

УДК 316.6
ББК 88.5

Г.П. ГЕРАНЮШКИНА

Байкальский государственный университет
экономики и права
г. Иркутск
gergp@mail.ru

Е.А. РАЗБУРА

Байкальский государственный университет
экономики и права
г. Иркутск
Elena-a-ra@ya.ru

ФОРМИРОВАНИЕ КОМАНДЫ КАК УСЛОВИЕ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ АДАПТАЦИИ ПРОДАВЦОВ КОНСУЛЬТАНТОВ

G.P. Geranyushkina

Baikal State University of Economics and Law, Irkutsk

E.A. Razbura

Baikal State University of Economics and Law, Irkutsk

TEAM FORMATION AS A CONDITION OF SOCIAL AND PSYCHOLOGICAL ADAPTATION SELLERS

Аннотация: Известно, что в современных условиях высокой конкуренции эффективная деятельность торгового персонала является одним из основных конкурентных преимуществ, определяющих выживание и экономическое положение компании. В свою очередь стремительное развитие розницы приводит к высокой текучести кадров среди продавцов консультантов. «Заброшенный» новичок работает не на полную мощность, использует не весь потенциал компании, ему необходимо время для обучения и адаптации, как следствие, мы можем наблюдать снижение квалификации персонала и уровня обслуживания в целом. Все это свидетельствует об актуальности проблемы социально-психологической адаптации молодых специалистов в розничной торговле и ее недостаточной разработанности. Именно адаптация предусматривает приспособление новичка к социальным нормам поведения, действующим в коллективе, установлению таких отношений сотрудничества работника и коллектива, которые в наибольшей мере обеспечивают эффективный труд, удовлетворение материально-бытовых и духовных потребностей обеих сторон. Исследования показали, что социально-психологическая адаптация персонала успешнее проходит в составе команды. Также в результате контрольного эксперимента было выявлено, что уровень социально психологическая адаптация респондентов находится на среднем уровне и команда в исследуемых группах не сформирована. Как следствие, авторы делают вывод, что уровень социально психологической адаптации будет зависеть от сформированности команды и о необходимости разработки и реализации программы тренинга командообразования для повышения социально-психологической адаптации сотрудников.

Ключевые слова: адаптация, команда, продавец консультант, молодость, социально-психологическая адаптация.

Annotation: We know that in today's competitive environment effective work of sales personnel is one of the main competitive advantages that determine the survival and economic situation of the company. In turn, the rapid development of retail leads to a high turnover of consultants sellers. «Abandoned «newbie is not working at full capacity, does not use the full potential of the

company, he needed time for learning and adaptation, as a result, we can see a reduction of staff and level of service as a whole. All this testifies to the urgency of the problem of socio-psychological adaptation of young professionals in the retail industry and its lack of elaboration. That adaptation involves adaptation newcomer to social norms of behavior; acting in a team, the establishment of such relations of cooperation and collective worker, that can best provide effective labor, material and consumer satisfaction and spiritual needs of both sides. Studies have shown that socio-psychological adaptation of personnel successfully passes the team. Also as a result of the control experiment revealed that the level of social and psychological adaptation of respondents is average and the team in the studied groups is formed. As a result, the authors conclude that the level of social and psychological adaptation of formation will depend on the team and the need to develop and implement a training program to enhance teambuilding socio-psychological adaptation of employees.

Keywords: adaptation, team, the seller, youth, sociopsychological adaptation.

Анализ современной литературы показывает, что, несмотря на то что процесс социально психологической адаптации молодых специалистов очень важен в любой организации и имеет большое значение для дальнейшего её рассмотрения и изучения, в настоящий момент существует проблема в недостаточной изученности эффективности проведения программы адаптации для вновь принятых молодых сотрудников, которая способствует более быстрому включению нового сотрудника к рабочему процессу. А также изучено не полностью влияние психологического сопровождения адаптации персонала на эффективность профессиональной деятельности новых сотрудников.

Обзор научных источников показал многообразие различных подходов к понятию социально-психологической адаптации. В своей работе мы основываемся на то, что социально-психологическая адаптация – интегративный показатель состояния человека, отражающий его возможности выполнять определенные биосоциальные функции, а именно [4, с.54]:

- адекватное восприятие окружающей действительности и собственного организма;
- адекватная система отношений и общения с окружающими; способность к труду, обучению, к организации досуга и отдыха;
- изменчивость (адаптивность) поведения в соответствии с ролевыми ожиданиями других.

Наше исследование мы планируем провести в рамках торговой организации исследуя особенности социально-психологической адаптации молодых продавцов консультантов.

