

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Сумський державний університет
Факультет іноземної філології та соціальних комунікацій
Кафедра психології, політології та соціокультурних технологій

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри
психології, політології та
соціокультурних технологій
Андріана КОСТЕНКО

_____ (підпис)

_____ 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня магістр
зі спеціальності 053 «Психологія»,
Освітньо-професійної програми «Організаційна психологія» на тему:
«Технологія розвитку емоційного інтелекту продавців автомобілів»

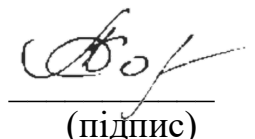
Здобувачки групи Пл.М.-31/1

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.



Валентина Чербар

Керівник: канд. психол. наук, ст. викладач Людмила Колісник



_____ (підпис)

Суми – 2024

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ ПРОДАВЦІВ АВТОМОБІЛІВ.	8
1.1. Сутнісні характеристики емоційного інтелекту.....	8
1.2. Прояви емоційного інтелекту продавців автомобілів.....	17
1.3. Підходи до розвитку емоційного інтелекту продавців автомобілів.	27
Висновки до розділу 1.	37
РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ У ПРОДАВЦІВ АВТОМОБІЛІВ	39
2.1. Методичне забезпечення та організація емпіричного дослідження емоційного інтелекту продавців автомобілів.....	39
2.2. Аналіз даних та інтерпретація результатів емпіричного дослідження емоційного інтелекту продавців автомобілів.....	45
Висновки до розділу 2.	56
Розділ 3. МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ТА МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ РОЗВИТКУ ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ ПРОДАВЦІВ АВТОМОБІЛІВ	58
3.1. Модель технології розвитку емоційного інтелекту продавців автомобілів.	58
3.2. Програма розвитку емоційного інтелекту продавців автомобілів.	69
3.3. Аprobация програми розвитку емоційного інтелекту продавців автомобілів.	79
Висновки до розділу 3.	84
ВИСНОВКИ	86
Список використаних джерел.....	88
Додаток А	95

Анотація

Кваліфікаційна робота здобувача магістерського рівня вищої освіти на тему «Технологія розвитку емоційного інтелекту продавців автомобілів» обсягом – 85 сторінок містить 10 таблиць, 4 рисунки, 1 додаток і базується на використанні 70 літературних джерел.

У роботі систематизовано підходи до розуміння емоційного інтелекту, досліджено його ключові характеристики та особливості прояву, визначено специфіку його розвитку у професійній діяльності продавців автомобілів.

Проведене емпіричне дослідження бази ТОВ «ТОРГОВО-СЕРВІСНИЙ ЦЕНТР «АВТОЕКСПО» показало, що загальний рівень емоційного інтелекту серед досліджуваних працівників є середнім, при цьому виявлено труднощі в управлінні емоціями.

Розроблено модель технології розвитку емоційного інтелекту, яка містить три компоненти: інформаційно-смысловий, діагностичний і корекційно-розвивальний. На основі моделі створено програму практичної реалізації, яка включає 8 онлайн-занять.

Апробація програми, проведена на базі ТОВ «ТОРГОВО-СЕРВІСНИЙ ЦЕНТР «АВТОЕКСПО», підтвердила її ефективність. Результати формувального експерименту, отримані за допомогою психодіагностичних методів, продемонстрували позитивну динаміку у розвитку емоційного інтелекту та його складових: самоусвідомлення, саморегуляція, самомотивація, емпатія та соціальні навички.

Робота містить нові теоретичні й практичні результати, що можуть бути корисними для оптимізації професійної діяльності продавців автомобілів, підвищення їхньої емоційної стабільності та професійної ефективності.

Ключові слова: емоційний інтелект, структура емоційного інтелекту, продавці автомобілів, психологічний тренінг, професійна ефективність, технологія розвитку емоційного інтелекту.

Summary

The qualification thesis of the master's degree candidate on the topic «Technology for developing emotional intelligence in car salespersons» comprises 85 pages, includes 10 tables, 4 figures, 1 appendix, and is based on the use of 70 literature sources.

The study systematizes approaches to understanding emotional intelligence, examines its key characteristics and manifestations, and identifies the specifics of its development in the professional activities of car salespeople.

An empirical study conducted at LLC «Trade and Service Center «AutoExpo» revealed that the overall level of emotional intelligence among the surveyed employees is average. At the same time, difficulties in managing emotions were identified.

A model of the technology for developing emotional intelligence was designed, which includes three components: informational-semantic, diagnostic, and corrective-developmental. Based on this model, a practical implementation program consisting of 8 online sessions was developed.

The program's approbation, carried out at LLC «Trade and Service Center «AutoExpo» confirmed its effectiveness. The results of the formative experiment, obtained using psychodiagnostic methods, demonstrated positive dynamics in the development of such components of emotional intelligence as self-awareness, self-regulation, self-motivation, empathy, and social skills.

The work contains new theoretical and practical results that can be useful for optimizing the professional activities of car salespeople, enhancing their emotional stability, and improving their professional efficiency.

Keywords: emotional intelligence, structure of emotional intelligence, car salespeople, psychological training, professional efficiency.

ВСТУП

Актуальність дослідження. В умовах глобалізації та швидких соціотехнічних змін, питання емоційного інтелекту набуває значущості у багатьох професійних сферах, включно з автомобільним бізнесом в Україні. Емоційний інтелект, який передбачає здатність особистості розуміти, використовувати та управляти власними емоціями та емоціями інших, відіграє ключову роль у підвищенні професійної ефективності та адаптації до стрімких змін у бізнес-середовищі. Нинішній стан повномасштабної геополітичної кризи спричинив створення умов постійної невизначеності, що накладає значний вплив на процес прийняття стратегічних рішень в умовах високого ризику.

Значення емоційного інтелекту у сучасному світі постійно зростає, оскільки розуміння та керування власними емоціями стає невід'ємною частиною особистісного розвитку та успішної соціальної взаємодії. Освоєння цих компетенцій може значно сприяти досягненню особистої гармонії та встановленню здорових міжособистісних стосунків. Наукове дослідження і практичне застосування знань про емоційний інтелект в автомобільній індустрії відіграють ключову роль у формуванні адаптивної, відповідальної та ефективної робочої сили.

Фундаментальний внесок у формування та розвиток концепції емоційного інтелекту здійснили видатні вчені такі як Г. Гарднер, Д. Гоулман, П. Саловей, Д. Маєр, Р. Бар-Он, М. Зейдер, Г. Голл, Дж. Бурстін та інші. Їхні дослідження відкрили нові горизонти в розумінні механізмів вимірювання та практичного застосування емоційного інтелекту у різноманітних аспектах людського життя, включаючи освіту, керівництво та особистісне зростання.

У вітчизняному науковому просторі дослідження емоційного інтелекту також мають глибокі корені, що представлені працями вчених, таких як М. Августюк, В. Барко, Н. Буркало, О. Власова, С. Дерев'янка, Л. Заграй, В. Зарицька, Ю. Іванова, Н. Коврига, Е. Носенко, О. Приймаченко та ін.

Дослідники зосередили свою увагу на аналізі взаємодії інтелектуальних та емоційних компонентів психіки, детально вивчаючи процеси емоційної регуляції, що охоплюють як здатність до саморегуляції, так і управління емоціями інших. Особлива увага в їх роботах приділяється дослідженню структури та адаптивних характеристик емоційного інтелекту, що вносить значний вклад у теоретичні та прикладні аспекти психологічної науки.

Особлива увага у нашому дослідженні приділяється аналізу механізмів розвитку емоційного інтелекту в контексті професійної діяльності продавців автомобілів.

