтеста, три из которых составлены на невербальном стимульном материале и один – на вербальном. Субтесты диагностируют четыре способности в структуре социального интеллекта Дж. Гилфорда: познание классов, систем, преобразований и результатов поведения. Стимульный материал представляет собой набор из четырех тестовых тетрадей. Каждый субтест имеет свою инструкцию, свое ограничение времени и содержит 12-15 заданий.

1 субтест – «Истории с завершением» - 6 минут.

2 субтест – «Группы экспрессии» - 7 минут.

3 субтест – «Вербальная экспрессия» - 5 минут.

4 субтест – «Истории с дополнением» - 10 минут.

Перед началом тестирования обследуемым выдавались бланки ответов. После этого обследуемые получали тестовые тетради с первым субтестом и знакомились с инструкцией. После этого обследуемым давалась команда «Переверните страницу. Начали» и включался секундомер. За минуту до окончания работы, над субтестом, обследуемые предупреждались об этом. По истечении времени работы давалась команда «Стоп. Отложите ваши ручки». Обследуемые отдыхали в течении нескольких минут и переходили к выполнению следующего субтеста.

Бланки ответов обрабатывались с помощью специальных ключей. Результаты подсчитывались по каждому тесту в отдельности и по всему тесту в целом. Подсчитанные «сырые» баллы переводились в стандартные с помощью нормативных таблиц.

Прогностическая валидность методики определялась путем установления связи между успешностью выполнения теста и различными критериями повседневной жизни, показателями реального поведения. В целом, эти исследования показывают, что методика измеряет способности, проявляющиеся в понимании других людей, и, следовательно, имеет связь с умением жить в обществе, социальной адаптированностью.

Методика выявления коммуникативных и организаторских способностей (КОС) состоит из 40 вопросов. Методика предложена Б.А. Федоршиным (Приложение А) [1-2]. Испытуемым раздают бланки для ответов и зачитывают инструкцию: “Вам нужно ответить на все предложенные вопросы и отвечайте так: если Ваш ответ на вопрос положителен (Вы согласны), то в соответствующей клетке листа ответов поставьте плюс, если же Ваш ответ отрицателен (Вы не согласны)– поставьте минус. Следите, чтобы номер вопроса и номер клетки, куда Вы запишите свой ответ, совпадали. Имейте в виду, что вопросы носят общий характер и не могут содержать всех необходимых подробностей. Поэтому представьте себе типичные ситуации и не задумывайтесь над деталями. Не следует тратить много времени на обдумывание, отвечайте быстро. Возможно, на некоторые вопросы Вам будет трудно ответить. Тогда постарайтесь дать тот ответ, который Вы считаете предпочтительным. При ответе на любой из этих вопросов обращайте внимание на его первые слова. Ваш ответ должен быть точно согласован с ними. Отвечая на вопросы не стремитесь произвести заведомо приятное впечатление. Важен не конкретный ответ, а суммарный балл по серии вопросов”.

Обработка результатов

1.Сопоставить ответы испытуемого с дешифратором и подсчитать количество совпадений по коммуникативным склонностям (организаторские склонности нами не рассматривались, т.к. это не входило в задачи исследования).

2.Вычислить оценочные коэффициенты коммуникативных (Кк) склонностей как отношения количества совпадающих ответов по коммуникативным склонностям (Кх) к максимально возможному числу совпадений (20), по формулам:

$$Кк = \frac{Кх}{20} \quad (1)$$

3. Качественная оценка дается при сопоставлении полученных коэффициентов со шкальными оценками (Приложение А, таблица А-1)

В эксперименте приняли участие 30 менеджеров по продажам фирмы «Галахер Казахстан» – 15 вошли в экспериментальную группу и участвовали в социально-психологическом тренинге активных продаж, а еще 15 были также протестированы в то же самое время, что и участники экспериментальной группы, но проходили экономически ориентированный тренинг активных продаж, направленный на развитие навыков продаж. Эксперимент проводился в период январь-февраль 2015 года. Тренинг коммуникативной компетентности в активных продажах проводился в течение 35 часов без отрыва от производства (по 2-3 часа в день в течение 2 недель) – 1 час до работы и 1-2 часа после работы (в зависимости от физического состояния менеджеров по продажам). Каждое занятие включало разминку в виде различных психологических игр, для создания рабочей атмосферы, 1-2 основных упражнения, направленных на развитие коммуникации, 1 ролевую игру по продажам и 1 упражнение релаксационного характера (как правило, вечером, для снятия усталости) и 1 завершающее упражнение (примеры основных упражнений приводятся в приложении Б).

Для выявления различия между средними по экспериментальным выборкам нами использовался t-критерий Стьюдента для зависимых выборок [15]. Его выбор обуславливался во-первых тем, что распределения значений по каждому из показателей приближается к нормальному. Для этого был проведен расчет показателей ассиметрии и эксцесса по формуле:

$$A_S = \frac{\sum d_i^3}{\sigma^3 n} \quad (2);$$

$$A_S = \frac{\sum d_i^4}{\sigma^4 n} - 3 \quad (3);$$

где A_s – ассиметрия, d – значение показателя; σ - среднеквадратичное отклонение.

Полученные значения по всем показателям попадали в поле значений -3<x<3.

t-критерий Стьюдента определялся по следующей формуле [7]:

$$t(n_1 + n_2 - 2) = \frac{\bar{x}_1(n_1) - \bar{x}_2(n_2)}{\tilde{s}\sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}} \quad (4),$$

где $\bar{x}_1(n_1)$ и $\bar{x}_2(n_2)$ р – выборочные средние первой и второй выборки (до и после тренинга), $\tilde{s}^2$ – оценка дисперсии, составленная из оценок дисперсий для каждой группы данных:

$$\tilde{s}^2 = \frac{1}{n_1 + n_2 - 2}\left[(n_1 - 1)\bar{s}_1^2(n_1) + (n_2 - 1)\bar{s}_2^2(n_2)\right] \quad (5);$$

$$\bar{s}_j^2(n) = \frac{1}{n_j - 1}\sum_{i=1}^{n}(x_i - \bar{x}_j(n))^2, \quad j = 1,2 \quad (6)$$

Если гипотеза: «средние в двух группах равны» – верна, то статистика $t(n_1 + n_2 - 2)$ имеет распределение Стьюдента с $(n_1 + n_2 - 2)$ степенями свободы.

Все расчеты достоверны при уровне $p \leq 0{,}05$.

Граничные значения t-критерия Стьюдента $2{,}13 \leq t \leq -2{,}13$

Для обработки результатов полученных в ходе всех этапов эксперимента, нами применялся дисперсионный анализ Фишера (ANOVA) [14]:

$$F = \frac{S_x^2}{S_y^2} \quad (7),$$

где $$S_x^2 = \left(\frac{1}{n1}\right) \Sigma (x_1 - \overline{x})^2 \quad (8)$$

и $$S_y^2 = \left(\frac{1}{n2}\right) \Sigma (y_1 - \overline{y})^2 \quad (9)$$

n_1 – количество наблюдений в выборке 1;

n_2 – количество наблюдений в выборке 2.

Показатели обобщающий F-критерий имеют следующие коэффициенты достоверности ($F_{теор.}$=2,48, $F_{эмп.} \geq F_{теор.}$; при $p<0,05$)

Все математические расчеты были проведены с помощью программы «Statistica» 5.5a [7].

2.2 Результаты экспериментального исследования

После проведенного эксперимента и обработки тестовых данных (первичные эмпирические результаты представлены в Приложениях В) и их статистической обработке мы получили следующие результаты (таблица 1-4, рисунки 1-10). В таблицах представлены показатели средних значений по всем группам до и после тренинга, уровень t-критерия, стандартные отклонения.

Таблица 1 – Расчет показателя t-критерия Стьюдента по показателям методики Гилфорда-Салливена и КОС по контрольной группе до (D) и после тренинга (P)

Показатель	Mean	Std.Dv.	t
GILF1_D	8,60	1,45	
GILF1_P	8,53	1,36	0,43
GILF2_D	8,07	1,44	
GILF2_P	8,00	1,36	0,37
GILF3_D	7,27	1,28	
GILF3_P	7,47	1,51	-0,90
GILF4_D	5,47	1,06	
GILF4_P	5,80	0,77	-1,78
GILFKO_D	29,40	3,42	
GILFKO_P	29,80	3,84	-0,97
KK_D	0,68	0,03	
KK_P	0,69	0,03	-1,40

Как мы видим из таблицы 1, ни по одному изучаемому показателю нет статистических различий между замерами до и после исследования, проведенного наряду с изучением экспериментальной группы, прошедшей активное социально-психологическое обучение продаж.

А вот для экспериментальной группы, про всем показателям произошли значимые изменения (таблица 2).

Таблица 2 – Расчет показателя t-критерия Стьюдента показателям методики Гилфорда-Салливена и КОС по экспериментальной группе до (Д) и после тренинга (П)

Показатель	Mean	Std.Dv.	t
GILF1_D	**8,47***	**2,97**	
GILF1_P	**9,93**	**2,63**	**-2,71**
GILF2_D	**7,40**	**1,99**	
GILF2_P	**9,00**	**1,31**	**-2,40**
GILF3_D	**6,60**	**1,88**	
GILF3_P	**7,87**	**1,92**	**-3,20**
GILF4_D	**4,53**	**2,20**	
GILF4_P	**6,00**	**1,51**	**-2,38**
GILFKO_D	**27,00**	**6,16**	
GILFKO_P	**32,13**	**5,40**	**-7,10**
KK_D	**0,67**	**0,05**	
KK_P	**0,73**	**0,05**	**-4,03**

*Жирным шрифтом выделены достоверно значимые коэффициенты.

Наглядно все эти показатели можно представить с помощью категоризованной диаграммы размаха.