В связи с этим, нами было рассмотрены такое понятие, как продавец.

Продавец – лицо, непосредственно контактирующее с покупателями и осуществляющее продажу товара. Взаимодействуя с клиентом, продавец-консультант оказывает сервис по трем основным направлениям [7, с. 21-22]:

1. Информационный сервис (умение точно диа-

гностировать потребность клиента, умение осуществлять адресную презентацию товара или услуги, учитывая запрос клиента, умение предоставить полную и достоверную информацию обо всем, что может быть важным при использовании данного товара или услуги, умение предложить альтернативные варианты в соответствии с запросом клиента).

2. Эмоциональный сервис (умение делать трудный процесс выбора эмоционально позитивным, подбадривать и поощрять клиента в выборе, делать уместные комплименты, умение психологически безопасно разрешать спорные, в том числе, конфликтные ситуации с клиентами).

3. Физический сервис (умение организовывать физический контакт с клиентом таким образом, чтобы последний ощущал помощь и поддержку, а не вторжение в собственное интимное пространство, умение продемонстрировать уважение к клиенту через тактильный контакт с предметом его выбора, умение заботиться о физическом комфорте клиента во время покупки).

Зачастую, такие предложения, как вакансии «продавец консультант» не требуют опыта работы, специальных знаний или образования, плавающий график в некоторых магазинах позволяет начать свою карьеру совмещая ее с процессом обучения в высшем учебном заведении или колледже, поэтому наиболее подходит эта должность молодым людям и девушкам, которые начинают свою карьеру.

Молодость это период жизни от окончания юности (20-23 до примерно 30 лет), когда человек «начинает прочно утверждаться во взрослой жизни», период создания семьи, выбора профессии, определения отношения к общественной жизни и своей роли в ней [1, с. 76].

Адаптация молодых работников требует особого внимания и представляет собой социально-психологический процесс включения молодого специалиста или рабочего в трудовой коллектив. Основными моментами адаптации молодых специалистов являются

приобретение и закрепление интереса к работе, накопление трудового опыта, налаживание деловых и личных контактов с коллективом, включение в общественную деятельность, повышение заинтересованности не только в личных достижениях, но и в достижениях коллектива.

Очень важным аспектом успешной социально-психологической адаптации молодого специалиста является сформированность команды единомышленников.

Команда – небольшое количество человек (чаще всего 5-7, реже до 15-20), которые разделяют цели, ценности и общие подходы к реализации совместной деятельности и взаимопределяют принадлежность свою и партнеров к данной группе; члены команды имеют взаимодополняющие навыки, принимают на себя ответственность за конечные результаты, способны исполнять любые внутригрупповые роли [3, с.11].

Адаптация молодого специалиста в составе единой команды позволяет:

- сократить время адаптации новых сотрудников;
- добиться простоты в управлении;
- создать атмосферу соревнования между работниками, сплоченности и товарищества;
- обеспечить действенную коммуникацию в общении среди участников команды;
- достичь существенной экономии производственных ресурсов, выделенных для адаптации новичков;

- ограничить состав должностных лиц, выделенных для руководства и обеспечения адаптации;
- обеспечить компактность параметров и простоту в создании единых адаптационных процедур.

Основной целью работы является изучение эффективности влияния психологического тренинга командообразования на социально-психологическую адаптацию вновь принятых сотрудников торговой организации.

Для достижения поставленной цели предстоит решить следующие задачи:

1. Изучить научную литературу по проблемам адаптации, социально-психологической адаптации и командообразованию.
2. Обозначить критерии социально-психологической адаптации для молодых специалистов.
3. Подобрать методики исследования социально-психологической адаптации
4. Сформировать группу испытуемых.
5. Провести эмпирическое исследование.
6. Провести анализ результатов.
7. Разработать тренинговую программу, направленную на формирование команды, и проверить ее эффективность

Объект исследования: социально-психологическая адаптация продавцов-консультантов в торговой организации.

Предмет исследования: формирование команды как условие социально-психологической адаптации продавцов-консультантов.