Мета дослідження: теоретично обґрунтувати, розробити та провести апробацію технології розвитку емоційного інтелекту продавців автомобілів.

Об'єктом дослідження є емоційний інтелект продавців автомобілів.

Предмет дослідження: розвиток емоційного інтелекту продавців автомобілів.

Для реалізації мети дослідження нами висунуто наступні **завдання:**

1. Визначити концептуальні засади дослідження емоційного інтелекту.
2. Емпірично дослідити емоційний інтелект продавців автомобілів.
3. Обґрунтувати структурні та змістовні особливості технології розвитку емоційного інтелекту продавців автомобілів.
4. Розробити та апробувати програму розвитку емоційного інтелекту продавців автомобілів як розвивальну технологію.

Гіпотези дослідження:

- 1) продавці автомобілів зі стажем роботи до 5 років мають нижчий рівень емоційного інтелекту порівняно з колегами з більш тривалим досвідом роботи;
- 2) впровадження програми розвитку емоційного інтелекту з акцентом на саморегуляцію сприятиме підвищенню показників емоційного інтелекту (самосвідомості, саморегуляції, самомотивації, емпатії та соціальних навичок) у продавців автомобілів зі стажем роботи до 5 років.

Методи дослідження: для реалізації мети дослідження та поставлених завдань нами було використано такі методи дослідження:

1) загальнонаукові методи: аналіз, синтез, порівняння, узагальнення інформації з наукової літератури;

2) емпіричні методи: анкетування, опитування за Методикою оцінювання емоційного інтелекту Г. Голла та Опитувальником «Виявлення толерантності до невизначеності» С. Баднера;

3) для обробки емпіричних даних використані засоби математичної статистики: описова статистика (мода, медіана, середнє, стандартне відхилення, коефіцієнт варіації); методи перевірки статистичних гіпотез: коефіцієнт кореляції Спірмена (r -Спірмена) та дисперсійний аналіз ANOVA.

4) метод активного впливу: психологічний тренінг.

Організація та експериментальна база дослідження. Дослідження проводилося в електронному форматі з використанням платформи Google Forms. Опитування проходило на базі ТОВ «ТОРГОВО-СЕРВІСНИЙ ЦЕНТР «АВТОЕКСПО», яке тривало протягом березня-квітня 2024 року.

Наукова новизна та теоретичне значення дослідження.

Наукова новизна нашого дослідження полягає в розробці та впровадженні психотехнології для розвитку емоційного інтелекту у продавців автомобілів. Дослідження вносить нові аспекти в розуміння емоційної регуляції як одного з ключових компонентів емоційного інтелекту у специфічних умовах професійної діяльності в сфері продажу. Аналіз впливу досвіду роботи на емоційні навички продавців автомобілів, зокрема на емоційну регуляцію, дає можливість виявити фактори, які сприяють успішному розвитку емоційного інтелекту на різних етапах професійного становлення.

Теоретичне значення дослідження полягає в: 1) уточненні понять і моделей емоційного інтелекту в контексті професійної діяльності, що розширює сучасні теорії емоційного інтелекту стосовно професій, пов'язаних

з продажами та роботою з клієнтами; 2) розробці теоретичної бази для створення ефективних тренінгових програм з розвитку емоційного інтелекту продавців автомобілів, які можуть бути використані для підвищення професійної ефективності в інших суміжних галузях.

Практична значущість дослідження полягає в наступному:

1. Розробка та впровадження психотехнології розвитку емоційного інтелекту для продавців автомобілів сприятиме підвищенню їхньої здатності до емоційної регуляції, особливо у тих, хто має стаж роботи до 5 років.

2. Використання результатів дослідження для створення навчальних програм і тренінгів, спрямованих на розвиток емоційного інтелекту, може бути впроваджене в автомобільних компаніях з метою підвищення професійної компетентності працівників у сфері продажу.

3. Оптимізація процесу підбору та розвитку персоналу в компаніях, що спеціалізуються на продажах автомобілів. Результати дослідження можуть бути використані для розробки інструментів оцінки емоційного інтелекту під час відбору кандидатів на посади, де важливими є навички спілкування та емоційної регуляції.

4. Підвищення ефективності управління персоналом у контексті автомобільних продажів. Практичні рекомендації, розроблені на основі дослідження, допоможуть керівникам краще розуміти, як розвивати емоційну стійкість і адаптивність своїх працівників, що сприятиме підвищенню ефективності в умовах невизначеності.

Апробація та впровадження результатів дослідження. Матеріали магістерської роботи пройшли апробацію на XI Всеукраїнській науковій конференції студентів, аспірантів, викладачів та співробітників «Соціально-гуманітарні аспекти розвитку сучасного суспільства», яка відбулась у м. Суми 25-26 квітня 2024 року.

Було проведено всього 8 занять тривалістю 2 години кожне в онлайн форматі з продавцями автомобілів, які мають трудовий стаж у сфері продажу автомобілів до 5 років, відповідно до складеної програми.

Структура та обсяг роботи. Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків до розділів, списку використаних джерел та додатку. Основний текст роботи викладений на 85 сторінках.

РОЗДІЛ 1. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ ПРОДАВЦІВ АВТОМОБІЛІВ.

1.1. Сутнісні характеристики емоційного інтелекту.

У всьому світі емоційний інтелект відомий як важлива комплексна здатність, яка дозволяє людині краще розуміти, контролювати та керувати емоціями, має ключове значення для нашої взаємодії з людьми, рішення проблем та адаптації до викликів життя. Дослідження демонструють, що люди з розвинутою емоційною компетенцією володіють кращими соціальними навичками, більш ефективно визначають емоції, як власні, так і чужі, та використовують ці знання для позитивних змін у своєму житті. Високий рівень емоційного інтелекту сприяє особистісному зростанню, досягненню цілей та покращенню взаємин із оточенням [35].

Ідея емоційного інтелекту вносить унікальний вклад в психологію, інтегруючи афективну сферу з когнітивними процесами. Вона визнає, що емоції не лише є важливою частиною нашого психічного життя, але й можуть бути керованими та використовуваними конструктивно. Емоційний інтелект включає здатність розуміти та управляти власними емоціями, розпізнавати емоції інших, а також використовувати емоційні знання для кращого управління взаємодіями та рішеннями, розширюючи традиційне розуміння інтелекту та додаючи важливі нюанси, які допомагають людям адаптуватися і процвітати у своєму соціальному та професійному середовищі [36].

Поняття емоційного інтелекту виникло в контексті тривалих філософських і релігійних дискусій щодо взаємодії та пріоритетності розуму й емоцій в людині, а також в результаті наукових спроб з'ясувати, як ці дві сфери можуть взаємодіяти і взаємовпливати одна на одну [15].

Історія дослідження емоційного інтелекту охоплює кілька ключових періодів:

1900-1969 роки – розмежування емоцій та інтелекту як відокремлених дослідницьких сфер, але вже з'являються спроби їх зближення, такі психологи як Д. Векслер, А. Елліс, Г. Майєр та Р. Торндайк робили заявки на розуміння того, як когнітивні та емоційні процеси переплітаються.

1970-1989 роки – поява значного інтересу до дослідження взаємодії між емоціями та інтелектом. Роботи Р. Бар-Он, Г. Гарднера, В. Пейна та П. Сіфнеоса покладають основу для подальших досліджень в цій області.

1990-1993 роки – емоційний інтелект увійшов до психологічного словника і стає предметом наукових досліджень. Знакові публікації Дж. Майєра, К. Саарні, П. Саловея визначають подальший розвиток цієї концепції.

1994-1997 роки – емоційний інтелект стає широко відомим та впливовим поняттям завдяки публікаціям Д. Гоулмена, який стверджує, що емоційний інтелект є ключем до особистісного успіху у всіх сферах життя.