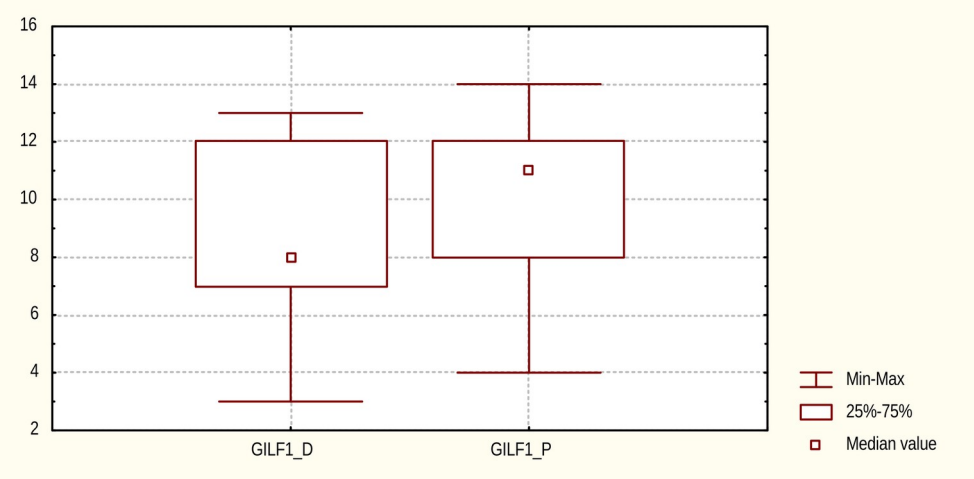

Рисунок 1 – Диаграмма размаха показателей субтеста 1 методики Гилфорда-Салливена до и после тренинга

Условно на рисунке обозначены: GILF1_D – показатели по субтесту 1 методики Гилфорда-Салливена до тренинга; GILF1_P - показатели по субтесту 1 методики Гилфорда-Салливена после тренинга

На диаграммах точками показаны средние значения, а также стандартные отклонения (прямоугольники) и стандартные ошибки (отрезки прямых линий), вычисленные отдельно по группам. Заметны различия дисперсий на графиках групп – высота прямоугольников «GILF1_D» (M=8,47) меньше высоты прямоугольников «GILF1_P» (M=9,43). То есть, по субтесту 1 методики Гилфорда после тренинга произошло увеличение показателей, что позволяет утверждать повышение способности менеджеров по продажам в прогнозировании социального поведения.

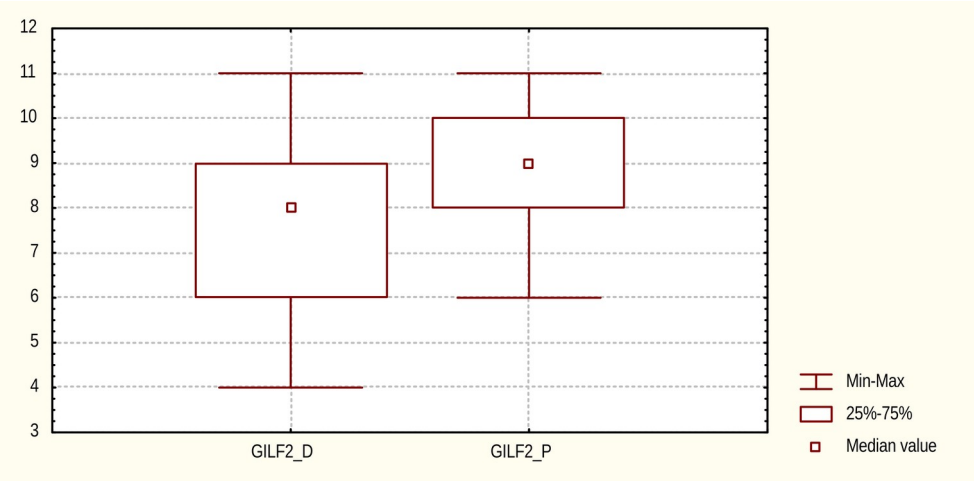

Рисунок 2 – Диаграмма размаха показателей субтеста 2 методики Гилфорда-Салливена до и после тренинга

Условно на рисунке обозначены: GILF2_D – *показатели по субтесту 2 методики Гилфорда-Салливена до тренинга;* GILF2_P - *показатели по субтесту 2 методики Гилфорда-Салливена после тренинга*

После обработки субтеста 2 теста Гилфорда-Салливена также были выявлены различия дисперсий на графиках групп - высота прямоугольников «GILF2_D» (M=7,40) меньше высоты прямоугольников «GILF2_P» (M=9,00). То есть, по субтесту 2 методики Гилфорда после тренинга произошло заметное увеличение показателей, что позволяет утверждать повышение способности менеджеров по продажам улавливать смысл невербальных реакций при интерпретации ситуаций общения.

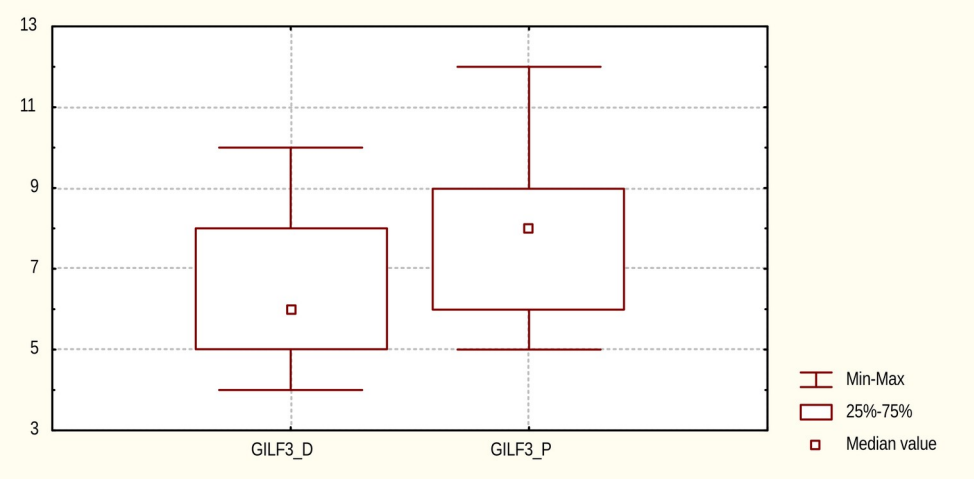

Рисунок 3 – Диаграмма размаха показателей субтеста 3 методики Гилфорда-Салливена до и после тренинга

Условно на рисунке обозначены GILF3_D – *показатели по субтесту 3 методики Гилфорда-Салливена до тренинга* GILF3_P - *показатели по субтесту 3 методики Гилфорда-Салливена после тренинга*

По результатам субтеста 3 теста Гилфорда-Салливена были выявлены различия дисперсий на графиках групп – высота прямоугольников «GILF3_D» (M=6,60) меньше высоты прямоугольников «GILF3_P» (M=7,87). То есть, по субтесту 3 методики Гилфорда после тренинга произошло заметное увеличение показателей, что позволяет утверждать повышение способности менеджеров по продажам понимать характер человеческих взаимоотношений и интерпретировать слова собеседника в зависимости от контекста ситуации общения.

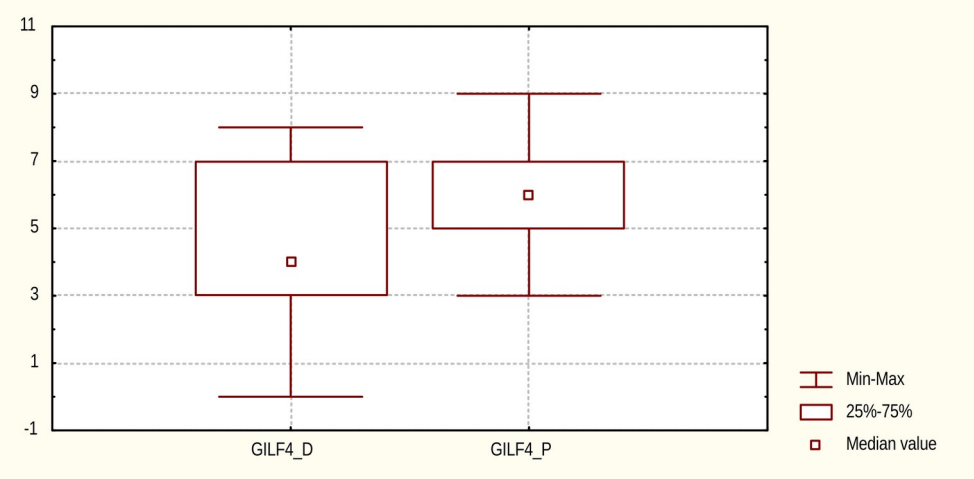

Рисунок 4 – Диаграмма размаха показателей субтеста 4 методики Гилфорда-Салливена до и после тренинга

Условно на рисунке обозначены: GILF4_D – *показатели по субтесту 4 методики Гилфорда-Салливена до тренинга;* GILF4_P - *показатели по субтесту 4 методики Гилфорда-Салливена после тренинга*

В результате обработки данных субтеста 4 теста Гилфорда-Салливена были выявлены различия дисперсий на графиках групп – высота прямоугольников «GILF4_D» (M=4,53) меньше высоты прямоугольников «GILF4_P» (M=6,00). То есть, по субтесту 4 методики Гилфорда после тренинга произошло заметное увеличение показателей, что позволяет утверждать повышение у менеджеров по продажам способности понимать динамику межличностных отношений – путем логических рассуждений уяснять мотивы поведения людей, выстраивать недостающие звенья в развитии событий, предсказывать последствия поведения участников взаимодействия.

