

ХАРАКТЕРИСТИКИ ОПТИМИЗМА ТОРГОВЫХ АГЕНТОВ С РАЗЛИЧНЫМ УРОВНЕМ ВЫПОЛНЕНИЯ ПЛАНА ПРОДАЖ

CHARACTERISTICS OF OPTIMISM OF SALES AGENTS WITH DIFFERENT LEVELS OF IMPLEMENTATION OF THE SALES PLAN

Приводятся результаты проведенного эмпирического исследования. Анализируются различия в характеристиках оптимизма торговых агентов, которые недовыполнили, выполнили и перевыполнили план продаж. Сделаны выводы о причинах обнаруженных различий.

Ключевые слова: оптимизм; атрибутивный стиль; стабильность; глобальность; контроль; психология продаж.

The article presents results of empirical research, analyzes differences in the characteristics of optimism of trading agents, who underfulfilled, fulfilled and exceeded sales plan. Authors give different arguments explaining causes of results.

Keywords: optimism; attributive style; stability; globality; control; psychology of sales.

Науч. рук. – С.И. Хонский, старший преподаватель БГУ, Минск, Беларусь.

В ходе изучения деятельности страховых агентов М. Селигманом и П. Шульманом было показано, что существует связь между оптимистическим стилем объяснения жизненных событий и успешностью в профессиональной деятельности у страховых агентов. По данным М. Селигмана, это наиболее оптимистично настроенная социальная группа из всех проходящих тестирование профессиональных групп. Тем не менее, и у ее представителей можно обнаружить разброс в степени оптимистичности их размышлений об успехах и неудачах [6].

Исследователи предложили агентству по страхованию жизни «Metropolitan Life» использовать для отбора персонала, наряду с «Тестом карьерного профиля», диагностирующим умения и навыки потенциального кандидата, опросник на выявление атрибутивного стиля, выявляющий степень оптимистичности.

Оказалось, что по итогам первого года работы страховые агенты, объяснявшие неудачи оптимистично, обошли «пессимистов» по объему проданных страховок на 8 %, а по итогам второго года – на 31 % [6].

Также было обнаружено, что оптимисты не только продавали значительно больше страховых полисов, но и дольше удерживали свои профессиональные позиции, чем пессимисты, которые в три раза чаще бросали свою работу, и это никак не предсказывалось их уровнем профессионализма.

Оптимизм, по сути, является профессионально важным качеством, которое обеспечивает успешность деятельности страховых агентов. Им необходимо обладать высоким уровнем жизнестойкости, радоваться успехам, даже если они редки, спокойно реагировать на отказы клиентов, оставаясь позитивно настроенными.

М. Селигман высказал гипотезу, что люди с оптимистическим стилем объяснений будут успешны в таких типах деятельности, где работа требует настойчивости и инициативы и связана с возможным разочарованием, неприятием со стороны других людей. Это такие области, как торговля, маклерские услуги, связи с общественностью, сценическое мастерство, поиск и привлечение инвестиций, творческие профессии, состязательные профессии и профессии, требующие умения справляться с высокой эмоциональной нагрузкой. Напротив, умеренные пессимисты со своим «обостренным чувством реальности» предпочтительны в таких областях, как конструирование и техника безопасности, экономика, переговоры, связанные с заключением контрактов, финансовый контроль и бухгалтерия, юстиция (но не судопроизводство), административные функции в бизнесе, статистика, контроль качества, кадровые вопросы [6].

Профессии торгового и страхового агента являются родственными, в связи с чем можно допустить определенное совпадение профилиграмм данных специалистов. Таким образом, оптимизм может также являться одним из качеств, характеризующих успешного торгового представителя. С целью выявления характеристик оптимизма торговых представителей с разным уровнем выполнения плана продаж нами было проведено исследование, в котором приняли участие 60 торговых представителей мужского (30 респондентов) и женского (30 респондентов) пола, имеющих стаж работы в должности в рамках одной группы компаний от 2 лет до 7 лет. Возраст испытуемых составил от 19 до 52 лет (средний возраст – 30 лет).