Період з 1998 року до сьогодні відзначається інтенсивними експериментальними дослідженнями, які базуються на різних наукових парадигмах. Наразі існують суперечності між дослідниками: деякі розглядають емоційний інтелект як когнітивну здібність («модель здібностей»), інші — як комбінацію особистісних і когнітивних характеристик («еклектична модель»), до прикладу, К. Петрідес та А. Фернхейм.

Кожен зазначених періодів сприяв глибшому розумінню та інтеграції емоційного інтелекту у ширші контексти психологічної науки та практики [14].

Концепція емоційного інтелекту є частиною теорії множинного інтелекту, запропонованої американським психологом Г. Гарднером. Він висунув гіпотезу, що інтелект складається з різноманітних підвидів, які впливають на життєдіяльність людини. Серед семи основних видів інтелекту є вербальний, логіко-математичний, просторовий, кінестичний, музичний, та емоційний інтелект. Останній поділяється на два підвиди: внутрішньоособистісний та міжособистісний інтелект [61].

Таким чином, концепції емоційного інтелекту Г. Гарднера стали ключовими аспектами теорії множинного інтелекту. Міжособистісний емоційний інтелект він визначив як здатність людини розуміти інших, усвідомлювати їхні мотиви, ставлення до роботи та вибирати оптимальні способи співпраці з ними. Автор підкреслив, що цей вид інтелекту також включає спроможність точно розпізнавати настрої, темпераменти, мотиви та прагнення інших людей, а також адекватно на них реагувати. З іншого боку, внутрішньоособистісний емоційний інтелект Г. Гарднер описав як властивість, спрямовану на самоаналіз і саморефлексію. Такий вид інтелекту дозволяє особі формувати точне та адекватне уявлення про власне «я», використовувати це розуміння для ефективної діяльності в житті, а також включає вміння особи розуміти власні почуття, зрозуміти їхні витoki та на цій основі регулювати власну поведінку [61].

Обидва ці аспекти емоційного інтелекту, як стверджує Г. Гарднер, є фундаментальними для розвитку особистості та ефективної взаємодії у соціальному середовищі, сприяючи гармонійному розвитку і взаєморозумінню [60].

Інша модель емоційного інтелекту, яку розробив Р. Бар-Он, відома як змішана модель. За його концепцією, емоційний інтелект включає соціальні, емоційні та індивідуальні здібності, які разом сприяють ефективному протистоянню стресам і вимогам зовнішнього середовища [54].

Р. Бар-Он ідентифікує п'ять основних факторів емоційного інтелекту:

1. Внутрішньоособистісні навички, які стосуються усвідомлення та розуміння власних емоцій, почуттів та ідей, включаючи почуття власної гідності, емоційну самосвідомість, асертивність, незалежність та самоактуалізацію.
2. Міжособистісні навички включають розуміння та відчуття емоцій, почуттів та думок інших, а також емпатію, соціальну відповідальність та навички міжособистісних взаємодій.

3. Адаптивність відображає здатність до гнучкості в емоційних проявах відповідно до обставин та ефективного вирішення проблем.

4. Управління стресом обумовлює спроможність контролювати стрес та імпульси, включаючи толерантність до стресу та імпульсивний контроль.

5. Загальний настрій охоплює здатність до відчуття та вираження позитивних емоцій, оптимізм та відчуття щастя [54].

Р. Бар-Он вважає, що емоційно розвинена особистість має високу здатність до адаптації, демонструє толерантність, використовує гнучкі стратегії для досягнення оптимальних результатів, контролює імпульсивність та ефективно керує стресом. Його модель підкреслює важливість інтеграції розумових і особистісних якостей для адаптивної поведінки та ефективної соціальної взаємодії, що забезпечує задоволення від життя [53].

За поглядами Джона Маєра та Пітера Саловея, емоційний інтелект розглядається як складова соціального інтелекту. Вони вважають його здатністю відображати, розрізняти та керувати власними та чужими емоціями, що сприяє керуванню мисленням та поведінкою. Вони підкреслюють, що емоційний інтелект є когнітивною здатністю, яка охоплює розуміння власних почуттів, сприйняття настроїв інших, а також керування власними емоціями. Емоційний інтелект дозволяє аналізувати емоції та свідомо регулювати їх для поліпшення мислення, що сприяє як емоційному, так і інтелектуальному розвитку [64].

Дж. Маєр і П. Саловея вказують на такі ключові якості емоційного інтелекту, як здатність до емпатії та співчуття, вміння розпізнавати власні почуття, баланс між емоціями та розумом, високу самоповагу та самосприйняття. Вони запропонували модель емоційного інтелекту як набір здібностей, які взаємодіють з когнітивними процесами, вперше вводячи цю ідею в академічний дискурс [63].

В таблиці 1.1 наведені тлумачення поняття «емоційний інтелект» (за Дж. Маєром та П. Саловеєм) [63].

Таблиця 1.1

**Тлумачення емоційного інтелекту
(за Дж. Маєром та П. Саловейєм)**

Рефлексивна регуляція емоцій, що сприяє емоційному та інтелектуальному зростанню	Розуміння й аналіз емоцій. Використання знань про закономірності емоційного реагування	Фасилітація мислення за допомогою емоцій	Сприйняття, оцінка та вираження емоцій
Спроможність залишатись відкритим почуттям, як приємним, так і неприємним.	Спроможність розпізнавати емоції, розуміти різні форми їх вираження.	Емоції можуть сприяти мисленню, якщо за їх допомогою забезпечується пріоритетна увага до важливої інформації.	Спроможність ідентифікувати емоції, що супроводжують власний фізичний стан, почуття та думки.
Спроможність рефлексивно включатись чи утримуватись від оцінки інформативності чи корисності емоцій.	Спроможність достатньо інтерпретувати зміст, який передають емоції з урахуванням ситуативних факторів (емоція суму може супроводжувати переживання втрати)	Емоції, ясні та доступні розумінню, можуть свідомо виникати як форма підтримки зроблених висновків, або як засіб покращення запам'ятовування подій, що викликали певні почуття.	Спроможність ідентифікувати емоції в інших людях, в творах мистецтва, при вираженні їх за допомогою вербальних засобів, міміки та поведінки.
Спроможність рефлексивно регулювати емоції відносно себе та оточуючих, роблячи при цьому адекватні висновки, що відповідають конкретній ситуації.	Спроможність розуміти змішані почуття: одночасне виявлення почуття любові та не нависти, або змішані почуття страху та здивування.	Емоційні перепади настрою, які сричиняють перехід від оптимістичного до песимістичного погляду на події, свідчать про можливість свідомого регулювання власних емоцій, формування відповідних ставлень до них.	Спроможність виражати емоції точно і адекватно, формулювати потреби, які пов'язані з цими емоціями.
Спроможність керувати власними емоціями та емоціями інших людей шляхом оптимізації негативних емоцій та підвищення інтенсивності позитивних емоцій без зменшення чи перебільшення інформації, яку вони можуть передати.	Спроможність розпізнавати вірогідні переходи між емоціями: від гніву до задоволення; від гніву до сорому...	Емоційні стани по-різному сприяють формуванню специфічних підходів до вирішення проблем (радість чи щастя підсилюють індуктивне мислення та креативність)	Спроможність розрізняти між точними та неточними проявами емоцій, або між справжніми та спотвореними почуттями.

Концепція емоційного інтелекту здобула широку популярність після виходу книги «Емоційний інтелект» в 1995 році, автором якої є американський

психолог Д. Гоулман. У своїй праці він визначає емоційний інтелект як набір здібностей, що охоплює розуміння та керування власними емоціями, уміння розпізнавати емоції інших, мотивацію та встановлення позитивних взаємин. Важливими компонентами є емпатія та співчуття, які сприяють підтриманню дружби та гармонійних взаємин [62].

