

# Աղասյան Նունե Արամի

## ՀՊԿԱ Ասպիրանտ ԵՊԲՀ դասախոս

### ՑԱՆՑԱՅԻՆ ՄԱՐՔԵԹԻՆԳԻ ՎԱՃԱՌՈՂՆԵՐԻ ՀՈԳԵԲԱՆԱԿԱՆ ԴԻՄԱՆԿԱՐԻ ՓՈՐՁԱՐԱՐԱԿԱՆ ՎԵՐԼՈՒԾՈՒԹՅՈՒՆԸ

Ժամանակակից աշխարհում մասնագիտական գործունեության և մասնագետների ընտրության նկատմամբ առավել սուր ուշադրության պայմաններում առավել հետաքրքրական են դառնում այն հետազոտությունները, որոնք վերաբերում են կոնկրետ մասնագիտությունների կողմից ներկայացվող պահանջների և վերջինիս հիման վրա իրականացվող հոգեբանական դիմանկարի ստեղծման ուղղությամբ: Այս հիմնախնդիրը մեր իրականության մեջ բավականին ուսումնասիրված է այնպիսի հեղինակների մոտ ինչպիսիք են՝ Վ.Աղուզումցյան, Հ.Ս.Ավանեսյան, Լ.Հ.Պետրոսյան/1,2,3,4,5/: Ցանցային մարքեթինգի ոլորտը չնայած իր տարածվածությանը մեր իրականության մեջ դեռևս բավականին ուսումնասիրված չէ հայ հոգեբանների կողմից թե հոգեբանական ազդեցությունների կիրառման, թե ոլորտի մասնագետների հոգեբանական որակների և մասնագիտական պատրաստման տեսանկյունից: Մեր հոդվածի շրջանակներում կներկայացնենք լայնածավալ հետազոտության արդյունքների այն հատվածը, որը վերաբերում է կոնկրետ դիստրիբյուտորների հոգեբանական առանձնահատկությունների բացահայտմանը: Հետազոտությունը իրականացրել ենք ցանցային մարքեթինգի Ֆաբերիլիք, Օրիֆլեյմ և Ֆրեդերիկ ընկերություններում աշխատող 30 դիստրիբյուտորների հետ՝ հետազոտելով վերջիններիս անձնային առանձնահատկությունները, հուզական ինտելեկտը և վարքի վերահսկման լոկուսը/էքստեռնալ և ինտերնալ/: Մինչ անդրադառնալը հետազոտության արդյունքներին փորձենք ստորև հակիրճ ներկայացնել մասնագիտական գործունեության նկատմամբ հոգեբանական մոտեցումները և տեսական ընդհանրացումները: Մասնագիտական գործունեությունը հատուկ տեղ է զբաղեցնում անձի հասարակական գործունեության շարքում: Մարդը, որպես գործունեության սուբյեկտ, իր կյանքի մեծ մասը նվիրում է մասնագիտական աշխատանքին՝ որպես մարդկային էության կայացման հիմնական ուղղության:/14/

Ն.Վ.

Սամուկինան նկարագրում է մասնագիտական գործունեության հայեցակարգը որպես գործունեություն հասարակության մեջ: Ներկայացնելով մասնագիտական գործունեության մեջ հաջողություն տերմինը Սամուկինան տալիս է հետևյալ ձևակերպումը. «Հաջողությունը մասնագիտական գործունեության մեջ դրսևորվում է հիմնականում նշանակալի նպատակների հասնելու մեջ և այդ նպատակին հասնելուն խանգարող պայմանների հաղթահարման կամ վերափոխման մեջ : /8Էջ.19]

Ժամանակակից կյանքում, ցանկացած մասնագիտական գործունեության հաջողությունը դառնում է ավելի կարևոր: Առավել մեծ քանակությամբ փորձագետներ գտնում են, որ գործունեության արդյունավետությունը կախված է անձի ներքին կարողություններից: Անձի կառուցվածքի կարևոր բաղադրիչներից է մոտիվացիան, որը հասկացություն է, որ բացատրում է անձի վարքի ներքին ուժերը: Յուրաքանչյուր գործունեության (այդ թվում, մասնագիտական), ժամանակակից հոգեբանության կարևորագույն խնդիրներից է/6/: Անձի մոտիվացիոն կառուցվածքը ըստ Վ.Ի. Կովալյովի հանդիսանում է ոչ միայն առկա պահանջմունքները եւ առկա դրդապատճառները, այլև կայուն մոտիվացիոն կազմավորումները:(անձի կողմնորոշումը հետաքրքրությունները դիրքորոշումները, ցանկությունները, եւ այլն), որոնք նա և բազմաթիվ այլ հեղինակներ անվանում են պոտենցիալ դրդապատճառներ/6/:

Ցանցային մարքեթինգը ունի իր յուրահատկությունները, այստեղ մարդ-մարդ փոխազդեցության բարդ հոգեբանական մեխանիզմների ներքո է իրականանում վաճառքի գործընթացը: Այն առավել կարևոր է դարձնում վաճառողի ինչպես մասնագիտական, այնպես էլ անձնային հոգեբանական առանձնահատկությունների դրսևորումը վաճառքի գործընթացի էֆեկտիվության ապահովման համար:

Ցանցային մարկեթինգում դիստրիբյուտորի գործունեության առանձնահատկությունը առաջին հերթին, արագ և ճիշտ արձագանքելու ունակությունն է չնչին փոփոխվող իրավիճակում: Յուրաքանչյուր հաճախորդի նկատմամբ պետք է գտնել անհատական մոտեցում:

Աշխատանքային ժամանակի մեծ մասը, վաճառքի խորհրդատուն գտնվում է մարդկանց հետ շփման մեջ՝անձամբ կամ հեռախոսով: Շփման մեջ իր բոլոր դրսևորումներով նա առավել շատ ժամանակ է ծախսում, քան այլ մասնագիտության տեր մարդիկ: Նա հաճախ շփվում է մարդկանց հետ ովքեր անվստահությամբ, երբեմն նույնիսկ ագրեսիվ կերպով են տրամադրված վերջինիս հանդեպ: Դիստրիբյուտորի աշխատանքի հաջողությունը կախված է նաև նրա ունակությունից հաղթահարել կոնֆլիկտային իրավիճակները, որոնք ստեղծվում են ոչ իր կողմից:

Ընկալել և վերամշակել ստացվող ամբողջ ինֆորմացիան, աղեկվատ կերպով վերաբերվել մարդկանց մերժումներին և թերահավատությանը՝ այս ամենը հանդիսանում է նրա աշխատանքի անբաժանելի մասը::

Մեկ այլ տարբերակիչ առանձնահատկությունը այս մասնագիտության հանդիսանում է կայունության բացակայությունը: Ժամանակ առ ժամանակ, անկախ ջանքերից, ստացված արդյունքը կարող է լինել մինիմալ, այնուամենայնիվ, իրավիճակը կարող է փոխվել, քամու արագությամբ, և դրանով իսկ տվյալ գործունեության յուրահատկությունը պետք է ապահովի համապատասխան ունակություններ արագ դուրս գալ սթրեսային իրավիճակներից նվազագույն նյարդահոգեկան կորուստներով:

Համապատասխանաբար, ցանցային ընկերության վաճառքի խորհրդատուի ամբողջ գործունեությունը պահանջում է անձի որոշակի մոտիվացիոն առանձնահատկություններ, որոնք կարող են ապահովել աշխատանքի հաջողությունը :

Որպես լիիրավ դրդապատճառներ կարող են հանդիսանալ հետաքրքրությունը այս տեսակի գործունեության նկատմամբ, նոր բան սովորելու ցանկությունը, և մի շարք այլ ներքին դրդապատճառներ:

Վաճառքի խորհրդատուի մասնագիտական գործունեության արդյունավետությունը մեծապես կախված է կողմնորոշմամբ դեպի հաջողությունը կամ խուսափում անհաջողությունից: Վաճառքի խորհրդատուները, որոնք կողմնորոշված են դեպի հաջողություն վստահ են իրենց նախաձեռնության հաջող ընթացքին, նրանք բնութագրվում են վճռականությամբ անորոշ իրավիճակներում, հակված են ողջամիտ ռիսկի, հաստատակամ են նպատակներին հասնելու գործընթացում, ունեն հավակնությունների համապատասխան մակարդակ: Նրանք, ովքեր կենտրոնացած են ձախողման վրա նախապես ընկալում են իրենց հնարավորությունները անբավարար նպատակին հասնելու համար: Ընտրելով կոնկրետ նպատակ, այդ մարդիկ ղեկավարվում են ձախողման վախով և հետևաբար ընտրում են այնպիսի թիրախ, որը իրենց կողմից ընկալվում է որպես առավել դյուրին քան մյուսները: Պարզ է նաեւ, որ այս տիպի մարդիկ նպատակին հասնելու ճանապարհին խոչընդոտների դեպքում մշակում են նահանջի ուղիներ, որոնք նրա կողմից ընկալվում են որպես հնարավոր ձախողման ազդանշան:

Մարդիկ, որոնք կողմնորոշված են դեպի հաջողությունը, իրենց կարողությունները բավարար են համարում նպատակին հասնելու համար, արդեն ներքին ակտիվության փուլում այլ կերպ են վարվում, քան այն մարդիկ ովքեր կողմնորոշված են ձախողման: Նրանք վերլուծում են այն տարբերակները, որոնք ըստ իրենց լավագույնս բավարարում են իրենց պահանջմունքները:

Հաջող մասնագիտական գործունեությունն ապահովելու համար վաճառքի խորհրդատուն պետք է օժտված լինի սեփական գործունեությունը պլանավորելու և վերահսկելու ունակությամբ :

Կարևոր է նաեւ, թե ինչպես է մարդը կառուցում իր դրդապատճառների բազան՝ հիմնվելով իր ներքին հնարավորությունների, ջանքերի, թե այս կամ այն հանգամանքների կամ իրավիճակի վրա: ( ներքին եւ արտաքին վերահսկողության լոկուսներ): Առաջինները կարծում են, որ հաջողությունը և անհաջողությունը պայմանավորված են իրենց անձնային գործոններով, նրանք հիմնականում կողմնորոշված են իրենց կարողությունների վրա: Երկրորդ դեպքում մարդիկ համոզված են, որ հաջողությունը կամ ձախողումը ղեկավարվում է արտաքին ուժերի (ճակատագրի դեպքում, շրջակա միջավայրի) կողմից, նրանք կողմնորոշված են իրավիճակի վրա:

Աշխատանքի հաջող կատարման համար դիստրիբյուտորը պետք է ունենա զարգացած հաղորդակցման հմտություններ, հեշտությամբ շփումներ հաստատելու կարողություն, հաճախորդների պահանջները բացահայտելու ունակություն հստակ բացատրելու և

ակնառու կերպով ցուցադրելու ապրանքը և այլն: Այս ամենը իրականացվում է հաղորդակցման գործընթացում:

Ցանցային ընկերության վաճառքի խորհրդատուի /ղիստրիբյուտորի/ համար հաղորդակցումը հանդիսանում է աշխատանքային հիմնական գործիք: Այստեղ է, որ կարևոր է դառնում այս տեսակի գործունեության նրբությունները:

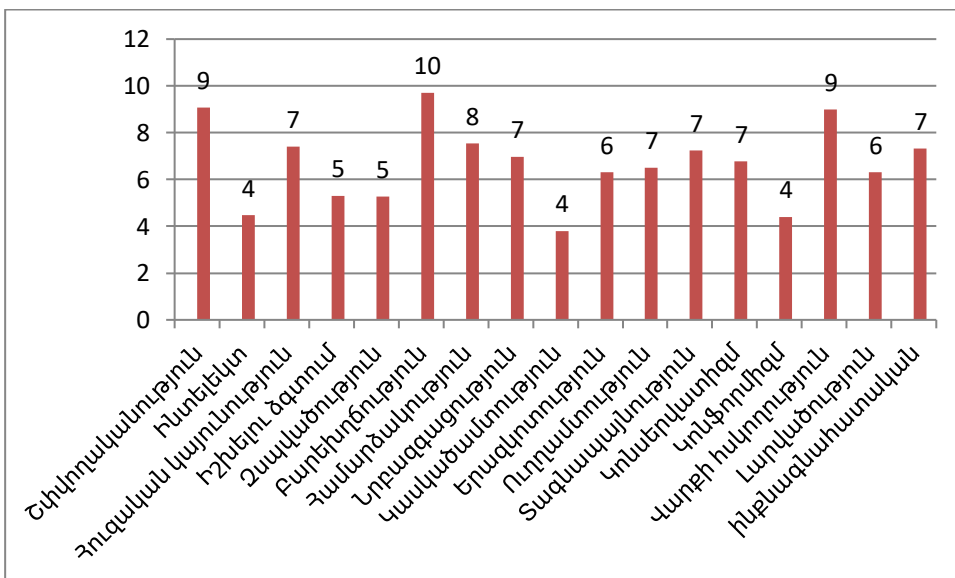
Սա ներառում է զրույց, ձայնի տոնը, երանգը, ժեստիկուլյացիան, մարմնի դիրքը տարածության մեջ, այսինքն հաղորդակցման բոլոր վերբալ և ոչ վերբալ բաղադրիչները:

Այսպիսով հաշվի առնելով վերը նշված բոլոր գործոնները կարելի է ենթադրել, որ ցանցային մարքեթինգի վաճառքի խորհրդատուի աշխատանքի հաջողության ապահովման համար անհրաժեշտ են ոչ միայն հատուկ անձնային և մասնագիտական որակներ, այլև համապատասխան մոտիվացիոն բազա սեփական պահանջմունքները բավարարելու և աշխատանքի հաջողությունը ապահովելու համար: Զանի որ տվյալ մասնագիտության մեջ բավականին ուսումնասիրված է անձի մոտիվացիոն ոլորտը մենք մեր հետազոտության շրջանակներում առավել ուշադրություն ենք դարձրել վաճառողի անձնային գործոնների, հուզական ոլորտի և վարքի վերահսկման լոկուսի դրսևորման առանձնահատկություններին:

Այժմ ներկայացնենք մեր հետազոտության արդյունքների վերլուծությունը:

**ԱՆՁՆԱՅԻՆ ԳՈՐԾՈՆՆԵՐԻ ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅԱՆ ԱՐԴՅՈՒՆՔՆԵՐԻ ՎԵՐԼՈՒԾՈՒԹՅՈՒՆԸ**

**ՄՊԱՌՈՂՆԵՐԻ ՄՈՏ:** Փորձարարական խմբերի հոգեբանական առանձնահատկությունները ուսումնասիրելու համար կիրառել ենք Կետտելի անձնային գործոնների բացահայտման մեթոդիկան: /7/ Թեստի արդյունքների վերլուծությունը թույլ է տվել դուրս բերել հետևյալ տվյալները:



Նկար 1. Անձնային գործոնների միջին ցուցանիշները

Անձնային գործոնների միջին ցուցանիշները և ստանդարտ շեղումները (n=30)

N	Անձի հատկանիշներ	M	$\sigma$
1.	Շփվողականություն	9	2,1
2.	Ինտելեկտ	4	1,3
3.	Հուզական կայունություն	7	2,2
4.	Իշխելու ձգտում	5	2,0
5.	Չսպվածություն	5	2,2
6.	Բարեխղճություն	10	1,6
7.	Համարձակություն	8	1,9
8.	Նրբազգացություն	7	1,9
9.	Կասկածամտություն	4	2,0
10.	Երազկոտություն	6	1,8
11.	Ուղղամտություն	7	1,6
12.	Տազնապայնություն	7	2,1
13.	Կոնսերվատիզմ	7	2,4
14.	Կոնֆորմիզմ	4	1,7
15.	Վարքի հսկողություն	9	1,4
16.	Լարվածություն	6	2,6
17.	Ինքնազնահատական	7	2,9

Վաճառողների մոտ շփվողականության ցուցանիշները բարձր են: Նրանք միջանձնային փոխհարաբերություններ հեշտությամբ են հաստատում, պատրաստ են մարդկանց հետ համագործակցել: Նրանք հակված են լուծել կոնկրետ բնույթ ունեցող խնդիրներ: Որոշ իրադրություններում են կարողանում կառավարել հույզերի և զգացմունքների դրսևորումը: Հետաքրքրությունները փոփոխական են, կարող են նկատվել տրամադրության փոփոխություններ, դյուրագրգռություն: Միջանձնային փոխհարաբերություններում զիջող են, նրբանկատ, դյուրահավատ, ուղղամիտ, անմիջական, կենսուրախ, հանգիստ, անվրդով:

Առաջնորդվում են պարտքի և պատասխանատվության զգացումով, հետևում համընդհանուր սահմանված նորմերին, կարող են դրսևորել համառություն և պատակներին հասնելու գործում: Կարող են դրսևորել նախաձեռնողականություն, ակտիվություն, ընդունել ոչ ստանդարտ որոշումներ, պատրաստ են համագործակցել անծանոթ մարդկանց հետ անծանոթ միջավայրում: Ինքնավստահ են, ունեն գործնական ուղղվածություն, իրատես են: Հեշտությամբ են լուծում գործնական բնույթ ունեցող խնդիրներ: Դժվարությամբ կարող են ընդունել փոփոխությունները, հակված են հետևելու ավանդույթներին: Կախված են խմբի կարծիքներից և պահանջներից, հակված են նրանցից սոցիալական խրախույս ստանալուն: Նպատակաուղղված են, ունեն ուժեղ կամք, կարողանում են հսկել վարքը: Ինքնաբավ են, իրատեսորեն են գնահատում իրենց հնարավորությունները: Լարվածության, ինքնագնահատականի, կոնսերվատիզմի ստանդարտ շեղումները բարձր են, այսինքն՝ այս դեպքում տվյալները ցրված են միջին արժեքի շուրջ:

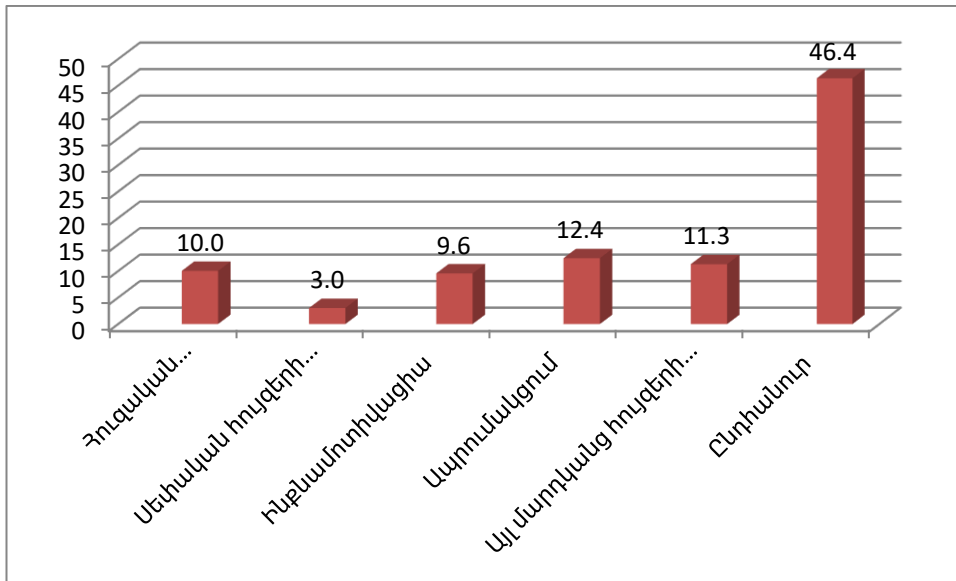
Այսպիսով, ակտիվ սպառողներին բնորոշ են՝

- ◆ Շփվողականությունը
- ◆ Չսպվածությունը
- ◆ Բարեխղճությունը
- ◆ Համարձակությունը
- ◆ Վարքի հսկողությունը
- ◆ Համարժեք ինքնագնահատականը:

Վերը նշված հատկանիշները այն առավել արտահայտված անձնային գործոններն են, որոնք բնորոշում են այս ոլորտի վաճառողներին: Շփվողականությունը անհրժեշտ հատկանիշ է սպառողի հետ փոխազդեցությունն առավել արդյունավետ կազմակերպելու համար, զսպվածությունը բնորոշում է վարքի վերահսկման հմտությունների տիրապետումը, ինչպես նաև հուզական կառավարելիությունը որը կարևոր է մարքեթինգային կոմունիկացիաների հաջող ընթացքի համար: Բարեխղճությունը այն կարևոր անձնային հատկանիշն է, որը կարևոր է յուրաքանչյուր տիպի մասնագիտական գործունեության իրականացման համար, իսկ այս ոլորտում անհրաժեշտ է սպառողների վառ արտահայտված թերահավատությունը վաճառքի տվյալ ոլորտի նկատմամբ հաղթահարելու համար: Համարձակությունը այս պարագայում կարևոր է արագ որոշումներ կայացնելու և անընդհատ ռիսկային իրավիճակները հաղթահարելու համար և վերջապես համարժեք ինքնագնահատականը օգնում է յուրաքանչյուր ոլորտի մասնագետին համարժեք գնահատել իր կարողությունները և անընդհատ աշխատել անձնային և մասնագիտական աճ գրանցելու ուղղությամբ:

Այժմ դիտարկենք վաճառողների հուզական ինտելեկտի հետազոտության արդյունքները: /3/

Հուլգական ինտելեկտի միջին ցուցանիշները ներկայացված են հիստոգրամի տեսքով:



Նկար 3 Վաճառողների հուլգական ինտելեկտի միջին ցուցանիշները

Վաճառողների հուլգական ինտելեկտը գտնվում է միջին մակարդակում: Հուլգական տեղեկացվածությունը ևս միջին մակարդակում է գտնվում, այսինքն՝ նրանք մասամբ են տեղեկացված իրենց հուլգերի և զգացմունքների մասին, գիտակցում և հասկանում իրենց հուլգերն ու զգացմունքները: Ինքնամոտիվացիայի ցուցանիշը միջին մակարդակում է գտնվում, այսինքն՝ որոշ իրադրություններում կարող են հսկել վարքը՝ հուլգերը գիտակցելու շնորհիվ: Ապրումակցման ցուցանիշները ևս միջին մակարդակում են գտնվում: Ապրումակցումն իրենից ենթադրում է այլ մարդկանց հուլգերի հասկացում, այլ մարդու հուլգական վիճակը հասկանալու կարողություն, ինչպես նաև օգնություն ցույց տալու պատրաստակամություն: Այն մարդու հուլգական վիճակն ըստ դիմախաղի, ժեստերի, խոսքի երանգի, մարմնի դիրքի հասկանալու կարողությունն է: Այսինքն՝ նրանք կարող են հասկանալ ուրիշ մարդկանց հուլգերն ու զգացմունքները, ապրումակցել, ազդեցություն գործել դրանց վրա: Ակտիվ սպառողների սեփական հուլգերի կառավարումը թույլ է զարգացած: Չնայած հուլգական ինտելեկտի ցուցանիշը ընդհանուր առմամբ գտնվում է միջին մակարդակում, սակայն դիտարկենք առավել արտահայտված ցուցանիշների դրսևորումները:

Այսպիսով, վաճառողներին բնորոշ են՝ հուլգական տեղեկացվածության համեմատաբար բարձր ցուցանիշ, քանզի այս հատկանիշը օգնում է ճանաչել մարդու հուլգերը և գործել ըստ սպառողի հուլգական դրսևորումների, առավել արտահայտված են ապրումակցման ցուցանիշները քանզի այս մասնագիտության տեր անձանց համար կարևոր է սպառողի հուլգական վիճակի մեջ մտնելու ինչպես նաև վերջինիս հուլգերի վրա համապատասխան ազդեցություն ունենալու կարողությունը: Համեմատաբար բարձր են նաև ինքնամոտիվացիայի ցուցանիշները որոնք նպաստում են մասնագիտական գործունեության կազմակերպման և հաջող իրականացմանը: Առավել ցածր են սեփական հուլգերը կառավարելու ցուցանիշները որը խոսում է այն մասին որ

անձի հուզական ոլորտի զարգացման բարձրագույն մակարդակը ի վերջո սեփական հուզական կառավարելիությունն է որը այս պարագայում ունի զարդագման կարիք:Քանզի մենք ուսումնասիրել ենք հիմնականում միջին օղակի վաճառողներին, ենթադրում ենք որ տվյալ ոլորտում մասնագիտական աճին զուգընթաց իրականանում է նաև հուզական ոլորտի զարգացում: Հետագայում կարևորում ենք նաև համեմատական վերլուծության ենթարկել միջի և առավել բարձր օղակի վաճառքի մասնագետների հատկապես հուզական ինտելեկտի ցուցանիշերը պարզելու տվյալ ոլորտի փոխկապվածությունը մասնագիտական աճի հետ:

Եվ վերջում դիտարկենք վարքի վերահսկման լոկուսի հետազոտման արդյունքները վաճառողների մոտ:

	Ակտիվ սպառողները
Էքստերնալություն	12
ինտերնալություն	18

Ինչպես երևում է, ակտիվ սպառողների մեծամասնությունն ինտերնալներ են, էքստերնալներն ավելի փոքրաթիվ են: Ինտերնալներն առանձնանում են սոցիալական պատասխանատվության բարձր զգացումով, կյանքի իմաստի և կենսական նպատակների բարձր գիտակցմամբ: Նրանց մեջ ուժեղ են արտահայտված շփվելու կարողությունը, շիտակությունը, անկեղծությունը, սեփական «Ես»-ի ընդունումը, ինքնավերահսկումը և հուզական կայունությունը: Նրանք ունակ են հանուն երկարաժամկետ նպատակների հետաձգելու տվյալ պահին բավարարություն ստանալու հակումը, սթրեսային իրավիճակներում և խմբային ճնշման պայմաններում դրսևորում են բարձր դիմացկունություն և տոկոսություն, ըստ այդմ ինտերնալությունը զուգորդվում է ինքնուրույնության հետ: Ինտերնալներին բնորոշ է պատասխանատվության առավել բարձր մակարդակ մասնագիտական պարտականությունները կատարելիս, սակայն առկա է նաև իրական բարդ կախվածության վտանգ՝ զրկվելով ինքնակազմակերպման և ինքնավերահսկման հնարավորությունից, ավելի վատ են աշխատում, քան էքստերնալները: Ուստի անհրաժեշտ է հաշվի առնել մարդկանց անհատական առանձնահատկությունները և անձի գործունեությունը (աշխատանքային, գիտական, ուսումնական, մանկավարժական) արդյունավետ դարձնելու համար փնտրել ու գտնել տարբերակված միջոցներ: Ինտերնալ հսկողությամբ անձինք ավելի ակտիվ են, անկախ, աշխատանքի մեջ ինքնուրույն, ունեն դրական ինքնագնահատական, որը կապված է արտահայտված ինքնավստահության հետ և այլ մարդկանց նկատմամբ համբերատարության հետ: Այսպիսով, յուրաքանչյուր անձի ինտերնալության աստիճանը



կախված է իր զարգացման և անձնային աճի նկատմամբ վերաբերմունքից:

Այսպիսով ցանցային մարքեթինգի վաճառողներին՝ դիստրիբյուտորներին բնորոշ հիմնական առանձնահատկություններն են՝ շփվողականությունը, բարեխղճությունը, զսպվածությունը, հուզական տեղեկացվածությունը, վարքի վերահսկման ներքին լուկուսը /ինտեռնալությունը/, համարձակությունը, ինքնամոտիվացիան, այլ մարդկանց հույզերի ճանաչումը: Հուզական ինտելեկտի ընդհանուր ցուցանիշը գտնվում է միջին մակարդակում, որը ունի զարգացման միտում, քանի որ ըստ հետազոտությունների ընդհանրական պատկերի հանդիսանում է վաճառքի գործընթացի արդյունավետության ապահովման կարևոր գործոն:

## **Գրականության ցանկ**

**1.Յ.Ավանեսյան** Մասնագիտական գործունեության նոր պայմաններին անձի հարմարման հիմնախնդրի ուսումնասիրման մոտեցումների վերլուծություն Տեսական և կիրառական հոգեբանության արդի հիմնախնդիրները 5 միջազգային գիտաժողովի նյութեր Երևան 2015, 686 էջ Էդիթ Պրինտ

**2. Ռ.Աղուզումցյան** Կառավարիչների գործունեության կադրային քաղաքականության հոգեբանական աջակցության համակարգ մշակելու մասին: Հանրային կառավարում Գիտական հանդես 3-4/201

**3.Ռ.Վ. Աղուզումցյան, Լ.Յ. Պետրոսյան, Ս.Յ. Պողոսյան, Ա.Ռ. Խաչատրյան,** Կառավարիչների հոգեբանական ընտրության գործընթացի առանձնահատկությունները, Կոլեկտիվ մենագրություն Եր. 2016., 208 էջ

**4. L. Պետրոսյան** Մասնագիտական և հոգեբանական որակների բնութագրերը պետական ծառայության համակարգում Տեսական և կիրառական հոգեբանության արդի հիմնախնդիրները 5 միջազգային գիտաժողովի նյութեր Երևան 2015, 686 էջ Էդիթ Պրինտ

**5. P. B. Агузумцян** Психологические особенности профессиональной деятельности. Социальный мир человека вып. 6. Материалы 6 международной конференции Человек и мир: под ред. Н.И Леонова Ижевск, 2016

**6. Ęëïîâ, Â. Â.** Âââââîèà â ïñèðîïèîâèè òðóâà. — Ì., 1988. — 200 ñ.

**7. Райгородский Д. Я.**, Практическая психодиагностика, методика и тесты, Издательский: Дом «БАХРАХ-М» Самара 2001, 664 с.

**8. Ñàïïîéèé Ę. Â., Ñàïïîéèéà Í. Â., Øèøîâ Â. Ę.** ïñèðîïèîâèè àèçîáñà. — Ì. : Âññïöèèàèöè òðîðîâ è èçààòâéâé «Òàïââî» : ÝĘĬŦ, 1997. — 272 ñ.