Теоретико-методологические основания исследования составили:

- концепция оптимизма М. Селигмана, согласно которой индивид, интерпретируя происходящие события и поведение других людей, стремится к выяснению причин различных событий или поступков. При этом, не имея достаточной информации, он вынужден приписывать некоторые гипотетические причины. В результате научения складывается устойчивый стиль атрибуции, который отражает представления индивида о причинах происходящих с ним событий и возможности их контроля. Именно стиль атрибуции, по мнению М. Селигмана, является основой оптимизма как свойства личности [6];

- концептуальные разработки в области психологии оптимизма М. Шейер, Ч. Карвер, Л. Абрамс, Дж. Метальски и Л. Аллой, согласно которым основной акцент при интерпретации данного феномена делается на объяснении причин собственных удач и неудач [4; 5];

- исследования профессиональной успешности менеджеров по продажам Ю.В. Всемировой, в качестве ключевого показателя которой автор оценивала выполнение плана по объему продаж [2].

Методологические основания определили выбор опросного метода исследования.

Для сбора эмпирических данных использовалась методика «Опросник СТОУН-В» Т.О. Гордеевой и коллег. Данная методика предназначена для диагностики оптимистического стиля объяснения успехов и неудач. Опросник представляет собой набор из 24 жизненных ситуаций, среди которых присутствуют позитивные события (успехи) и негативные события (неудачи). Диагностический инструментарий позволяет оценить ситуации по следующим характеристикам атрибутивного стиля: 1) стабильность – временная характеристика, позволяющая оценивать причину как имеющую постоянный или временный характер; 2) глобальность – пространственная характеристика, позволяющая описать универсальность или конкретность объяснений, склонность к чрезмерным обобщениям или же конкретному рассмотрению отдельных ситуаций; 3) контроль – установка на активность по отношению к событиям жизни [3].

Уровень выполнения плана продаж оценивался исходя из расчета среднего арифметического показателя объема выполнения плана продаж (в процентах) за 6 месяцев. На основании стандартов компании, показатели ниже 80 % приравнивались к недовыполнению плана, от 80 % до 100 % – выполнению плана, более 100 % – перевыполнению плана.

Данные подверглись статистической обработке с помощью программы SPSS Statistics v.19. (Т-критерий Стьюдента для двух независимых выборок).

В результате сравнительного анализа выраженности отдельных компонентов оптимизма у мужчин и женщин статистически значимые различия нами были установлены в отношении параметра «оптимизм в ситуации неудачи». Так, женщины продемонстрировали значимо более высокий уровень оптимизма в ситуации неудачи ($M = 127,42$), по сравнению с мужчинами ($M = 118,96$) ($t = 2,17$; $p \leq 0,05$). Полученные результаты могут объясняться тем, что от мужчин более, чем от женщин, ожидается достижение успеха, и в то же время женщины менее, чем мужчины, склонны оценивать успех как значимую ценность. Женщины склонны оценивать себя как неспособных быстро принимать решения, не умеющих действовать в условиях конкуренции и не способных достигнуть успеха [1].

Статистически значимые различия по остальным показателям оптимизма между торговыми представителями мужского и женского выявлены не были. Однако на уровне статистической тенденции можно рассуждать о более высоком у женщин ($M = 95,97$), по сравнению с мужчинами ($M = 90,54$), уровне оптимизма в межличностных отношениях.

Это может обуславливаться тем, что уже с раннего детского возраста у девочек потребность в общении больше, чем у мальчиков. С годами эта тенденция сохраняется. Женщины превосходят мужчин по вербальным способностям. У них более богатый словарный запас и выше скорость речи. Кроме того, это может быть детерминировано более развитой эмпатией у женщин [1].

Торговые представители, перевыполнившие план, показали значимо более высокие результаты по параметру «стабильность», в отличие от торговых представителей, недовыполнивших план ($t = 2,24$; $p \leq 0,05$). Установленная закономерность может быть обусловлена тем, что торговый представитель, перевыполнивший план, с видимым постоянством демонстрирует свой профессионализм в достижении поставленных компанией задач. Проявление настойчивости в достижении поставленных целей ведет к выполнению плановых показателей.

Торговые представители, перевыполнившие план, показали значимо более высокие результаты по параметру «контроль», в отличие от торговых представителей, недовыполнивших план ($t = 4,36$; $p \leq 0,01$). Полученные результаты могут связаны тем, что сформированная установка на активность в отношении жизненных событий позволяет лучше осознать ответственность за собственные

действия (а также бездействие). В связи с этим торговые агенты, обладающие высоким уровнем контроля, способны даже в стрессовых ситуациях продолжать фокусироваться на целях, способах и инструментах их достижения, а не фрустрирующих обстоятельствах.