Згідно з Д. Гоулманом, емоційний інтелект складається з чотирьох основних компонентів: самоусвідомлення, розуміння соціальних взаємодій, вміння контролювати свої емоції, та здібність будувати стосунки. Вказані компоненти є вирішальними для успішної соціальної взаємодії та спілкування з іншими. Володіння емоційною компетентністю, яка включає зазначені навички, дозволяє людині ефективно вирішувати завдання та виклики, збільшуючи її соціальний успіх та професійну ефективність [62].

Американська вчена К. Саарні вважає, що емоційний інтелект відрізняється від академічного або загального інтелекту тим, що його розвиток відбувається не тільки через формальне навчання, але і внаслідок безпосередньої життєвої діяльності. Саме це робить його оцінювання складнішим, оскільки формування емоційного інтелекту може значно варіюватися в залежності від індивідуальних життєвих обставин та освітнього середовища [67].

Термін «емоційний інтелект» ефективно інтерпретували українські вчені Е. Носенко та Н. Коврига, визначивши його як «розумність», оскільки це поняття відображає здатність особи управляти власними емоціями та використовувати їх для оптимальної адаптації та взаємодії в соціальному середовищі. «Розумність» у контексті емоційного інтелекту підкреслює не лише здатність особи подолати власні пристрасті і слабкості, а й використовувати свої переваги, таланти та моральні якості для особистісного зросту, що включає мотивацію до реалізації власного потенціалу, підйом над емоційними перепонами та активне застосування індивідуальних сильних сторін у повсякденному житті та професійній діяльності [37].

Е. Носенко та Н. Коврига зазначають, що емоційний інтелект має тісні зв'язки з компонентами «Великої П'ятірки» особистісних рис, що демонструє важливість емоційної складової в загальній структурі особистості. Ці зв'язки включають наступні компоненти.

1. Кореляційний зв'язок з сумлінністю, коли індивіди з високим рівнем емоційного інтелекту здатні керувати своїми обов'язками та відповідальністю ефективно, що часто асоціюється з високою сумлінністю.

2. Відкритість до нового досвіду, адже емоційний інтелект сприяє адаптації до нових ідей і досвіду, оскільки включає здатність заспокоювати страх перед невідомим і бути більш відкритими до нових можливостей.

3. Екстраверсія – емоційний інтелект включає вміння встановлювати зв'язки та підтримувати взаємодії з іншими, що також є характеристикою екстравертів.

4. Доброзичливість – високий емоційний інтелект сприяє розумінню та співпереживанню з іншими, що корелює з доброзичливістю.

5. Від'ємний зв'язок з нейротизмом – індивіди з високим емоційним інтелектом краще керують своїми емоціями, що допомагає зменшувати схильність до стресу, тривоги та інших негативних емоційних станів [36].

Онтологічні та феноменологічні компоненти емоційного інтелекту, які визначаються дослідниками, поділяються на внутрішні та зовнішні аспекти. Вони описують внутрішній досвід особистості та включають емоційну стійкість, доброзичливість у спілкуванні, сумлінність, відкритість до нового досвіду, сприяють побудові стабільних міжособистісних відносин та самореалізації. Феноменологічні компоненти відображають особистий досвід людини у контексті її взаємодії з оточенням та включають адаптивність у спілкуванні, самооцінку, психологічне благополуччя, розвиненість адекватних копінг-стратегій та навички самоконтролю. Зовнішні аспекти відносяться до якісних і кількісних характеристик емоційного процесу, таких як інтенсивність

та періодичність виникнення емоцій, основні емоції, що супроводжують ці процеси, та їхня конгруентність з ситуаційними подразниками [36].

Таким чином, зазначені компоненти разом формують багатогранний образ емоційного інтелекту, який включає як глибоке особистісне розуміння, так і зовнішню взаємодію з соціальним середовищем [36].

У своїх працях українська дослідниця С. Дерев'янка розглядає взаємозв'язок між емоційним інтелектом та соціальним інтелектом, намагаючись уточнити їхні відмінності та перетини. Вона зазначає, що соціальний інтелект традиційно вважається набором розумових здібностей, які дозволяють людині ефективно аналізувати та використовувати соціальну інформацію для взаємодії з іншими. Ці здібності включають вміння інтерпретувати поведінку інших, розуміти соціальні сигнали, та налагоджувати комунікацію. З іншого боку, емоційний інтелект, який часто розглядається як частина соціального інтелекту, охоплює більш широкий спектр здібностей, пов'язаних із розумінням та керуванням власними емоціями та емоціями інших [14].

С. Дерев'янка вказує, що деякі вчені розглядають соціальний інтелект як один з компонентів емоційного інтелекту, в той час як інші вважають емоційний інтелект ширшим поняттям, яке включає соціальний інтелект як його складову. Центральним елементом, який об'єднує обидва типи інтелекту, є їхня здатність до спілкування та взаємодії з іншими. Ефективне використання емоційного та соціального інтелекту сприяє кращому розумінню міжособистісних взаємин, вирішенню конфліктів, а також більш успішній адаптації в соціальному середовищі. Ці здібності дозволяють індивідам бути більш усвідомленими та ефективними у своїй поведінці та взаємодіях, підвищуючи тим самим їхній соціальний успіх [12].

І. Опанасюк висуває концепцію емоційного інтелекту, підкреслюючи його роль як пізнавального інструменту в розумінні та управлінні емоційними процесами. Вона визначає емоційний інтелект як сукупність пізнавальних

можливостей, які дозволяють особі: сприймати емоційні компоненти об'єктів, що включає здатність особистості виявляти емоційні аспекти різних об'єктів або ситуацій і розуміти, як ці емоції можуть впливати на поведінку та взаємодії; розуміти власні емоції та емоції інших (включає здібності до предикативної та когнітивної емпатії); мати мотивацію до дій, що сприяє здатності особи використовувати емоційні знання для мотивації власних дій і поведінки, а також для впливу на поведінку інших; контролювати емоційні процеси, керуючи власними емоційними станами, та регулювати емоційні реакції в соціальних взаємодіях [38].

I. Опанасюк стверджує, що емоційний інтелект є комплексом розумових здібностей, який не тільки сприяє кращому розумінню власних та чужих емоційних переживань, але й відіграє важливу роль у психологічній адаптації та успішній взаємодії з іншими людьми. Вона наголошує на важливості цілеспрямованого розвитку емоційного інтелекту через освіту та виховання, оскільки він має велике значення для особистісного зростання та соціального успіху [38].

Згідно з дослідженням О. Собченка, емоційний інтелект може бути розділений на декілька компонентів, кожен з яких відповідає певній групі вмінь, що дозволяє глибше зрозуміти, як різні аспекти емоційного інтелекту сприяють загальній ефективності людини у різних життєвих ситуаціях [43].

Компоненти та їх зв'язок з певними вміннями виглядають наступним чином:

- 1) сприйняття емоцій та їх осмислення, важливе для усвідомлення впливу емоцій на думки та поведінку, пов'язане з когнітивними здібностями та включає: здатність точно розпізнавати власні емоції та емоції інших людей;
- 2) аналіз та інтерпретацію емоційних виразів обличчя, мови тіла, тону голосу;
- 3) саморегулювання емоцій пов'язане з емоційними вміннями, а саме, здатність керувати та моделювати свої емоційні реакції відповідно до ситуації,

включає стратегії для зменшення негативних емоцій або підтримки позитивних;

4) контроль емоцій в стресових ситуаціях та самомотивація пов'язані з адаптаційними вміннями, включають: здатність залишатися спокійним та продуктивним під тиском; мотивацію до досягнення цілей, незважаючи на емоційні перешкоди або відволікаючі фактори;

5) соціальна емпатія та управління емоціями інших людей пов'язані з соціальними вміннями особистості, здатністю розуміти емоційні стани інших та відчувати співчуття до їхніх переживань;

6) навички впливу на емоції інших, що можуть бути корисними в лідерстві, переговорах, вирішенні конфліктів.