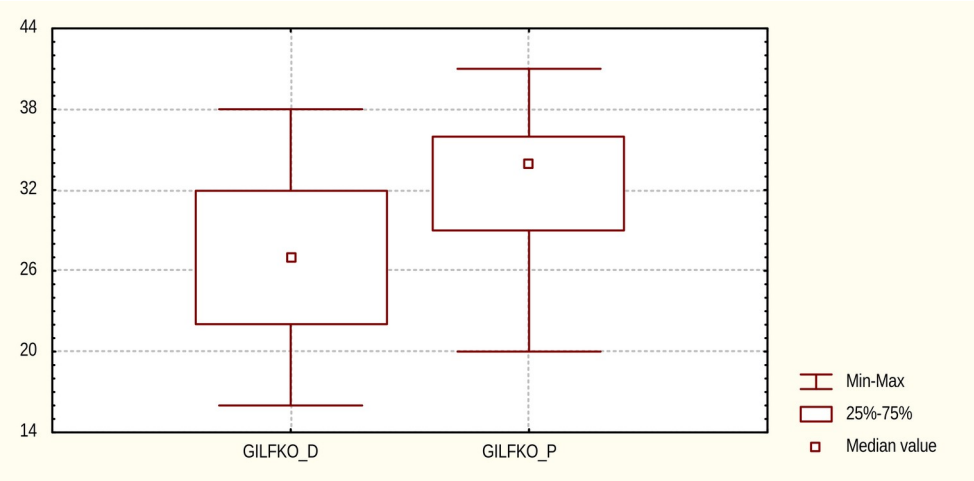

Рисунок 5 – Диаграмма размаха показателей композитной оценки методики Гилфорда-Салливена до и после тренинга

Условно на рисунке обозначены: GILFKO_D – *показатели по композитной оценке методики Гилфорда-Салливена до тренинга;* GILFKO_P - *показатели композитной оценки методики Гилфорда-Салливена после тренинга*

При обобщении данных по субтестам теста Гилфорда-Салливена также были выявлены различия дисперсий на графиках групп – высота прямоугольников «GILFKO_D» (M=27,00) меньше высоты прямоугольников «GILFKO_P» (M=32,13). То есть, по методике Гилфорда после тренинга произошло заметное увеличение показателей, что позволяет утверждать повышение у менеджеров по продажам способности в целом понимать и прогнозировать поведение людей.

Для уточнения достоверности различий между экспериментальной и контрольной группы по уровню социального интеллекта мы провели однофакторный дисперсионный анализ Фишера (таблица 3).

Таблица 3 - Данные однофакторного дисперсионного анализа до и после тренинга по КО

Показатели методики	F
GILFKO_D	1,74
GILFKO_P	4,05

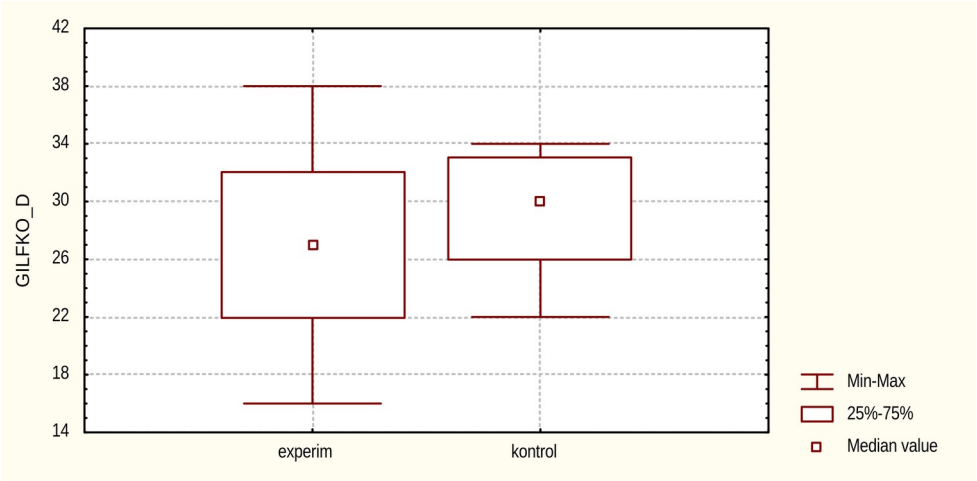

Рисунок 6 – Диаграмма размаха дисперсионного анализа экспериментальной и контрольной группы по композитной оценке методики Гилфорда-Салливена до тренинга

Условно на рисунке обозначены: GILFKO_ D – показатели по композитной оценке методики Гилфорда-Салливена до тренинга; experim – экспериментальная группа; kontrol – контрольная группа

На рисунке 6 не видно различий между показателям. В экспериментальной группе среднее значение по уровню исследуемого признака лежит в интервале 21,04-33,9, тогда как среднее значение по контрольной группе равно 26,69-33,31. Соответственно различия между группами до тренинга недостоверны (($F_{эмп}$=1,74 при $F_{теор.}$=2,39, $F_{эмп.} \geq F_{теор.}$; при $p<0,05$)).

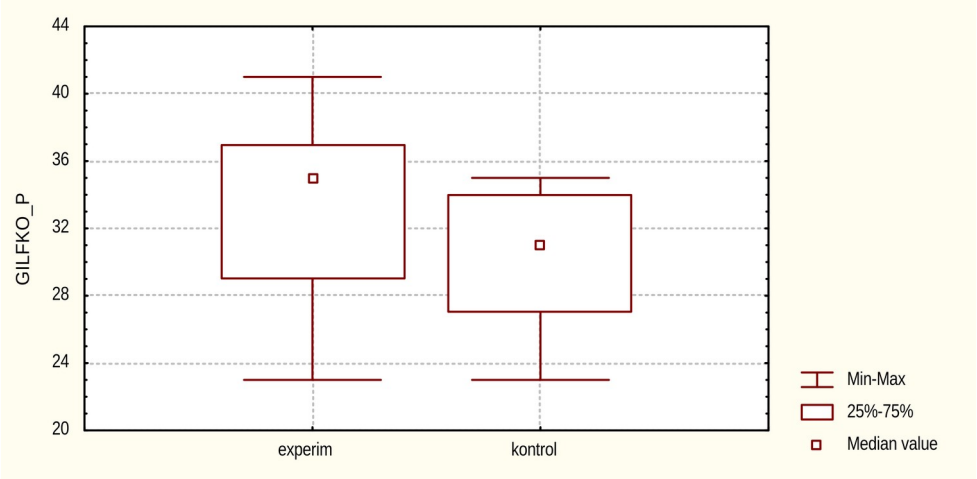

Рисунок 7 – Диаграмма размаха дисперсионного анализа экспериментальной и контрольной группы после тренинга

Условно на рисунке обозначены: GILFKO_ P – показатели по композитной оценке методики Гилфорда-Салливена после тренинга; experim – экспериментальная группа; kontrol – контрольная группа

На рисунке же 7 видно, что в экспериментальной группе среднее значение по уровню исследуемого признака лежит в интервале 30,33-39,67, тогда как среднее значение по контрольной группе равно 27,28-34,72. Соответственно различия между группами после тренинга по показателю композитной оценки методики Гилфорда-Салливена достоверны (($F_{эмп}$=4,05 при $F_{теор.}$=2,39, $F_{эмп.} \leq F_{теор.}$; при $p<0,05$)). Имея уровень развития социального интеллекта на среднем уровне, после тренинга менеджеры по продажам стали более предрасположены извлекать информацию о поведении людей, прогнозировать их реакции в заданных обстоятельствах, проявлять дальновидность в отношениях с другими, склонны к психологической близости в общении, имеют выраженный интерес к познанию себя и развитую способность к рефлексии, что отражает повышение степени адаптации.

Еще одной методикой, диагностирующей уровень развития коммуникативных способностей была методика КОС, результаты по которой представлены в таблицах 1-2, и рисунках

Как мы видим из этих таблиц и рисунка , до применения активного социально-психологического обучения, не было достоверных различий ни в экспериментальной, ни в контрольной группе. После проведенного эксперимента в контрольной группе изменений также нет, тогда как в экспериментальной группе мы видим другое.

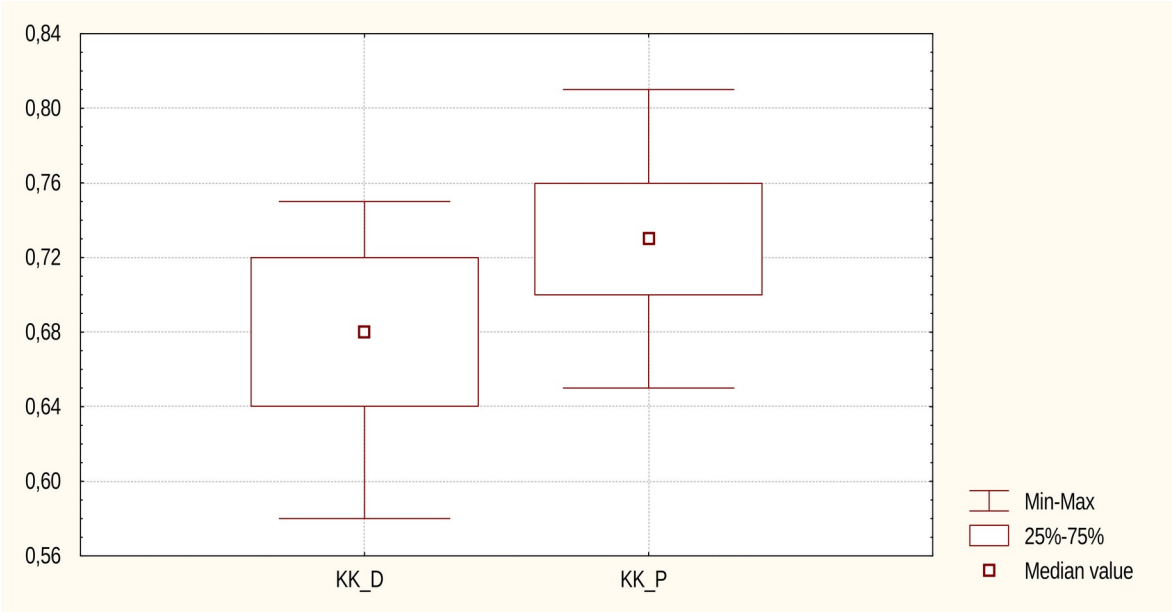

Рисунок 8 – Диаграмма размаха показателя коммуникативных склонностей до и после тренинга в экспериментальной группе

Условно на рисунке обозначены KK_D – показатель коммуникативных склонностей методики КОС до тренинга; KK_P - показатель коммуникативных склонностей методики КОС после тренинга

Как видно из рисунка 8 по показателю коммуникативных склонностей методики КОС были выявлены значимые различия дисперсий на графиках групп – высота прямоугольников «KK_D» (M=0,67) меньше высоты прямоугольников «KK_P» (M=0,73).

Для уточнения достоверности различий между экспериментальной и контрольной группы по уровню коммуникативных склонностей, диагностированных

методикой КОС мы провели однофакторный дисперсионный анализ Фишера (таблица 4).