Критерии	Показатели социально-психологической адаптации	Диагностический инструментарий
Восприятие окружающей действительности и собственного организма	Уровень общей самооценки каждого сотрудника Принятие себя Эмоциональный комфорт Принятие других	Опросник Г. Айзенка «Диагностика самооценки психических состояний»; опросник Г.Н. Казанцевой [5, с. 101-105] «Диагностика общей самооценки личности»; К. Роджерс, Р. Даймонд «Опросник социально-психологической адаптации» [8, 210-217]
Отношение к коллективу (психологическая атмосфера в коллективе)	Напряженные или дружеские взаимоотношения между старыми и молодыми членами коллектива Стремление к доминированию	А.Ф. Федпер «Методика оценки психологической атмосферы в коллективе» [2, с. 56-57] К. Роджерс, Р. Даймонд «Опросник социально-психологической адаптации»
Адекватное ролевое поведение	Естественные роли в коллективе для каждого сотрудника; Нежелательные роли	Р.М. Белбин «Методика командных ролей» [6, с. 111-120]

Таблица 1. Критерии социально-психологической адаптации сотрудников и диагностический инструментарий для их изучения

Теоретический анализ позволил выдвинуть в качестве основной гипотезы исследования следующее. Успешность социально-психологической адаптации продавцов-консультантов будет обусловлена уровнем сформированности команды в розничной торговой организации.

Теоретической и методологической основой исследования стали работы отечественных и зарубежных авторов, занимающихся проблемами социально-психологической адаптации персонала и формированием команд, а также материалы из специализированных журналов.

При решении поставленных в диссертационной работе задач использовались общенаучные и специальные методы исследования: дедукции и индукции, анализа и синтеза, аналогии, дополненности, мо-

делирования, контент-анализ, методы социологического исследования.

Полученные результаты и выводы могут служить теоретической и практической основой для формирования команды с целью социально-психологической адаптации продавцов-консультантов в розничной торговой организации.

Экспериментальной базой нашего исследования стало общество с ограниченной ответственностью «Логистик центр» – сеть магазинов товаров для дома и ремонта «Дока» г. Иркутск. В исследовании приняли участие продавцы-консультанты и кассиры торговой организации. Общая выборка составила 40 человек. Все сотрудники торговых залов отработали в магазине менее года. Из 40 исследуемых, 18 человек отработало в компании (от 0 до 3 месяцев), что состав-

ляет 45%; 14 человек (от 3 до 6 месяцев) – 35%; и 8 человек (от 6 месяцев до 1 года) – 20%. 18 человек или 45%, вошедших в выборку – мужчины и 22 человека (55%) – женщины. Возраст исследуемых составляет от 19 до 25 лет.

Экспериментальная работа состояла из трех взаимосвязанных этапов: констатирующего, формирующего и контрольного.

На первом этапе (январь – март 2014 г.) выявлялся уровень психологической атмосферы и распределение ролей в коллективе, уровень социально-психологической адаптации, уровень самооценки сотрудников, самопринятия, принятия других, эмоциональной комфортности, тревожности, стремления к доминирова-

Критерии	Показатели социально-психологической адаптации	Средняя оценка в контрольной группе	Уровень	Средняя оценка в экспериментальной группе	Уровень
Восприятие окружающей действительности и собственного организма	Самопринятие	51,6	средний	48	средний
	Принятие других	25,6	средний	26,05	средний
	Эмоциональный комфорт	27,1	средний	25,1	средний
	Тревожность	8	средний	8	средний
	Фрустрация	8	средний	9	средний
	Агрессивность	6	низкий	8	средний
	Ригидность	8	средний	8	средний
	Общая самооценка	10	средний	12	средний
Отношение к коллективу (психологическая атмосфера в коллективе)	Напряженные или дружеские взаимоотношения между старыми и молодыми членами коллектива	33,1	средний	34,9	средний
	Стремление к доминированию	11,5	средний	8,7	средний
Адекватное ролевое поведение	Распределение командных ролей	10,55	Наиболее желаемая роль (Дипломат)	14,35	Наиболее желаемая роль (Исполнитель)
		6,55	Наименее желаемая роль (Доводчик)	3,9	Наименее желаемая роль (Творец)

Таблица 2. Обобщенные данные результатов констатирующего этапа исследования в контрольной и экспериментальных группах

нию.

В ходе формирующего этапа (март-апрель 2014 г.) для участвующих в эксперименте сотрудников была проведена программа «Вместе мы сильнее!», включающая тренинговые занятия для понижения степени тревожности сотрудников и повышения уровня социально-психологической адаптации; улучшения психологической атмосферы коллектива.

Целью завершающего этапа (апрель – май 2013 г.) было определение эффективности проведенной экспериментальной работы на формирующем этапе исследования.

Цель исследования на констатирующем этапе работы – изучить особенности социально-психологической адаптации сотрудников торговой организации.