Зазначені компоненти емоційного інтелекту не лише окреслюють його як багатогранний конструкт, але й вказують на практичну користь у використанні емоційної інформації для особистісного розвитку, професійного зростання та покращення якості міжособистісних взаємодій [43].

Отже, можна зробити висновок, що емоційний інтелект є ключовою психологічною концепцією, яка відіграє важливу роль у взаємозв'язку особистісних, соціальних та професійних аспектів людської поведінки. Різні підходи до концептуалізації емоційного інтелекту, представлені як зарубіжними, так і українськими науковцями, розкривають багатогранність цього явища. Дослідження показують, що емоційний інтелект фокусується на емоціях як власних, так і інших осіб, передбачаючи усвідомлення, розуміння та ефективне керування емоційною сферою, що впливає на наше повсякденне життя і якість взаємодії з іншими.

1.2. Прояви емоційного інтелекту продавців автомобілів.

У сучасних умовах функціонування автомобільного ринку України, що характеризується особливою складністю та нестабільністю, особливе значення набуває адаптація до непередбачуваних змін. Повномасштабне військове

вторгнення в країну створило безпрецедентний контекст постійної невизначеності, змушуючи бізнес в автомобільній галузі приймати критичні рішення в умовах високого ризику, різких коливань ринкового середовища та обмеженої чи суперечливої інформації. Актуальним є поглиблення досліджень емоційного інтелекту, який відіграє стратегічну роль у професійному зростанні індивідів. Емоційний інтелект, що включає здатність ідентифікувати, розуміти та керувати власними емоціями, а також емоціями інших, є фундаментальним для досягнення особистісної гармонії та ефективної взаємодії у соціальному контексті.

Згідно з дослідженнями Е. Фернхема та К. Петрідеса, емоційний інтелект є ключовим компонентом, який формує особистісні характеристики, впливаючи на поведінку та соціальне взаємодіяння людини. Вони визначають емоційний інтелект як здатність ефективно керувати та регулювати емоції, що є важливим проявом «емоційної самоефективності» особистості [65].

Наведемо декілька ключових особистісних характеристик, які тісно пов'язані з емоційним інтелектом: емоційна експресія (здатність відкрито виражати свої емоції); адаптивність (здатність індивіда гнучко реагувати на зміни та витримувати непередбачені обставини в зовнішньому середовищі без значної втрати психологічної стабільності); управління стресом (ефективні стратегії впорядкування стресових ситуацій); аналіз емоцій (спроможність аналізувати та розуміти власні емоції та емоції інших); асертивність (уміння адекватно висловлювати свої емоції та потреби без агресії); регулювання емоцій (контроль над власними емоціями для досягнення балансу); самомотивація (здатність самостійно стимулювати досягнення особистих та професійних цілей); низька імпульсивність (здатність контролювати імпульсивні реакції); соціальна обізнаність (розуміння соціальних сигналів та норм); самооцінка (позитивне сприйняття та оцінка власної особистості); оптимізм (нахил до позитивного бачення життєвих обставин); стосунки з іншими (здатність будувати та підтримувати здорові взаємовідносини);

емпатія — вміння співпереживати та розуміти емоції інших; щастя як особистісна риса (стійке почуття задоволення від життя). Зазначені характеристики разом формують комплексну картину особистості, що дозволяє особам з високим рівнем емоційного інтелекту успішно адаптуватися до соціальних вимог, ефективно спілкуватися та вирішувати конфлікти, що підвищує їх загальний життєвий успіх [65].

Деніел Гоулман виділяє п'ять ключових проявів, які формують структуру емоційного інтелекту та дозволяють індивідам досягати високого рівня особистісного розвитку та професійної ефективності.

1. Самосвідомість – здатність особи розуміти свої власні емоції і вплив цих емоцій на поведінку та рішення.
2. Саморегуляція – вміння керувати та налаштовувати власні емоції на користь досягнення довгострокових цілей.
3. Мотивація – зосередженість на внутрішніх стимулах для досягнення особистих або професійних цілей, незважаючи на перешкоди або відсутність зовнішніх винагород.
4. Емпатія – спроможність розуміти емоційні стани інших, що сприяє ефективному спілкуванню та розвитку взаємин.
5. Соціальні навички – здатність адекватно взаємодіяти з іншими в різноманітних соціальних контекстах, ефективно комунікувати та вирішувати конфлікти [8].

Як бачимо, зазначені аспекти не лише допомагають людині ефективно управляти своїми емоціями, але й створюють основу для розвитку толерантності до невизначеності. Завдяки емоційному інтелекту людина краще адаптується до умов, коли інформація обмежена, а ситуація є непередбачуваною, що дозволяє приймати раціональні рішення та зберігати емоційну стійкість.

Отже, самоусвідомлення та контроль емоцій полягають у тому, що люди з високим рівнем емоційного інтелекту краще усвідомлюють свої реакції на

невизначеність. Вони швидше розпізнають, коли відчувають тривогу чи страх, і здатні управляти емоціями, не дозволяючи їм впливати на свою поведінку. Люди з навичками саморегуляції ефективно контролюють свою реакцію на стресові ситуації, зокрема на невизначеність, що дозволяє їм залишатися спокійними та раціональними, коли інші можуть панікувати чи робити поспішні висновки [69].

Основними стратегіями управління емоціями є:

а) стимулювання емоційних станів — це свідоме викликання бажаних емоцій, досягти цього допомагають такі фактори, як самомотивація, натхнення та оптимізм;

б) усунення небажаних емоцій — це спосіб зменшення напруження, яке заважає людині ефективно діяти, найбільш популярні методи включають техніки розслаблення та когнітивну регуляцію;

в) контроль емоційної експресії — передбачає різні форми регулювання зовнішнього прояву емоцій (стриманість, маскування, придушення, симуляція), кожна з цих форм може бути корисною залежно від конкретної ситуації [14].

Емоційно інтелектуальні люди мають розвинені соціальні навички, що сприяють гнучкості та адаптивності. Високий рівень емоційного інтелекту допомагає їм залишатися мотивованими навіть у складних або непередбачуваних умовах, а здатність працювати зі своїми емоціями дозволяє зберігати фокус і не піддаватися негативному впливу невизначеності [69].

Таким чином, емоційний інтелект є важливим ресурсом для формування толерантності до невизначеності. Люди з високим рівнем емоційного інтелекту легше приймають нові або незрозумілі ситуації, швидше адаптуються до змін та зберігають спокій і продуктивність у складних умовах [58].

Наприклад, емоційний інтелект та стійкість до невизначеності впливають на поведінку інвесторів, тобто люди з високим рівнем емоційного інтелекту здатні краще керувати своїми емоціями під час прийняття

фінансових рішень, що дозволяє їм зберігати холонокровність в умовах стресу та ризику. Вони більш свідомо підходять до аналізу ситуації, що допомагає уникнути імпульсивних рішень та зменшує вплив негативних емоцій на інвестиційний процес. Натомість люди з низьким емоційним інтелектом можуть бути більш вразливими до емоційних коливань, що призводить до підвищеного рівня страху, тривоги або паніки, особливо в умовах невизначеності і може впливати на їхню толерантність до ризику — вони або занадто уникають ризику, або, навпаки, вдаються до надмірно ризикованих інвестицій. Отже, люди з високою толерантністю здатні краще переносити ситуації, де результат не є очевидним або передбачуваним, вони більш схильні до прийняття ризиків і менш схильні до страху перед невідомим, як правило, демонструють впевнену та зважену поведінку на ринку, навіть у мінливих умовах. Люди ж із низькою толерантністю до невизначеності, як правило, більш емоційно реагують на нестабільність і можуть ухилятися від ризику [57].