Таблица 4 - Данные однофакторного дисперсионного анализа до и после тренинга по КО

Показатели методики	F
GILFKO_D	0,30
GILFKO_P	7,34

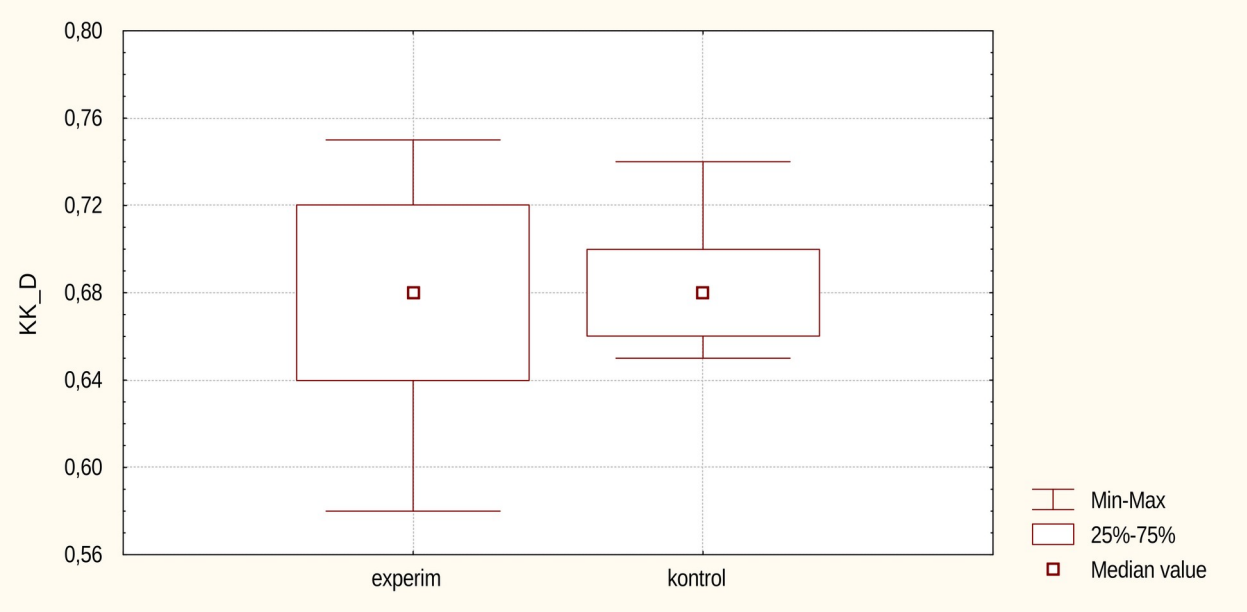

Рисунок 9 – Диаграмма размаха дисперсионного анализа экспериментальной и контрольной группы по коммуникативным склонностям методики КОС до тренинга

Условно на рисунке обозначены KK_ D – показатели коммуникативных склонностей до тренинга; experim – экспериментальная группа; kontrol – контрольная группа

Как видно из рисунка 9 в экспериментальной группе среднее значение по уровню исследуемого признака лежит в интервале 0,64-0,72, а среднее значение по контрольной группе равно 0,65-0,69. Соответственно различия между группами после тренинга по показателю коммуникативных склонностей методики КОС не достоверны (($F_{эмп}$=0,3 при $F_{теор.}$=2,39, $F_{эмп.} \leq F_{теор.}$; при $p<0,05$)).

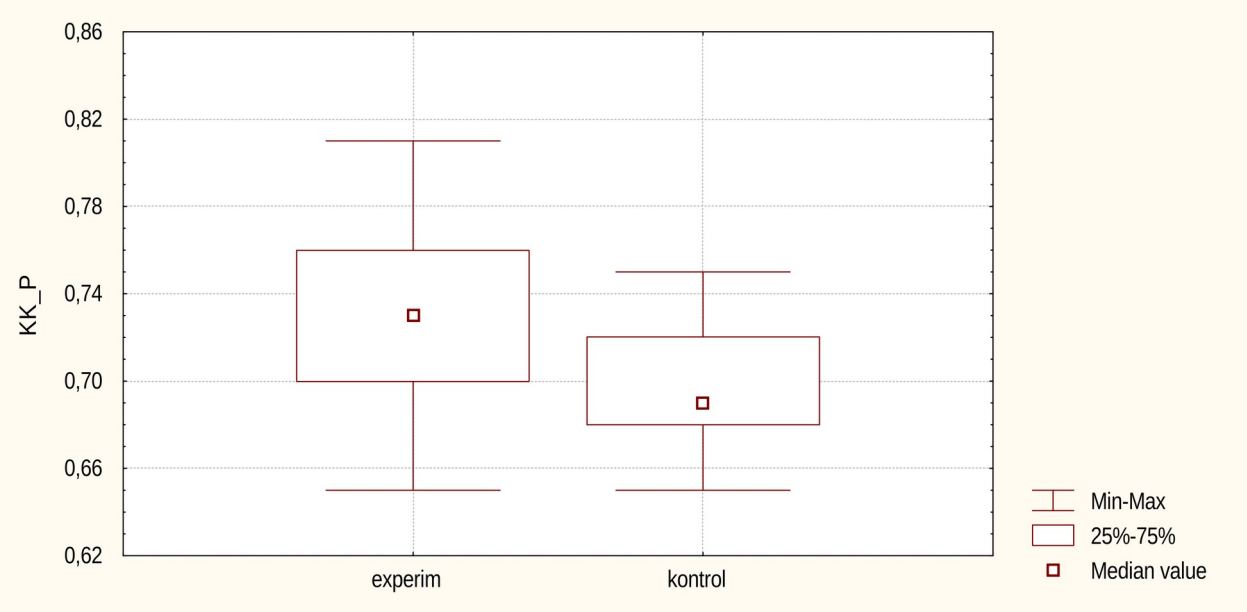

Рисунок 10 – Диаграмма размаха дисперсионного анализа экспериментальной и контрольной группы по коммуникативным склонностям методики КОС после тренинга

Условно на рисунке обозначены KK_P - показатель коммуникативных склонностей методики КОС после тренинга; experim – экспериментальная группа; kontrol – контрольная группа

На рисунке же 10 видно, что в экспериментальной группе среднее значение по уровню исследуемого признака лежит в интервале 0,7-0,77, тогда как среднее значение по контрольной группе равно 0,67-0,72. Соответственно различия между группами после тренинга по показателю коммуникативных склонностей методики КОС достоверны (($F_{эмп}$=7,34 при $F_{теор.}$=2,39, $F_{эмп.} \geq F_{теор.}$; при $p<0,05$)). То есть до тренинга уровень коммуникативных способностей у менеджеров по продажам был среднего уровня и они стремятся к контактам с людьми, не ограничивают круг своих знакомств, отстаивают свое мнение, планируют свою работу, однако потенциал их склонностей не отличается высокой устойчивостью. Потому они нуждались в дальнейшей серьезной и планомерной воспитательной работе по формированию и развитию коммуникативных организаторских склонностей. После проведения такой работы коммуникативные способности торговых представителей получили развитие до среднего уровня. Они теперь не теряются в новой обстановке,

быстро находят новых друзей, постоянно стремятся расширить круг своих знакомых, занимаются общественной деятельностью, помогают близким, друзьям, проявляют инициативу в общении, с удовольствием принимают участие в организации общественных мероприятий, способны принять самостоятельное решение в трудной ситуации. И делают они теперь это не по принуждению, а согласно внутренним устремлениям.

Объективно оценить влияние социально-психологического тренинга активных продаж в сравнении с классическим экономически ориентированным тренингом продаж мы можем путем сравнения квартальных данных бухгалтерской отчетности по отделу продаж за первый квартал 2014 года и того же периода 2015 года (рисунок 11). Это позволит нам наглядно убедиться в эффективности социально-психологического тренинга активных продаж и выраженная в денежных показателях уровня продаж, которая носить роль “контроля после” (post factum).

