

Психологические науки

**ИССЛЕДОВАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ
ИДЕАЛЬНОГО ОБРАЗА ПРОДАВЦОВ-
КОНСУЛЬТАНТОВ У КЛИЕНТОВ
РАЗНОГО ПОЛА**

М.П. Иванова,

М.С. Нафанаилова

*Якутский государственный
университет имени М.К Аммосова*

В настоящей работе исследуется идеальный образ продавца-консультанта у студентов разного пола, которые являются наиболее активными клиентами фирменных магазинов. Выявление некоторых специфических требований к продавцу, предъявляемых данной выборкой, необходимо для сегодняшнего клиентоориентированного сервиса в торговле.

Объект исследования: студенты мужского и женского пола в возрасте от 18 до 22 лет. Общее количество испытуемых — 60 человек.

В работе проверялись две гипотезы:

- гендерные различия влияют на восприятие образа продавца-консультанта: у студентов мужского пола в идеальном образе продавца-консультанта доминируют больше индивидуальные характеристики консультанта, а у студенток в идеальном образе продавца-консультанта доминируют больше межличностные качества консультанта;

- образ «Я» взаимосвязан с направленностью личности: если клиент направлен на дело, то он обратит внимание больше на индивидуальные и субъективные характеристики продавца-консультанта, а если клиент направлен на себя, то он обратит

внимание больше на межличностные и деловые качества продавца - консультанта.

Нами были использованы методики изучения уровней самооценки Будасси и определения направленности личности Б. Басса.

Из анализа теоретической литературы следует, что Я-идеальное тесно связано с образом Я, представляющего собой восприятие и понимание человеком самого себя, его отношение к себе и обращение с самим собой. В идеальном образе «Я» отражаются те требования и ожидания окружающих к человеку, которые усвоились им как связанные с его «Я». Далее установлено, что мужская роль традиционно считается инструментальной и деятельной, а женская — экспрессивной и коммуникативной. То есть юноши в нашем случае, более ориентируются на решение проблем, активны, производящие действия, а девушки — эмоциональные, интересующиеся не делом, а взаимоотношениями. Также было выявлено, что профессиональными важными качествами продавцами-консультантами являются спокойствие, выдержка, доброжелательность, общительность, терпение, трудолюбие, чувство собственного достоинства.

В экспериментальной части исследование типичного образа продавца-консультанта выявило существующие гендерные различия. Так, по мнению юношей, типичным продавцам-консультантам не хватает доброжелательности, жизнерадостности. У них полностью отсутствуют справедливость, честность, добродушие, восторженность. Тем не менее, юноши позитивно оценили продавцов-консультантов по их индиви-