Концепція «толерантності до невизначеності», вперше сформульована Е. Френкель-Брунsvік, вона описує здатність особистості адекватно сприймати і реагувати на незнайомі ситуації з постійними змінами. Люди з високою толерантністю до невизначеності здатні зберігати спокій і впевненість, ефективно адаптуючись без значного стресу. Водночас, індивіди з низькою толерантністю схильні до сприйняття світу в бінарних категоріях, що призводить до поспішних суджень і спрощення складностей, часто з помилковими висновками [59].

Толерування невизначеності визначається як складна риса особистості, що виявляється в різноманітних реакціях на динамічні обставини, які часто мають неоднозначні або суперечливі інтерпретації. Такий підхід характеризується трьома аспектами: 1) прийняття невизначеності як загрози, що викликає тривогу та обмежує готовність осіб з низькою толерантністю до невизначеності вступати в нові виклики, що обмежує їхній професійний та

особистісний розвиток; 2) зв'язок низької толерантності з авторитарними поглядами та забобонами, що виявляється у потребі в чітких правилах для зниження невизначеності; 3) уникнення визнання невизначеності, яке веде до помилок у рішеннях через спирання на застарілі підходи у нових ситуаціях [47].

У українській науковій літературі толерантність до невизначеності розглядається як складний, багаторівневий та багатовимірний особистісний конструкт, що є інтегральною характеристикою особистості і має біполярну структуру, де на одному полюсі знаходиться висока толерантність до невизначеності, яка виражається у здатності особистості позитивно реагувати на невизначені ситуації, долати неясність завдань та неповноту інформації через активні дії. На протилежному полюсі розташовується нездатність переносити невизначеність, що проявляється у небажанні стикатися з нечітко визначеними обставинами або амбівалентними стимулами [40; 48].

За даними досліджень, особи, що виявляють стійкість до невизначеності, зазвичай спокійно ставляться до нечітко сформульованих ідей і невизначених ситуацій, і навіть можуть прагнути до таких умов, оскільки вони вважають їх стимулом для креативного пошуку та особистісного росту. Важливо розуміти, що така здатність не лише дозволяє ефективно адаптуватися до змінних умов, але й сприяє розвитку інноваційного потенціалу в професійній діяльності та повсякденному житті [42].

Р. Бріслін у своєму підході до визначення феномену адаптивності до змін акцентує на когнітивній здатності особистості обдумувати різні аспекти проблеми у контексті неповної інформації. Він підкреслює важливість інтелектуальної гнучкості та психологічної витривалості у прийнятті рішень, коли не всі дані відомі або коли наслідки цих рішень не можуть бути чітко передбачені. Зазначена здатність критично аналізувати та розмірковувати є визначальною для ефективного вирішення складних і багатовимірних проблем

у сучасному динамічному світі, а сам підхід важливий у таких сферах як: управління ризиками, лідерство, наукові дослідження, підприємництво [45].

Інтолерантність у науковій літературі характеризується як систематичне неприйняття різноманітності думок, культур та індивідуальних особливостей, що виявляється у відмові визнавати права інших на власні погляди та культурні ідентичності, часто обмежує участь цих осіб у соціальних процесах і може базуватися на стереотипах та незнанні. Інтолерантність може проявлятися у формах націоналізму, шовінізму, фанатизму та цинізму, супроводжуючись ксенофобією та забобонами, і часто веде до дискримінації, соціальної ізоляції та зростання конфліктів та соціальної напруги [46].

Дослідження гнучкості в ситуаціях невизначеності виявляють чотири ключові аспекти, які складають її комплексний вимір: 1) толерантність як психофізіологічна стійкість, оцінює як тілесні та психічні механізми сприяють адаптації до стресових ситуацій; 2) толерантність як інтегральна характеристика особистості, формується під впливом соціальних і психологічних чинників та сприяє розвитку внутрішньої гармонії; 3) толерантність як система цінностей, що впливає на ставлення до різноманітності у суспільстві; 4) соціологічний аспект толерантності, аналізує вплив соціальних структур і культурних контекстів на її формування серед населення. Перелічені аспекти спільно впливають на загальний рівень толерантності до невизначеності, особливо через роль емоційного інтелекту як регулятора емоційної реакції на нестабільність, допомагаючи людині справлятися з непередбачуваними ситуаціями і формувати поведінку у різних життєвих контекстах [25].

Ю. Мельник у своїх дослідженнях визначає дві основні стратегії взаємодії з невизначеністю: адаптивну та дезадаптивну. Адаптивний підхід включає успішне впорядкування невизначених ситуацій, сприяючи внутрішньому зміцненню особистості та покращенню якості життя через розвиток відчуття контролю, що призводить до особистісного зростання,

оскільки індивід активно адаптується та перетворює невизначеність на можливість для самовдосконалення. Навпаки, дезадаптивна стратегія може призвести до руйнування життєвого простору та психічних деформацій, викликаючи стрес, зниження психічного здоров'я та соціальне дисфункціонування. Здатність адаптуватися у непевних ситуаціях визначає, чи буде взаємодія з невизначеністю сприяти благополуччю, чи призведе до серйозних труднощів [33].

Згідно з даними наукового дослідження в 2022 році, толерантність до невизначеності становить ключовий елемент адаптаційного потенціалу керівників у сфері бізнесу, оскільки вона включає здатність приймати обґрунтовані рішення швидко, без тривалих періодів роздумів, покладатися на власну інтуїцію та бути готовим відступити від раніше запланованих стратегій дій. Позитивне або нейтральне сприйняття невизначеної ситуації може стати рушієм для продуктивного використання таких обставин з метою розвитку бізнесу в кризових зовнішніх умовах та виявлення нових життєвих та професійних можливостей [10].

У контрасті, інтолерантність до невизначеності, яка проявляється як диспозиційний страх перед невідомим, спонукає керівників до прийняття дезадаптивних моделей поведінки під час ухвалення критичних рішень, що може обмежити їхню здатність ефективно навігувати у складних, нестабільних умовах та зменшити гнучкість та інноваційний потенціал в управлінні організацією [10].

Результати дослідження 2022 року серед працівників комерційних організацій в умовах війни виявили значні проблеми у сфері психічного здоров'я. Більшість респондентів проявляли високий рівень негативних психічних станів, таких як ригідність та тривожність, в той час як менше третини мали високий рівень позитивного психічного здоров'я. Лише близько однієї п'ятої частини учасників виявили високу толерантність до невизначеності, що свідчить про потенціал для розвитку цієї властивості,

особливо в умовах військового конфлікту. Аналіз показав, що негативні психічні стани знижують, а позитивне психічне здоров'я підвищує толерантність до невизначеності. Зокрема, високий «внутрішній локус контролю здоров'я» позитивно впливає на толерантність до невизначеності [21].

Емоційний інтелект слугує фундаментом для розвитку толерантності до невизначеності, що є невід'ємною частиною сучасної корпоративної культури в автомобільній індустрії та особливо актуально у контексті повномасштабного вторгнення, яке спричинило стан постійної невизначеності, змушуючи спеціалістів приймати стратегічні рішення в умовах високого ризику, нестабільності та обмеженої інформації. Здатність ефективно управляти емоціями в таких умовах може значно сприяти знаходженню нових можливостей та швидкій адаптації до змінюваних вимог ринку [56].