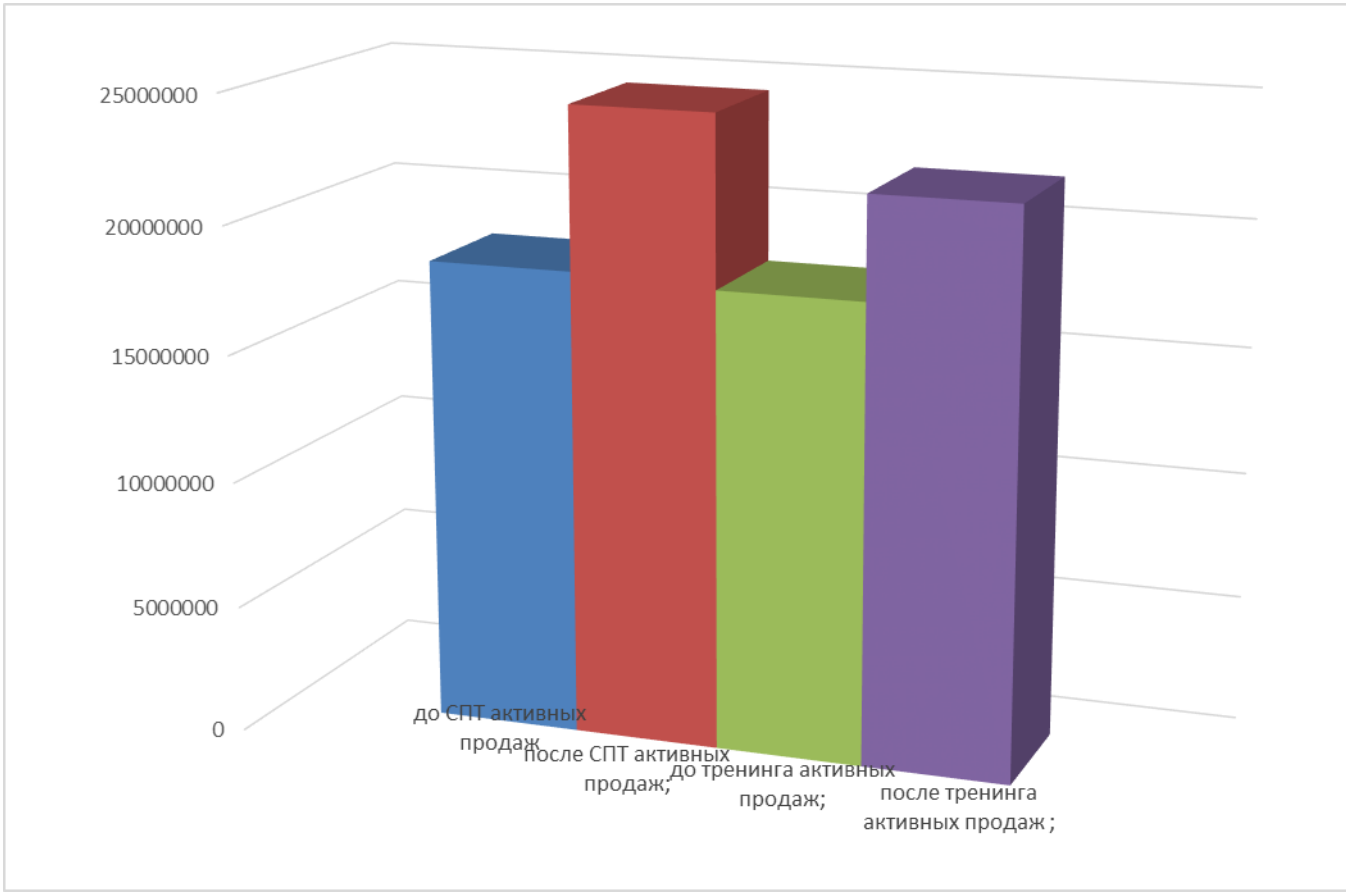

Рисунок 11 – Динамика продаж за аналогичные отчетные периоды I квартала 2014 и 2015 гг. до и после СПТ активных продаж или тренинга активных продаж

Как можно увидеть из рисунка 11 динамика повышения уровня продаж после социально-психологического тренинга активных продаж составила 6332681 тенге или 34,7%, тогда как после экономически ориентированного тренинга активных продаж уровень продаж также вырос, но лишь на 3996470 или 22,2%, что на 12,5% меньше чем в экспериментальной группе, что позволяет говорить о подтверждении гипотезы и если менеджеры по продажам, даже обладая хорошо развитыми коммуникативными способностями и социальным интеллектом, после применения активного социально-психологического обучения в виде социально-психологического тренинга активных продаж могут развить эти качества еще больше, что позитивно отражается на эффективности их деятельности в большей степени, чем при традиционном тренинге активных продаж.

Заключение

Отметив по результатам литературного обзора противоречие между обладанием современной личностью менеджера высоким уровнем развития интеллекта, и уровнем развития коммуникативных способностей, снижающих социальную адаптацию мы увидели разрешение этого противоречия в развитии коммуникативных способностей личности для конструктивного общения и коммуникативной компетенции в целом, для оптимального социального взаимодействия в продажах.

Особое значение такое развитие приобретает для работников торговой сферы. Ведь для них коммуникативная компетентность и конкретные коммуникативные способности являются профессионально-важными качествами (ПВК) личности.

Но развитие этих способностей в процессе естественного взаимодействия неизбежно приведет к различным социальным недоразумениям и конфликтам, что обязательно скажется на эффективности профессиональной деятельности.

И лишь целенаправленное обучение в искусственных условиях, моделирующих реальное взаимодействие с переносом полученных знаний в реальную коммуникацию и рефлексии допущенных ошибок, поможет сделать такое развитие безопасным, продуктивным, а потому и эффективным.

Одним из видов такого обучения является активное социально-психологическое обучения продажам.

Для проверки эффективности такого развития мы провели эксперимент, заключающийся в сравнение степени развития отдельных коммуникативных способностей и социального интеллекта в целом у менеджеров по продажам в условиях реальной профессиональной деятельности и в условиях дополнительного психологического сопровождения тренингом коммуникативности.

У менеджеров по продажам, прошедших тренинг, произошло значимое повышение способности прогнозировать социальное поведение.

Также у них улучшилась способность улавливать смысл невербальных реакций при интерпретации ситуаций общения.

После тренинга произошло заметное увеличение способности менеджеров по продажам понимать характер человеческих взаимоотношений и интерпретировать слова собеседника в зависимости от контекста ситуации общения.

Еще одной получившей развитие коммуникативной способностью стала способность понимать динамику межличностных отношений – путем логических рассуждений уяснять мотивы поведения людей, выстраивать недостающие звенья в развитии событий, предсказывать последствия поведения участников взаимодействия.

Таким образом, имея уровень развития социального интеллекта до тренинга

на среднем уровне, после тренинга менеджеры по продажам стали более предрасположены извлекать информацию о поведении людей, прогнозировать их реакции в заданных обстоятельствах, проявлять дальновидность в отношениях с другими, склонны к психологической близости в общении, имеют выраженный интерес к познанию себя и развитую способность к рефлексии, что отражает повышение степени адаптации.

До тренинга уровень коммуникативных способностей у менеджеров по продажам был среднего уровня и они стремятся к контактам с людьми, не ограничивают круг своих знакомств, отстаивают свое мнение, планируют свою работу, однако потенциал их склонностей не отличается высокой устойчивостью. Потому они нуждались в дальнейшей серьезной и планомерной воспитательной работе по формированию и развитию коммуникативных организаторских склонностей. После проведения такой работы коммуникативные способности торговых представителей получили развитие до среднего уровня. Они теперь не теряются в новой обстановке, быстро находят новых друзей, постоянно стремятся расширить круг своих знакомых, занимаются общественной деятельностью, помогают близким, друзьям, проявляют инициативу в общении, с удовольствием принимают участие в организации общественных мероприятий, способны принять самостоятельное решение в трудной ситуации. И делают они теперь это не по принуждению, а согласно внутренним устремлениям.

Динамика повышения уровня продаж после социально-психологического тренинга активных продаж составила 6332681 тенге или 34,7%, тогда как после экономически ориентированного тренинга активных продаж уровень продаж также вырос, но лишь на 3996470 или 22,2%, что на 12,5% меньше чем в экспериментальной группе, что позволяет говорить о повышении эффективности деятельности в обоих группах, но с большей динамикой в экспериментальной.

Таким образом, наша гипотеза получила подтверждение и менеджеры по продажам, даже обладая хорошо развитыми коммуникативными способностями и социальным интеллектом, после применения активного социально-психологического обучения в виде социально-психологического тренинга активных

продаж могут развить эти качества еще больше, что позитивно отражается на эффективности их деятельности в большей степени, чем при традиционном тренинге активных продаж.

Проведенное исследование не исчерпало всех аспектов проблемы влияния активного социально-психологического обучения на развитие коммуникативных способностей. Перспективным, на наш взгляд, является изучение этой проблемы в гендерном и этническом аспекте.

Глоссарий

№ п/п	**Понятия**	**Содержание**
1	**2**	**3**
1	**Активные продажи**	это совокупность мероприятий направленных на продвижение товаров и услуг, через клиентскую базу
2	**Активное социально-психологическое**	организационные формы педагогического общения, которые обеспечивают высокую

	обучение	познавательную активность обучаемых в овладении практическими социально-психологическими знаниями и коммуникативными умениями
3	**Коммуникативная компетентность**	владение сложными коммуникативными навыками и умениями, формирование адекватных умений в новых социальных структурах, знание культурных норм и ограничений в общении, знание обычаев, традиций, этикета в сфере общения, соблюдение приличий, воспитанность; ориентация в коммуникативных средствах, присущих национальному, сословному менталитету и выражающих его, освоенного ролевого репертуара в рамках данной профессии
4	**Коммуникативная компетентность, по Ю.Н. Емельянову**	это такой уровень обученности взаимодействию с окружающими, какой требуется индивиду, чтобы в рамках своих способностей и социального статуса успешно функционировать в данном обществе, она определяет ситуативную адаптивность и свободное владение вербальными и невербальными средствами социального поведения
5	**Коммуникативные способности**	часть структуры личности, которая отвечает требованиям коммуникативной деятельности и обеспечивает ее успешное

		осуществление
6	**Коммуникация**	процесс передачи информации неким источником другому конкретному целевому объекту или членам идентифицируемой группы
7	**Компетентность в общении**	способность устанавливать и поддерживать необходимые контакты с другими людьми
8	**Контактность**	способность вступить в психологический контакт, сформировать доверительные отношения в ходе взаимодействия, основанные на согласии и взаимном принятии, обеспеченная владением навыками и умениями общения и саморегуляции, а также благоприятствующими контакту личностными свойствами
9	**Личность**	определяемое включенностью в общественные отношения системное качество индивида, формирующееся в совместной деятельности и общении
10	**Общение**	сложный, многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый потребностями в совместной деятельности и включающий в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия,

		восприятия и понимания другого человека
11	**Общение (по Б.Д. Парыгину)**	многогранный процесс, который может выступать в одно и то же время как процесс взаимодействия индивидов, и как информационный процесс, и как отношение людей друг к другу, и как их процесс взаимовлияния друг на друга, и как процесс сопереживания и взаимного понимания друг друга
12	**Общительность**	потребность человека в контактах с другими людьми, склонность к дружескому поведению
13	**Профессионально-важные качества личности (ПВК)**	совокупность психофизиологических, психических и социально-психологических свойств субъекта профессиональной деятельности, необходимых для успешного владения данной профессией
14	**Социально-психологический тренинг (СПТ)**	групповая форма психологического сопровождения развития социально-психологической компетентности субъекта.
15	**Социальный интеллект**	общая способность понимать других и действовать или поступать мудро в отношении других; способность уживаться с другими людьми способность иметь

		дело с окружающими, знания о людях, способность легко сходиться с другими, умение входить в их положение, ставить себя на место другого, а также – способность критически и правильно оценивать чувства, настроение и мотивацию поступков других людей; приспособленность индивида к человеческому бытию
16	**Способности**	индивидуально-психологические особенности, отличающие одного человека от другого, определяющие успешность выполнения деятельности или ряда деятельностей, не сводимые к знаниям, умениям и навыкам, но обусловливающие легкость и быстроту обучения новым способам и приемам деятельности. Способности можно определить и как свойства психологических функциональных систем, реализующих отдельные психические функции, имеющие индивидуальную меру выраженности и проявляющиеся в успешности и своеобразии усвоения и реализации той ли иной деятельности
17	**СПТ по Л.А. Петровской**	средство воздействия, направленное на развитие знаний, социальных установок, умений и опыта в области

		межличностного общения
18	**СПТ по Ю.Н. Емельянову**	группу методов развития способностей к обучению и овладению любым сложным видом деятельности

Список использованной литературы

1. Батаршев А.В. Диагностика профессионально важных качеств [Текст] / А.В. Батрашев, И.Ю. Алексеева, Е.В. Майорова. – СПб.: Питер, 2007. – 192 с. – ISBN – 5-91180-107-8.
2. Батаршев А.В. Психодиагностика способности к общению, или как определить организаторские и коммуникативные качества личности [Текст] / А.В. Батаршев. - М.: Гуманит. изд. центр Владос, 1999. – 176 с. – ISBN 5-691-00316-X.
3. Бодров В.А. Психология профессиональной деятельности [Текст] / В.А. Бодров. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2006. – 623 с. – ISBN 5-9270-0088-6.