Торговые представители, перевыполнившие план, показали значимо более высокие результаты по параметру «оптимизм в ситуации неудачи», в отличие от торговых представителей, недовыполнивших план ($t = 3,31$; $p \leq 0,01$). Полученные результаты могут быть связаны с тем, что работа торгового представителя связана с ежедневными отказами. Необходимо иметь сохраненную уверенность в себе и позитивное отношение к себе и своим действиям даже в ситуации неудачи, чтобы продолжать качественно выполнять свою работу. Рассмотрение неудачи как фактора, зависящего от внешних обстоятельств, а ни от самого сотрудника, позволяет, сохраняя оптимизм, работать над выполнением плана продаж.

Торговые представители, перевыполнившие план, показали значимо более высокие результаты по параметру «оптимизм в ситуации достижения», в отличие от торговых представителей, недовыполнивших план ($t = 2,66$; $p \leq 0,05$). Полученные результаты могут объясняться тем, что торговый представитель, проявляющий оптимизм в достижении своей цели, приписывает заслуги себе. Он склонен считать, что именно его умения и профессионализм привели к полученным результатам.

Торговые представители, перевыполнившие план, показали значимо более высокие результаты по параметру «оптимизм в межличностных отношениях», в отличие от торговых представителей, недовыполнивших план ($t = 2,61$; $p \leq 0,05$). Полученные результаты могут быть связаны с тем, что у успешных торговых представителей получается быстро и качественно наладить коммуникацию с клиентами, что ведет к достижению поставленных целей. Умение выстроить с клиентом эффективную межличностную коммуникацию – одно из ключевых профессионально важных качеств торгового агента.

Наконец, торговые представители, перевыполнившие план, показали значимо более высокие результаты по интегральному показателю оптимизма, в отличие от торговых представителей, недовыполнивших план ($t = 3,30$; $p \leq 0,01$). Полученные результаты вполне закономерны, поскольку аналогичная ситуация отмечалась и в отношении парциальных показателей оптимизма.

Торговые представители, выполнившие план, показали значимо более высокие результаты по параметру «стабильность» ($t = 2,24$; $p \leq 0,05$); «глобальность» ($t = 2,36$; $p \leq 0,05$); «контроль», в отличие от торговых представителей, недовыполнивших план ($t = 2,44$; $p \leq 0,05$); «оптимизм в ситуации успеха» ($t = 2,18$; $p \leq 0,05$); «оптимизм в ситуации неудачи» ($t = 2,47$; $p \leq 0,05$); «оптимизм в ситуации достижения» ($t = 2,19$; $p \leq 0,05$); «оптимизм в межличностных отношениях» ($t = 2,41$; $p \leq 0,05$); а также по интегральному показателю оптимизма ($t = 2,51$; $p \leq 0,05$), в отличие от торговых представителей, недовыполнивших план

Данные результаты могут объясняться тем, что при оптимистическом атрибутивном стиле успехи воспринимаются как стабильные, глобальные и контролируемые, а неудачи как временные (случайные), локальные (затрагивающие лишь небольшую часть жизни) и изменяемые (контролируемые). Торговые агенты, выполняющие план продаж, могут характеризоваться более высокой самооценкой. Индивиды с более высокой самооценкой чувствуют больше контроля по отношению к жизненным событиям и склонны использовать более эффективные стратегии в достижении своих целей менее склонны в меньшей степени демонстрировать наученную беспомощность в ситуации фрустрации.

Статистически значимых различий содержательных характеристик оптимизма между сотрудниками, выполнившими план и перевыполнившими запланированные показатели, выявлено не было.

Таким образом, можно сделать вывод, что сотрудники, придерживающиеся конкретного и временного стиля объяснения неудач, и напротив обобщенного и постоянного стиля объяснения успехов, и верящие, что происходящее подвластно их влиянию, характеризуются психологическим благополучием, обладают запасом жизнестойкости, склонны к настойчивости и активному преодолению трудностей.

Литература

1. Воронцов Д. В. Гендерная психология общения. 2008.
2. Всемирнова Ю. В. Мотивационные особенности менеджеров по продажам с разной профессиональной успешностью // Вестн. ЮУрГУ. Сер. Психология. 2012. № 6. С. 90–95.
3. Диагностика оптимизма как атрибутивного стиля (опросник СТОУН) / Т. О. Гордеева [и др.]. М., 2008. С. 84–120.
4. Зайцева Е. Ф. Феномен оптимизма/пессимизма // Психологический журнал. 2012. № 3–4. С. 33–40.
5. Сычев О. А. Психология оптимизма. Бийск, 2008.
6. Seligman M. Learned optimism: how to change your mind and your life. N.Y., 2006.