Адаптивність до змін відіграє ключову роль у професійному розвитку і ефективності працівників, особливо в таких галузях, як продаж автомобілів, де динаміка ринку та поведінка споживачів постійно змінюються.

Значення толерантності до невизначеності для продавців автомобілів проявляється в наступному: а) адаптація до змінних умов ринку, здатність швидко адаптуватися до нових трендів, цінових коливань і конкурентного тиску є необхідною для успіху у продажах; б) управління очікуваннями клієнтів, ефективна взаємодія з клієнтами, які можуть мати різноманітні та часто змінні очікування від продукту і сервісу; в) робота зі складними ситуаціями, тобто вміння маневрувати у складних переговорах та при вирішенні конфліктів; г) інноваційний підхід до продажів, впровадження новаторських стратегій для просування продуктів та залучення клієнтів; д) емоційна стійкість, тобто здатність зберігати позитивний настрій і швидко відновлюватися після невдач, що є критично важливим у висококонкурентному середовищі продажів [55].

Емоційний інтелект та витривалість в умовах невизначеності тісно пов'язані, оскільки обидва визначають здатність особистості адекватно реагувати на зовнішні виклики, керувати власними емоціями і мотивувати себе. Особистості з високим рівнем емоційного інтелекту зазвичай краще адаптуються до нестабільних умов та можуть ефективніше взаємодіяти з колегами, використовуючи свої навички спілкування і емпатії [30].

Розвиток толерантності до невизначеності та емоційного інтелекту може значно покращити професійні здібності працівників, особливо в сферах, де необхідні високий рівень міжособистісної взаємодії та адаптація до динамічних умов, а невизначеність життя може призводити до негативних наслідків, таких як ригідність і страх перед змінами, що обмежує особистісний розвиток. Толерантність до невизначеності є ключовою для розвитку життєстійкості, дозволяючи ефективно адаптуватися до змін, подолати труднощі і відкривати нові можливості для особистісного зростання [51].

Розвинена адаптивність до змін є ключовою для ефективного вибору стратегії подолання екзистенційної тривоги, що виникає через непевність майбутнього, вона допомагає індивідам ефективно орієнтуватися серед складних викликів життя. Емоційний інтелект підтримує розвиток толерування невизначеності, що є важливою частиною корпоративної культури, особливо у контексті постійної невизначеності через повномасштабне вторгнення, допомагаючи спеціалістам приймати стратегічні рішення в умовах високого ризику та обмеженої інформації. Здатність ефективно управляти емоціями в таких умовах сприяє відкриттю нових можливостей та швидкій адаптації до змінюваних вимог ринку [50].

Дослідники звертають увагу на те, що люди з високим рівнем емоційного інтелекту обирають стратегії, орієнтовані на вирішення проблем, що виглядає парадоксально. Адже можна було б очікувати, що вони більше зосереджуватимуться на управлінні своїми емоціями. Однак, можливо, такий вибір пояснюється тим, що в стресових ситуаціях у людей з високим

емоційним інтелектом активізується раціональний компонент — здатність розуміти емоції, що й допомагає вирішити проблему. У той же час, у людей з низьким рівнем емоційного інтелекту більше вмикається регулятивний компонент — здатність управляти емоціями, що пов'язано з бажанням знизити дискомфортні відчуття. Також низький рівень емоційного інтелекту більше призводить до зациклення на стресових переживаннях, що змушує їх застосовувати стратегії для зниження цього стресу [14; 27].

Як бачимо, складові емоційного інтелекту та толерантності до невизначеності взаємопов'язані, підсилюють одна одну, сприяють адаптації та зниженню стресу в умовах невизначеності.

У професійній діяльності продавців автомобілів емоційний інтелект проявляється через здатність до емоційної саморегуляції, самоусвідомлення, самомотивації, емпатії та соціальних навичок, які позитивно впливають на ефективність роботи. Саморегуляція допомагає контролювати емоційні реакції, підтримуючи професійний підхід; самосвідомість сприяє прийняттю обґрунтованих рішень і гнучкій адаптації; самомотивація підтримує продуктивність, а емпатія й соціальні навички дозволяють вибудовувати довірливі відносини з клієнтами. Таким чином, прояви емоційного інтелекту забезпечують не лише ефективність у роботі, але й стійкість до невизначеності — вагому перевагу в умовах динамічного ринку.

1.3. Підходи до розвитку емоційного інтелекту продавців автомобілів.

У сучасному світі, де зміни є невід'ємною частиною ділового середовища, організації постійно стикаються з новими викликами. У цьому контексті співробітники з високим рівнем емоційного інтелекту демонструють кращу адаптацію до змін, підвищену продуктивність та зосередженість на досягненні цілей.

Розвиток емоційного інтелекту дає можливість людині об'єктивно оцінювати себе та інших у процесі взаємодії, розпізнавати внутрішньоособистісні та міжособистісні конфлікти, знаходити способи їх вирішення та самостійно формувати стратегії для досягнення своїх цілей. Ці навички відіграють ключову роль у професійному зростанні особистості, а основою для функціонування емоційного інтелекту є саме емоційний досвід [4].

Українська науковиця М. Шпак виділяє 5 рівнів розвитку емоційного інтелекту.

1. Фізіологічний рівень – емоційний інтелект виявляється через базові емоційні реакції та їхнє вираження.

2. Когнітивний рівень – проявляється через здатність осмислювати та регулювати власні емоції та емоції інших, що включає усвідомлення, саморефлексію та контроль.

3. Соціопсихологічний рівень – проявляється через вміння керувати емоціями в соціальних взаємодіях та створювати ефективне спілкування, включаючи емпатію, комунікаційні та кооперативні навички.

4. Креативно-суб'єктний рівень – акцентується на зв'язку між емоційною креативністю особистості та її здатністю до антиципації і внутрішнього обмірковування, включає здатність передбачати емоційні реакції та готовність адаптуватися до емоційних ситуацій на основі внутрішнього емоційного балансу. Емоційна креативність виявляється у здатності генерувати нові, ефективні та автентичні емоційні реакції, що сприяє більш гармонійному емоційному середовищу.

5. Верхній рівень розвитку емоційного інтелекту – екзистенційно-духовний, включає глибоке розуміння та інтеграцію духовних переживань, таких як істина, добро та краса, в особистісну сферу, сприяє розвитку ціннісно-сміслової перцепції та емпатії, дозволяючи особистості більше з'єднуватись із світом та іншими людьми.

Таким чином, емоційний інтелект розвивається через різноманітні рівні психічного відображення, які разом формують структуровану ієрархічну систему [52].

Деякі педагогічні психологи пропонують використовувати термін «емоційна компетенція» замість «емоційний інтелект», адже, це поняття підкреслює можливість навчання та розвитку емоційних навичок через цілеспрямовану освіту та виховання. К. Саарні зокрема вказує на необхідність розвитку емоційної компетенції як набору вмінь, які дозволяють адекватно функціонувати в ситуаціях міжособистісного спілкування [68].

Емоційна компетенція включає в себе такі здатності.

- 1) Розпізнавати власні та чужі емоції, що включає розуміння того, що відбувається на емоційному рівні як з самим собою, так і з іншими.
- 2) Регулювати емоції, тобто здатність контролювати та керувати своїми емоціями, щоб вони сприяли позитивному взаємодії з іншими.
- 3) Використовувати емоції для ефективного спілкування – здатність виражати свої почуття таким чином, щоб вони були зрозумілі і прийнятні для інших.
- 4) Застосувати емоції для досягнення цілей. Наприклад, використання емпатії для зміцнення взаємин або мотивації для подолання перешкод.