4. Бодров В.А. Психология профессиональной пригодности [Текст] / В.А. Бодров. – 2-е изд. – М.: ПЕР СЭ, 2006. – 511 с. – ISBN 5-9292-0156-0.
5. Большаков В.Ю. Психотренинг [Текст] / В.Ю. Большаков. – СПб.: Социально-психологический центр, 1996. – 379 с. – *ISBN* 5-89121-003-7.
6. Большой психологический словарь [Текст] / под ред. Б.Г. Мещерякова, В.П. Зинченко. – СПб.: Прайм-Еврознак, 2003. – 632 с. – ISBN: 978-5-93878-232-7.
7. Боровиков В. STATISTICA: искусство анализа данных на компьютере [Текст] / В. Боровиков – СПб.: Питер, 2001. – 656 с. – ISBN 5-318-00302-8.
8. Васильев Г.С. Проблема коммуникативных способностей членов первичных учебно-воспитательных коллективов [Текст]: Автореферат, дисс. на поиск ученой степени, кандидат психологических наук / Г.С. Васильев .- М.: МГУ, 1977. – 21с.
9. Вердербер Р. Психология общения [Текст] / Р. Вердербер, К. Вередербер. – СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2003. – 320 с. – ISBN 5-93878-085-3.
10. Витакер Д.С. Группа как инструмент психологической помощи [Текст] / Д.С. Витакер. – М.: Класс, – 430 с. – ISBN 5-86375-125-8.
11. Горбушина О.П. Психологический тренинг. – СПб.: Питер, 2008. – 176 с. – ISBN 978-5-91180-224-0.
12. Дружинин В.Н. Экспериментальная психология [Текст]: учебное пособие / В.Н. Дружинин. – СПб.: Питер, 2003. – 319с. – ISBN 5-8046-0176-8.
13. Дружинин А. Тренинг продаж [Текст] / А. Дружинин. - СПб.: Речь, 2004. – 224 с. – ISBN 5-9268-0080-3.
14. Емельянов Ю.Н. Активное социально-психологическое обучение [Текст] / Ю.Н. Емельянов. - Л.: ЛГУ, 1985. – 167 с.
15. Ермолаев О.Ю. Математическая статистика для психологов [Текст] / О.Ю. Ермолаев. – М.: Московский психолого-социальный институт: Флинта, 2003. – 336 с. – ISBN 5- 89502-310-Х (МПСИ); ISBN 5-89349-361-3 (Флинта).
16. Иванова Е.М. Психология профессиональной деятельности [Текст] / Е.М. Иванова – М.: ПЕР СЭ, 2006. – 382 с. – ISBN – 5-9292-0151-Х.

17. Каган М.С. Общение как ценность и как творчество [Текст] / М.С. Каган, А.М. Эткинд. // Вопросы психологии. – 1988. –№ 4. – С.25-33.
18. Карпов А.В. Психология менеджмента: учеб. пособие для вузов [Текст] / А.В. Карпов. – М.: Гардарики, 2006. – 582 с. – ISBN 5-8297-0018-2.
19. Кидрон А.А. Формирование социальной компетентности при социально-психологическом тренинге (основные проблемы и альтернативы их решения) [Текст]. - Таллин: Изд-во ТГУ, 1983.
20. Куницына В.Н. Межличностное общение [Текст]: Учебник для вузов / В.Н. Куницына, Н.В. Казаринова, В.М. Погольша. – СПб.: Питер, 2002. – 544с. – ISBN 5-8046-0173-3.
21. Матяш Н.В. Методы активного социально-психологического обучения [Текст] / Н.В. Матяш, Т.А. Павлова. – М.: Издательский центр «Академия», 2007 – 96 с. – ISBN 978-5-7695-4212-1.
22. Мель Ю. Социальная компетентность как цель психотерапии: проблема «образа я» в ситуации социального перелома [Текст] / Ю. Мель // Вопросы психологии, 1995. – №5. – С.61-68. – ISSN: 0042-8841.
23. Михайлова Е.С. (Алешина). Тест Дж. Гилфорда и М. Салливена. Диагностика социального интеллекта [Текст]: Руководство пользователя / Е.С. Алешина (Михайлова). – СПб.: ГП «Иматон», 1999. – 56 с.
24. Николаенко С. 25 новых игр и упражнений для тренинга продаж [Текст] / С. Николаенко. – М.: Бизнес-класс, 2014. – 218 с. – ISBN 978-5-222-22445-8.
25. Парыгин Б.Д. Основы социально-психологической теории [Текст] / Б.Д. Парыгин. – М.: Мысль, 1971. – 351 с.
26. Петровская Л.А. Теоретические и методологические проблемы социально-психологического тренинга [Текст] / Л.А. Петровская - М.: Изд-во МГУ, 1982. – 168 с.
27. Петрушин С.В. Психологический тренинг в многочисленной группе [Текст] / С.В. Петрушин. – М.: Академический проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2000. – 249 с. – ISBN 5-8291-0059-2 (Академический проект); ISBN 5-88687-068-7 (Деловая книга).

28. Практикум по дифференциальной психодиагностике профессиональной пригодности [Текст] / под общ. ред. В.А. Бодрова. – М.: ПЕР СЭ. 2003. – 768 с. – ISBN: 5-9292-0106-4.
29. Практический интеллект. / Под общей ред. Р. Стернберга. – С-Пб.: Питер, 2002. – 272с. – ISBN 5-318-00013-4.
30. Психогимнастика в тренинге [Текст] / Н.Ю. Хрящевой [и др.]. – СПб: Речь, Институт Тренинга, 2000. – 250 с. – ISBN 5-9268-0027-7.
31. Психологическая энциклопедия / под ред. Р. Корсини Р., А. Ауэрбаха. СПб.: Питер, 2006. – 1096 с. – ISBN: 5-272-00018-8.
32. Психология менеджмента [Текст] / Г.С. Никифоров– СПб.: Издательство С.-Петербург. университета, 2007. – 272 с. – ISBN 881-6742-188-5.
33. Психология: Словарь [Текст] / Под общ. ред. А.В. Петровского, М.Г. Ярошевского. М.: Политиздат, 1990. – 494 с. – ISBN 5-250-00364-8.
34. Пузиков В.Г. Технология тренинга продаж [Текст] / В.Г. Пузиков. – СПб.: Речь, 2008. – 256 с. - ISBN 5-9268-0567-8
35. Романова Е.С. 99 популярных профессий. Психологический анализ и профессиограммы [Текст] / Е.С. Романова / 2-е изд. СПб.: Питер, 2006. – 464 с. – ISBN 5-94723-558-7.
36. Руденский Е.В. Социальная психология: Курс лекций. — М.: ИНФРА - М., Новосибирск: НГАЭиУ, 1997. - 224 с. – ISBN 5-7620-0820-7.
37. Рудестам К. Групповая психотерапия. Психокоррекционные группы: теория и практика [Текст] / К. Рудестам. – СПб.: Питер, 1998. – 384 с. – *ISBN*: 0-8185-0470-6.
38. Рысев Н.Ю. Активные продажи [Текст] / Н.Ю. Рысев. – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2012. – 416 с. – ISBN 978-5-469-01294-8.
39. Самоукина Н.В. Психология профессиональной деятельности [Текст] / Н.В. Самоукина. – СПб.: Питер, 2003. – 224 с. – ISBN 5-318-00560-8.
40. Саркисян Б. Эффективный тренинг продаж [Текст] / Б. Саркисян. – СПб.: Питер, 2007. – 240 с. - ISBN 978-5-91180-072-7, 5-91180-072-1

41. Современная психология: Справочное руководство [Текст] / под ред. В.Н. Дружинина. – М.: Инфра-М, 1999. – 688 с. – ISBN: 5-86225-975-9.
42. Шадриков В.Д. Деятельность и способности [Текст] / В.Д. Шадриков. – М.: Логос, 1994. – 315 с. – ISBN 5-85998-377-8.
43. Южанинова А.Л. К проблеме диагностики социального интеллекта личности [Текст] / А.Л. Южанинова // Проблемы оценивания в психологии. Саратов, унив-т, 1984. -С.63-67.

Приложения

Приложение А

ВОПРОСНИК КОС

1. Много ли у Вас друзей, с которыми Вы постоянно общаетесь?

2. Часто ли Вам удается склонить большинство своих товарищей к принятию ими Вашего мнения?

3. Долго ли Вас беспокоит чувство обиды, причиненное Вам кем-то из Ваших товарищей?

4. Всегда ли Вам трудно ориентироваться в создавшейся критической ситуации?

5. Есть ли у Вас стремление к установлению новых знакомств с разными людьми?

6. Нравиться ли Вам заниматься общественной работой?

7. Верно ли, что Вам приятнее и проще проводить время с книгами или за какими-либо другими занятиями, чем с людьми?

8. Если возникли какие-либо помехи в осуществлении Ваших намерений, то легко ли Вы отступаете от них?

9. Легко ли Вы устанавливаете контакты с людьми, которые значительно старше Вас по возрасту?

10. Любите ли Вы придумывать и организовывать со своими товарищами различные игры и развлечения?

11. Трудно ли Вы включаетесь в новую для Вас компанию?

12. Часто ли Вы откладываете на другие дни те дела, которые нужно было бы выполнить сегодня?

13. Легко ли Вам удается устанавливать контакты с незнакомыми людьми?

14. Стремитесь ли Вы добиваться, чтобы Ваши товарищи действовали в соответствии с Вашим мнением?