## **ՑԱՆՑԱՅԻՆ ՄԱՐՔԵԹԻՆԳԻ ՎԱՃԱՈՈՂՆԵՐԻ ՀՈԳԵԲԱՆԱԿԱՆ ԴԻՄԱՆԿԱՐԻ ՓՈՐՁԱՐԱՐԱԿԱՆ ՎԵՐԼՈՒԾՈՒԹՅՈՒՆԸ**

Հոգեբանական դիմանկար, ցանցային մարքեթինգ, մասնագիտական ընտրություն, դիստրիբյուտոր/վաճառքի խորհրդատու/

Սույն հոդվածի շրջանակներում իրականացվել է ցանցային մարքեթինգի վաճառողների հոգեբանական դիմանկարի փորձարարական վերլուծությունը: Հետազոտության արդյունքները դուրս են բերել այն հիմնական անձնային հոգեբանական առանձնահատկությունները՝ հուզական, անձնային, վարքային, որոնք կարող են նպաստել մասնագիտական ընտրության և մասնագիտական հոգեբանական որակների զարգացման հիմնախնդիրների լուծմանը:

## **EXPERIMENTAL ANALYSIS OF THE PSYCHOLOGICAL PORTRAIT OF NETWORK MARKETING DISTRIBUTORS**

Psychological portrait, network marketing, professional choice, distributor / sales consultant /

An experimental analysis of the psychological portrait of network marketing distributors was carried out within this article. The results of the study have revealed the main personal psychological peculiarities, emotional, personal, behavioral, which can contribute to the solution of the professional choice and professional psychological development issues.

## ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ПОРТРЕТА ДИСТРИБЬЮТОРОВ СЕТЕВОГО МАРКЕТИНГА

Психологический портрет, сетевой маркетинг, профессиональный выбор, дистрибьютор / консультант по продажам /

В этой статье был проведен экспериментальный анализ психологического портрета дистрибьюторов сетевого маркетинга. Результаты исследования привели к установлению основных личностных психологических особенностей: эмоциональных, личностных, поведенческих, которые могут способствовать решению вопросов профессионального выбора и профессионального психологического развития дистрибьюторов.

### INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Given name and Surname of the Author	Nune Aghasyan Aram
Institution	Public Administration Academy
Position, Academic Title	PhD Student in PAARA, Lecturer in YSMU
Title of article	<b>EXPERIMENTAL ANALYSIS OF THE PSYCHOLOGICAL PORTRAIT OF NETWORK MARKETING DISTRIBUTORS</b>
Institution Address	M. Heraci 1, Kievyan 8
E-mail	agasnun@yahoo.com
Phone Number (Office, Mobile)	094828636

### СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ

Фамилия, имя, отчество автора (без сокращений)	Агасян Нуне Арамовна,
Место работы (без сокращений)	ЕГМУ, Государственная Академия Управления
Должность, ученая степень, ученое звание	/аспирант/ГАУ, ПРЕПОДАВАТЕЛЬ В ЕГМУ
Название статьи	<b>ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ПОРТРЕТА ДИСТРИБЬЮТОРОВ СЕТЕВОГО МАРКЕТИНГА</b>
Адрес рабочий	Киевян 8
E-mail	agasnun@yahoo.com
Телефон рабочий, мобильный	094828636

## Տեղեկություններ հեղինակի մասին

Հեղինակի անունը, հայրանունը, ազգանունը (առանց կրճատումների)	ԱղասյանՆունե Արամի,
Աշխատանքի վայրը (առանց կրճատումների)	ԵՊԲՀ, Պետական Կառավարման Ակադեմիա
Պաշտոնը, գիտական աստիճանը, գիտական կոչումը	ՀՀ ՊԿԱ Կառավարման հոգեբանության ամբիոնի ասպիրանտ, ԵՊԲՀ Բժշկական հոգեբանության ամբիոնի դասախոս
Հոդվածի վերնագիրը	<b>ՑԱՆՑԱՅԻՆ ՄԱՐՔԵԹԻՆԳԻ ՎԱՃԱՌՈՂՆԵՐԻ ՀՈԳԵԲԱՆԱԿԱՆ ԴԻՄԱՆԿԱՐԻ ՓՈՐՁԱՐԱՐԱԿԱՆ ՎԵՐԼՈՒԾՈՒԹՅՈՒՆԸ</b>
Աշխատանքային հասցեն	Հերացի 1, Կիլյան 8
Էլ. փոստի հասցեն	agasnun@yahoo.com
Հեռախոսի համարը (աշխատանքային, բջջային)	094828636