Для достижения цели исследования нами был сформулирован ряд следующих задач:

1. выявить психологические особенности консультантов, включенных в эксперимент, и составить психологический портрет экспериментальной и контрольной групп респондентов;
2. выявить в коллективе молодых специалистов-консультантов уровень психологической атмосферы;
3. определить расстановку ролей в коллективе;
4. выявить степень эмоционального комфорта испытуемых;

Исследование уровня социально-психологической адаптации проводилось нами в соответствии с ранее определёнными критериями и показателями. Мы представили их в виде таблицы (Таблица 1).

Проведенное эмпирическое исследование позволило нам получить исчерпывающие данные по всем, выделенным нами критериям социально-психологической адаптации в коллективе сотрудников: отношение к себе и к окружающим; отношение к коллективу, психологическая атмосфера в коллективе; распределение командных ролей между участниками коллектива.

Проанализировав обобщенные данные по всем методикам на констатирующем этапе работы и выделив среднюю оценку по каждой группе мы получили результаты представленные в таблице 2, в соответствии с которой мы можем сделать вывод, что показатели социально-психологической адаптации находятся на среднем уровне.

Продавцы-консультанты со средним уровнем социально-психологической адаптации не всегда могут найти точки соприкосновения с членами коллектива, руководством, существует страх быть непонятыми, страх неудачи, периодически они ощущают чувство тревоги и испытывают эмоциональное напряжение на

работе. Что касается атмосферы в коллективе, то новые сотрудники не чувствуют себя частью команды, они ощущают некоторую холодность, безразличие, у них нет удовлетворенности работой и условиями труда. Распределение ролей в обеих группах неоднозначно, в экспериментальной группе оно таково, что наиболее предпочтительная роль – исполнитель, тогда как роль лидера осталась не определена.

Таким образом, нельзя говорить о сформированности в данных группах единой команды, в которой каждый участник занимает оптимальную позицию и мы можем сделать вывод о необходимости разработки и реализации программы тренинга для повышения социально-психологической адаптации сотрудников.

Библиографический список

1. Артемова С.Д. Психологическая адаптация молодых сотрудников к условиям труда в новом коллективе [Текст] / С.Д. Артемова, М.: МГСУ Союз. 1995. – 351 с.
2. Белякова А.В. Критерии социально-психологической адаптации молодых специалистов-менеджеров // Успехи современного естествознания. Выпуск 10. – М., 2013. – С. 29-33.
3. Вяткин А.П. Ролевая адаптация как средство экономической социализации личности // Вестник Бурятского государственного университета. Сер. 10, Психология. 2006. Вып. 3. С. 221–231.
4. Геранюшкина Г.П. Особенности социально-психологической адаптации безработных // Материалы ежегодной научно-практической конференции «Экономическая психология: современные проблемы и перспективы развития». – СПб.: ГУЭФ, 2003. С. 43-46.
5. Диагностика здоровья. Психологический практикум [Текст] / под ред. Г.С. Никифорова. – СПб.: Речь, 2007. – 950 с.
6. Карякин А.М. Командная работа: основы теории и практики [Текст] / А.М. Карякин – Иваново: Иван.гос. энерг. ун-т., 2010. – 234 с.
7. Мунгалов В.Н. Психологическое пространство человека: содержание и объяснительные возможности понятия // Известия Иркутской государственной экономической академии. 2013. №3. С. 140–143
8. Психологический словарь [Текст] / под ред. В.П. Зинченко, Б.Г. Мещерякова – М.: Дрофа, 1997. – 461 с.
9. Самыгин С.И. Управление персоналом : учебное пособие [Текст] / С.И. Самыгин, 2-е изд., доп. и перераб. – Ростов н/Д.: Феникс, 2010. – 380 с.

10. Силин А.Н., Смирнова В.В. Социальный менеджмент: инновационные социально-психологические технологии [Текст] / А.Н. Силин, В.В. Смирнова – Тюмень: ТюмГНУ, 2013. – 326 с.

11. Терехова Т.А., Вишнева Н.Э., Бабкина Е.В. Социальные роли новаторского типа и динамика их формирования / Психология в экономике и управлении. Иркутск, 2010. №1 (3). – С. 50-57.

12. Трофимова Е.Л. Проблемы адаптации новых сотрудников на малом предприятии. Известия ИГЭА (электронная версия), 2013 № 2 – Иркутск: БГУЭП, 2013.

13. Хопкинс Т. Искусство продавать: учебник для вузов [Текст] / Т. Хопкинс – М. Литера, – 2007. – 257 с.

14. Чикер В.А. Психологическая диагностика организации и персонала [Текст] / В.А. Чикер – СПб.: Сова, 2010. – 251с.