15. Трудно ли Вы осваиваетесь в новом коллективе?

16. Верно ли, что у Вас не бывает конфликтов с товарищами из-за невыполнения ими своих обязанностей, обязательств?

17. Стремитесь ли Вы при удобном случае познакомиться и побеседовать с новым человеком?

18. Часто ли в решении важных дел Вы принимаете инициативу на себя?

19. Раздражают ли Вас окружающие люди и хочется ли Вам побыть одному?

20. Правда ли, что Вы обычно плохо ориентируетесь в незнакомой для Вас обстановке?

21. Нравится ли Вам постоянно находиться среди людей?

22. Возникает ли у Вас раздражение, если Вам не удается закончить начатое дело?

23. Испытываете ли Вы чувство затруднения, неудобства или стеснения, если приходится проявить инициативу, чтобы познакомиться с новым человеком?

24. Правда ли, что Вы утомляетесь от частого общения с товарищами?

25. Любите ли Вы участвовать в коллективных играх?

26. Часто ли Вы проявляете инициативу при решении вопросов, затрагивающих интересы Ваших товарищей?

27. Правда ли, что Вы чувствуете себя неуверенно среди малознакомых Вам людей?

28. Верно ли, что Вы редко стремитесь к доказательству своей правоты?

29. Полагаете ли Вы, что Вам не доставляет особого труда внести оживление в малознакомую Вам компанию?

30. Принимаете ли Вы участие в общественной работе в школе?

31. Стремитесь ли Вы ограничить круг своих знакомых небольшим количеством людей?

32. Верно ли, что Вы стремитесь отстаивать свое мнение или решение, если оно не было сразу принято Вашими товарищами?

33. Чувствуете ли Вы себя непринужденно, попав в незнакомую Вам компанию?

34. Охотно ли Вы приступаете к организации различных мероприятий для своих товарищей?

35. Правда ли, что Вы не чувствуете себя достаточно уверенным и спокойным, когда приходится говорить что-либо большой группе людей?

36. Часто ли Вы опаздываете на деловые встречи, свидания?

37. Верно ли, что у Вас много друзей?

38. Часто ли Вы оказываетесь в центре внимания своих товарищей?

39. Часто ли Вы смущаетесь, чувствуете неловкость при общении с малознакомыми людьми?

40. Правда ли, что Вы не очень уверенно чувствуете себя в окружении большой группы своих товарищей?

Лист ответов

Фамилия, имя, отчество_____

Дата_____ **Возраст** _____

1	2	3	4
5	6	7	8
9	10	11	12
13	14	15	16
17	18	19	20

21	22	23	24
25	26	27	28
29	30	31	32
33	34	35	36
37	38	39	40

Дешифратор

Склонности	О Т В положительные	Е Т Ы отрицательные
Коммуникативные	Вопросы 1-го столбца	Вопросы 3-го столбца
Организаторские	Вопросы 2-го столбца	Вопросы 4-го столбца

Обработка результатов

4. Сопоставить ответы испытуемого с дешифратором и подсчитать количество совпадений отдельно по коммуникативным и организаторским склонностям.
5. Вычислить оценочные коэффициенты коммуникативных (Кк) и организаторских (Ко) склонностей как отношения количества совпадающих ответов по коммуникативным склонностям (Кх) и организаторским склонностям (Ох) к максимально возможному числу совпадений (20), по формулам

$$К_к = \frac{О_х}{20}$$

6. Качественная оценка дается при сопоставлении полученных коэффициентов со шкальными оценками:

Таблица А-1 – Шкальные оценки методики КОС

Кк	***Ко***	***Шкальная оценка***
0,10 – 0,45	0,20 – 0,55	1
0,45 – 0,55	0,56 – 0,65	2
0,56 – 0,65	0,66 – 0,70	3
0,66 – 0,75	0,71 – 0,80	4

0,75 – 1,00	0,81 – 1,00	5

При анализе полученных результатов необходимо учитывать параметры:

1. Испытуемые, получившие оценку 1 характеризуются низким уровнем проявления коммуникативных и организаторских склонностей.
2. Испытуемым, получившим оценку 2, коммуникативные и организаторские склонности присущи на уровне ниже среднего. Они стремятся к общению, чувствуют себя скованно в новой компании, коллективе, предпочитают проводить время наедине с собой, ограничивают свои новые знакомства, испытывают трудности в установлении контактов с людьми и в выступлении перед аудиторией, плохо ориентируются в незнакомой ситуации, не отстаивают свое мнение, тяжело переживают обиды, проявление инициативы в общественной деятельности крайне занижено, во многих делах они предпочитают избегать принятия самостоятельных решений.
3. Для испытуемых, получивших оценку 3, характерен средний уровень проявления комм. и орг. склонностей. Они стремятся к контактам с людьми, не ограничивают круг своих знакомств, отстаивают свое мнение, планируют свою работу, однако потенциал их склонностей не отличается высокой устойчивостью. Эта группа нуждается в дальнейшей серьезной и планомерной воспитательной работе по формированию и развитию коммуникативных организаторских склонностей.
4. Испытуемые, получившие оценку 4 относятся к группе с высоким уровнем проявления коммуникативных и организаторских склонностей. Они не теряются в новой обстановке, быстро находят новых друзей, постоянно стремятся расширить круг своих знакомых, занимаются общественной деятельностью, помогают близким, друзьям, проявляют инициативу в общении, с удовольствием принимают участие в организации общественных мероприятий, способны принять самостоятельное решение в трудной

ситуации. Все это они делают не по принуждению, а согласно внутренним устремлениям.

5. Испытуемые, получившие оценку 5, обладают очень высоким уровнем проявления коммуникативных и организаторских склонностей. Они испытывают потребность в коммуникативной и организаторской деятельности, и активно стремятся к ней, быстро ориентируются в трудных ситуациях, непринужденно ведут себя в новом коллективе, инициативны, предпочитают в важном деле или в создавшейся сложной ситуации принимать самостоятельные решения, отстаивать свое мнение и добиваться, чтобы оно было принято товарищами, могут внести оживление в незнакомую компанию, любят организовывать всякие игры, мероприятия, настойчивы в деятельности, которая их привлекает. Они сами ищут такие дела, которые удовлетворяли бы их потребность в коммуникативной и организаторской деятельности.

Приложение Б

Ниже приведены только значимые для этого процесса упражнения, без учета вводных (разминочных) и завершающих упражнения и игр.

Упражнение 1. «Выбор тактики»

Инструкция:

Все участники садятся по кругу. «Я буду называть числа. Сразу же после того, как число будет названо, должны встать именно столько человек, какое число прозвучало (не больше и не меньше). Например, если я говорю «четыре», то как можно быстрее должны встать четверо из вас. Сесть они смогут только после того, как я скажу «спасибо». Выполнять задание надо молча. Тактику выполнения задания следует вырабатывать в процессе работы, ориентируясь на действия друг друга».

Тренер несколько раз называет группе разные числа. Вначале лучше назвать 5—7, в середине — 1—2. В ходе выполнения упражнения тренер блокирует попытки участников группы обсудить и принять какую-либо форму алгоритмизации работы.

При обсуждении тренер может задать группе несколько вопросов: «Что помогало нам справляться с поставленной задачей и что затрудняло ее выполнение?», «На что вы ориентировались, когда принимали решение вставать?», «Какая у вас была тактика?», «Как можно было организовать нашу работу, если бы у нас была возможность заранее обсудить способ решения этой задачи?»

Обсуждение позволяет участникам группы осознать, что для выполнения общей задачи необходимо быстро ориентироваться в намерениях, тактике, состоянии других людей, согласовывать свои действия с действиями других. В ходе более детализированного обсуждения можно говорить о проявлении инициативы и проблемы принятия на себя ответственности за то, что происходит в группе.

Упражнение 2. « Беседа с деловым партнером»

Все участники садятся по кругу. Тренер раздает чистые листы бумаги.

Инструкция: «Разделите, пожалуйста, лист бумаги на четыре равные части. Сейчас мы немного порисуем. В первом квадрате нарисуйте начало вашей беседы с партнером, во втором — с группой деловых партнеров, в третьем — с начальством илиравным по социальной или профессиональной роли, в четвертом — начало беседы в идеальных (оптимальных), с вашей точки зрения, условиях. Рисуйте так, как умеете, главное то, что вы нарисуете, а не качество рисунка».

После того как участники нарисуют свои картинки, тренер просит передать их по кругу для того, чтобы все смогли ознакомиться с рисунками. Когда все рисунки возвратятся к «авторам», тренер предлагает поделиться своими впечатлениями, которые появились у участников. Обсуждение позволяет выделить содержательные идеи, относящиеся к сложившимся стереотипам и установкам о начале беседы в различных ролевых позициях, а также к тому, что в этом случае способствует, а что препятствует установлению контакта. Это упражнение дает обширный материал для представления своих партнеров различного ранга и требует от тренера четкого и динамичного ведения обсуждения.

Упражнение 3. «Вырази эмоциональное состояние»

Участники садятся по кругу.

Инструкция: «Сейчас я раздам некоторым из вас карточки, на которых обозначены те или иные эмоциональные состояния. Те, кто получит карточки, прочитают, что на них написано, но так, чтобы надпись не видели другие члены группы, и затем по очереди изобразят это состояние. Мы будем смотреть и постараемся понять, какое состояние изображено».

В ходе упражнения тренер дает возможность участникам высказать свои мнения относительно' изображенного состояния, затем называет его. В ходе обсуждения нередко высказываются идеи о том, какие состояния распознаются с трудом, что может способствовать их пониманию. Каждый раз после того, как состояние вызвано (например радость), можно спросить прежде всего у тех, кто дал правильный ответ, потом и у остальных участников группы, на какие признаки они ориентировались, определяя состояние. Такое обсуждение дает возможность сформировать «банк» тех невербальных проявлений, на которые можно ориентироваться, определяя состояние человека.

Кроме того, данное упражнение позволяет развивать выразительность поведения у тех участников, которым тренер предлагает изобразить то или иное состояние.

Упражнение 4. «Установление психологического контакта»

Для проведения упражнения необходимо нечетное количество участников. Предварительно все рассчитываются на «первый», «второй». Все вторые номера сидят на стульях, первые стоят за спинками их стульев, оставшийся без пары участник группы стоит за спинкой свободного стула (допустим, его зовут Андрей).

Инструкция: «Задача Андрея пригласить кого-нибудь из сидящих на свой стул. При этом он может пользоваться только невербальными средствами, говорить ничего не надо. Все те, кто сидят на стульях, очень хотят попасть на свободный стул. Задача тех, кто стоит за спинками стульев — удержать своих „подопечных". Сделать это можно, успев положить руку на плечо того человека, который сидит на

вашем стуле, в тот момент, когда вы заметили его намерение пересесть. Постоянно держать руку над плечом вашего „подопечного" не стоит».

Через некоторое время тренер предлагает участникам поменяться: те, кто сидели, встают и наоборот. При этом одному из тех, кто стоял, придется встать за свободный стул.

С одной стороны, упражнение позволяет участникам группы подвигаться, снижает напряженность, усталость. Оно проходит весело, улучшает настроение. В то же время это упражнение тесно связано с содержанием работы по теме «Установление контакта». Для актуализации опыта по этой проблеме можно обратиться к группе с вопросами: «Каким образом вы действовали, когда приглашали кого-то на ваш стул?», «Как вы понимали, что вас пригласили занять свободный стул?».

Упражнение 5. «Почувствуй партнера по общению»

Участники группы делятся на две подгруппы.

Инструкция: «Каждой подгруппе дается 7 минут на подготовку, во время которой она должна будет выбрать какое-либо чувство или эмоцию (эмоциональное состояние) и продумать, как его можно изобразить. Это может быть или скульптурное изображение, или невербальное действие. В изображении должны принимать участие все члены подгруппы. В то время как первая подгруппа показывает то, что она подготовила, вторая подгруппа отгадывает, какое чувство или эмоция изображены. Затем подгруппы меняются местами ».

Подгруппы готовятся в разных помещениях. После того как подготовка закончена, тренер предлагает одной из подгрупп изобразить то чувство или состояние, которое они выбрали, не называя его. Другая подгруппа смотрит. Потом ей дается одна минута на обсуждение и кто-то один высказывает мнение группы. После этого тренер обращается к подгруппе, которая демонстрировала чувство или состояние с тем, чтобы они сказали, какое чувство или состояние они хотели изобразить. Затем подгруппы меняются ролями. Начиная обсуждение результатов выполнения этого упражнения, тренер ориентируется на то, допущены ли были участниками подгрупп ошибки и каков их характер. Как правило, ошибки,

допускаемые в этом упражнении, связаны со следующими обстоятельствами: участники не поняли изображение, которое предлагалось другой подгруппой; участники не нашли точного слова для обозначения изображенного чувства или состояния; участникам не удалось передать в своем изображении содержание эмоции или чувства.

Если допущена ошибка, то в ходе обсуждения можно поговорить о том, с чем она связана. Часто причиной ошибок бывает несогласованность работе подгруппы, неумение выслушать и услышать всех. Если же подгруппы правильно идентифицируют предложенные им изображения эмоциональных состояний или чувств, то тренер может дать группе вопрос: «По каким признакам вы определили состояние или чувство?». Ответ на этот вопрос позволяет выявить (перечислить) те конкретные проявления невербального поведения человека, которые являются сигнально значимыми для понимания состояния других людей.

Упражнение 6. « Пойми меня»

Упражнение выполняется в группах по 3 или 4 человека.

Инструкция: «Представьте себе, что бы решили принять участие в конкурсе на должность персонал-менеджера в крупной фирме. Отбор проводится в несколько этапов, на каждый из которых вместе собираются разные люди. Сейчас в каждой группе кто-то один (я позже скажу, кто именно) попробует установить контакт с каждым из остальных участников вашей малой группы. При этом тот, кто устанавливает контакт, заинтересован в получении информации относительно процедуры отбора, а те, к кому он обращается, занимают примерно такую позицию: ситуация отбора для вас очень важна, и вы хотите успешно ее пройти, поэтому у вас есть серьезные причины, по которым вы не хотите отвлекаться от ваших размышлений по поводу предстоящего собеседования и даете это понять тому, кто к вам обращается. В то же время, пожалуйста, помните о том, что если поведение того человека, который к вам обратится, вызовет у вас желание вступить с ним в разговор, вы можете сделать это».

Тренер называет имена тех, кто в каждой из групп должен на первом этапе работы сделать попытку установить контакт. Через 3—4 минуты тренер

останавливает разыгрывание ситуации и предлагает, оставаясь в малых группах, кратко обсудить полученный результат. После этого тренер меняет состав групп и называет имена тех, кто на втором этапе должен будет начать разговор. Таким образом, если работа проходит в тройках, то в тренинговой группе из двенадцати человек потребуется три этапа для того, чтобы каждый побывал в активной позиции.

Завершается работа обсуждением в круге, в ходе которого целесообразно обратить внимание на те вербальные и невербальные аспекты поведения, которые способствуют установлению контакта.

Упражнение дает возможность каждому участнику апробировать и потренировать различные способы установления контакта, это позволяет закреп пить полученные навыки и создает благоприятные условия для их переноса в реальную деятельность.

Упражнение 7. «Передай информацию»

Все участники становятся по кругу.

Инструкция: «На счет «раз» каждый из участников начнет делать какое-либо движение. При этом все остаются на своих местах. Желательно выбирать такие движения, которые может делать каждый участник. На счет «два» надо прекратить делать то движение, которое вы делали на счет «раз», начать выполнять то движение, которое на счет «раз» делал ваш сосед слева. Если все будут внимательны, то движение каждого, пройдя по кругу, вернется к своему «автору» ».

Упражнение выполняется до тех пор, пока движение каждого участника не вернется к нему. Нередко уже при первых переходах движений кто-то из участников ошибается. В этом случае тренер побуждает группу к поиску момента искажений движения, после чего упражнение начинается сначала. По окончании упражнения, когда движение каждого завершит полный круг, тренер спрашивает участников о том, к кому вернулось его движение, есть ли изменения в его характере. Обсуждение направляется на осознание причин искажения передаваемых движений и того, что могли бы предпринять участники, чтобы этого не происходило. Это упражнение желательно проводить в начале работы по осознанию участниками

группы факторов, позволяющих без искажений принимать передавать информацию в процессе сообщения.

Упражнение 8. «Сделай подарок»

Все участники садятся по кругу.

Инструкция: «Пусть каждый из вас по очереди сделает подарок, своему соседу слева (по часовой стрелке). Подарок надо сделать („вручить") молча (невербально), так, чтобы ваш сосед понял, что вы ему дарите. Тот, кто получает подарок, должен постараться понять, что ему дарят. Пока все не получат подарки, говорить ничего не надо. Все делаем молча ».

Когда все получат подарки (круг замкнется), тренер обращается к тому участнику группы, который получил подарок последним, и спрашивает его о том, какой подарок он получил. После того как тот ответит, тренер обращается к участнику, который вручал подарок, и спрашивает о том, какой подарок он сделал. Если в ответах есть расхождения нужно выяснить, с чем конкретно связано непонимание. Если участник группы не может сказать, что ему подарили, можно спросить об этом у группы. Полученный материал позволяет обсудить идеи, относящиеся к закономерностям подготовки передачи и приема информации в процессе общения. При обсуждении упражнения участники могут формулировать условия, которые облегчают понимание в процессе общения. Чаще всего к этим условиям относят выделение существенного, однозначно понимаемого признака «подарка», использование адекватных средств невербального изображения существенного признака, концентрацию внимания на партнере. Кроме результатов, работающих на содержательный план, улучшается настроение участников.

Упражнение 9 «Мой девиз»».

Участники становятся по кругу.

Инструкция: «Одно время во всем мире было очень популярно движение хиппи. Хиппи имели разнообразные традиции, привычки, обычаи, отличающие их от других людей. Одной из таких традиций было делать какие-нибудь надписи на своей одежде, часто отражающие жизненную позицию, девиз ее обладателя.

Сейчас мы будем бросать этот мяч друг другу со словами: «Если бы ты был хиппи, то на твоей футболке было бы написано...», проговаривая текст, который, с вашей точки зрения, мог бы быть написан на футболке человека, которому вы бросаете мяч.

Тот, кому брошен мяч, должен сказать, согласен ли надеть футболку с такой надписью или нет.

Будем внимательно следить за тем, у кого уже побывал мяч, а у кого нет. Надо, чтобы каждый из нас получил футболку с какой-то надписью».

Упражнение 10 « Я думаю, что ты »

Участники группы разбиваются на подгруппы на 4—5 человек.

Инструкция: «Для выполнения этого упражнения нам понадобятся добровольцы. Кто готов начать и оказаться в центре нашего внимания? (Тренер убеждается в готовности вызвавшегося участника приступить к работе. Допустим, его зовут Андрей.) Сейчас все мы сосредоточимся на Андрее. Вспомните все, что вы уже знаете о нем, ситуации, в которых он участвовал, его высказывания, мнения (тренер делает паузу, давая возможность всем подумать). А теперь каждый скажет об одном из качеств, которое, по его мнению, бесспорно есть у Андрея, и пояснит, на основании чего он делает такое заключение. Андрей, ты, пожалуйста, внимательно слушай и, когда все выскажутся, скажешь нам о чувствах, которые у тебя возникали, когда ты слушал всех, и о том, насколько то, что ты услышал, соответствует твоим представлениям о себе».

После того как работа с Андреем будет завершена, тренер предлагает еще кому-нибудь, кто захочет, побывать в его роли.

Упражнение 11 « Совместные действия».

Все участники сидят по кругу.

«Сосредоточьтесь на нашем совместном опыте здесь, в группе. Вспомните все, что происходило в группе за три-четыре дня и опишите любой пример объединения двух и более участников группы по любому поводу — поддержка в ходе обсуждения, совместное действие и т. д. Постарайтесь, чтобы ваш пример был конкретным и

детальным. Будет лучше, если вам удастся вспомнить несколько примеров, так как, когда мы начнем их представлять, надо будет избежать повторов».

В ходе обсуждения ведущий обращается к участникам, объединение которых описывается, с вопросом; «Согласны ли вы с тем, что рассказала Алла?» и дает возможность для дополнения и коррекции зафиксированного эпизода другим участникам.