Підхід до розвитку емоційної компетенції як частини освітнього процесу може включати спеціальні програми та ініціативи, що сприяють розвитку необхідних вмінь і знань для керування емоціями в різноманітних життєвих ситуаціях [68].

Вчені вважають, що емоційний інтелект формується під впливом вроджених (біологічних) та соціальних (набутих) факторів. До біологічних належать такі фактори, як рівень емоційного інтелекту батьків, спадкові особливості емоційної чутливості, темперамент, та індивідуальні особливості обробки інформації. Соціальні фактори включають розвиток самосвідомості,

впевненість у своїх емоційних навичках, рівень освіти батьків, сімейний дохід, гармонійні стосунки між батьками, андрогінність, зовнішній локус контролю та релігійність. Розвиток емоційного інтелекту важливий для адаптації людини, покращення взаємодії з іншими, та формування позитивної поведінки. Вищий рівень емоційного інтелекту допомагає зменшити деструктивні поведінкові тенденції. Дослідження показують, що з віком емоційний інтелект зростає, особливо в юності та зрілому віці, тоді як у дітей він є нижчим. Для розвитку емоційного інтелекту практичні психологи можуть використовувати тренінги, які мають бути науково обґрунтованими, системними та враховувати вікові й індивідуальні особливості учасників [28].

Емоційний інтелект відіграє ключову роль у здатності особистості розуміти та керувати власними емоціями та емоціями оточуючих. Таке важливе вміння значно поліпшує комунікацію та взаємодію в колективі, підвищуючи загальну продуктивність і сприяючи ефективній роботі команди.

У контексті автомобільного ринку, процес прийняття рішення про купівлю значною мірою залежить не тільки від характеристик транспортного засобу, але й від емоційного сприйняття покупцем процесу купівлі. Якість взаємодії з персоналом автосалону, атмосфера комфорту та довіри, а також чіткість організації продажу можуть впливати на остаточне рішення клієнта. Врахування цих факторів та зосередження уваги на вдосконаленні навичок емоційного інтелекту серед менеджерів може значно покращити враження клієнтів і сприяти збільшенню продажів [49].

Прийняття рішення про купівлю автомобіля включає не тільки оцінку характеристик самого транспортного засобу, але й суб'єктивні відчуття покупця, що формуються на основі рівня комфорту в автосалоні, ефективності організації робочих процесів, та професіоналізму персоналу. Зазначені фактори відіграють ключову роль у формуванні позитивного враження та стимулюють покупця до придбання.

Дослідження особистісних якостей менеджерів з продажу автомобілів підтвердило тісний зв'язок між їх професійною ефективністю та індивідуальними характеристиками. Аналіз показав, що успішні продавці зазвичай вирізняються комунікабельністю, інтелектуальністю, лідерськими здібностями, емоційною стійкістю та самостійністю, а також здатністю завершувати розпочаті проекти [19].

Цікаво, що ці ж особистості часто відрізняються низьким рівнем конформності, тобто меншою схильністю сліпо слідувати усталеним правилам та нормам, що може створювати виклики в стандартних ситуаціях, але завдяки їх здатності до гнучкого мислення та адаптації, вони ефективно долають труднощі. Такі висновки підкреслюють важливість врахування цих якостей при наймі нових співробітників до автосалону та відкривають можливості для кандидатів, які на перший погляд можуть здаватися неідеальними, але мають потенціал до професійного росту завдяки відповідним особистісним якостям [19].

Розвиток емоційного інтелекту підсилює здатність продавців розуміти та управляти емоціями — власними та клієнтів, допомагає налагоджувати відносини, підвищує ефективність роботи та виконання ключових задач, зокрема встановлення довіри та створення аутентичного брендингу. Розвиток цих навичок веде до покращення продажів і дозволяє будувати довготривалі стосунки з клієнтами. Наприклад, емпатія сприяє якісному обслуговуванню клієнтів, а самоконтроль забезпечує надійність [49].

Для ефективної емпатії важливо впроваджувати процеси, що трансформують зворотний зв'язок від клієнтів у конкретні дії. Продавці мають не лише слухати клієнтів, але й оперативно реагувати на їхні потреби та очікування, створюючи алгоритми для швидкого впровадження змін на основі отриманої інформації. Такий підхід стає вирішальним фактором у формуванні міцних відносин з клієнтами та підтримці їхньої лояльності [2].

Високий рівень емоційного інтелекту є критично важливим для керівника компанії з продажу автомобілів, оскільки сприяє мотивації підлеглих до ефективної та якісної роботи. Керівник, який має труднощі з комунікацією та діловими відносинами, може негативно впливати на успіх компанії, що призводить до зниження мотивації, зростання конфліктів та втрати часу. Сучасний лідер повинен володіти не тільки високими когнітивними здібностями, але й такими якостями, як уважне слухання, здатність вирішувати конфлікти, переконувати та брати на себе відповідальність [2].

Лідерство в автосалоні полягає не лише в управлінні персоналом, але й у розкритті їхнього потенціалу через досягнення реальних результатів. Ефективний керівник повинен вміти передбачати потреби клієнтів, володіти комунікаційними навичками для задоволення їхніх запитів, водночас збалансовуючи інтереси компанії. Знання продукту та вміння знаходити підхід до клієнтів є ключовими для успішного управління в умовах конкурентного ринку [41].

Професійні якості керівника визначаються його вмінням ставити чіткі завдання, розставляти пріоритети, розвивати потенціал співробітників і ефективно використовувати сильні сторони команди для досягнення результатів. Емоційний інтелект є важливим інструментом лідера, адже він дозволяє управляти як власними емоціями, так і емоціями членів команди. Це сприяє формуванню позитивного робочого клімату, зниженню рівня стресу, ефективному вирішенню конфліктів і підвищенню продуктивності. Успішне лідерство нерозривно пов'язане з розвитком емоційного інтелекту, який допомагає реалізовувати стратегічні цілі організації [70].

У наукових дослідженнях підкреслюється важливість емоційного інтелекту в управлінні міжособистісними відносинами та створенні продуктивної робочої атмосфери. Лідер, розуміючи стресові ситуації, з якими стикаються співробітники, здатний надавати їм необхідну підтримку,

застосовуючи професійні підходи до вирішення конфліктів, що водночас сприяє збереженню психологічного здоров'я персоналу [6].

Керівництву важливо зосередитися на розвитку навичок співробітників через особистісні тренінги та регулярні зустрічі, спрямовані на управління їхніми міжособистісними «сліпими плямами», що може включати навчання здатності до саморефлексії та глибокого розуміння впливу власних дій на інших. Лідеру варто обговорювати з працівником причини негативної поведінки та пропонувати стратегії для кращого управління подібними ситуаціями в майбутньому, підкреслюючи значення емпатії та психологічної безпеки в командах. Такий підхід сприяє створенню високоефективних колективів. Лідери повинні навчатися розуміти своїх підлеглих і формувати відносини довіри та взаємоповаги, що є ключовими для успішної роботи [6].

Володіння вміннями успішного спілкування з клієнтами та підтримка репутації надійного співробітника є індикаторами високого професіоналізму. Проте варто зауважити, що сама наявність емоційного інтелекту не гарантує автоматичне володіння потрібними емоційними навичками для роботи, це лише означає, що існує великий потенціал для навчання. Наприклад, людина може бути дуже емпатичною, але це не означає, що вона вже має практичні навички, засновані на вмінні, які дозволяють їй ефективно взаємодіяти з клієнтами або бути високоефективним менеджером з продажу [24].

Д. Гоулмен у своїй книзі «Емоційний інтелект у бізнесі» зазначає, що існують дві основні моделі фахової компетентності. Перша з них фокусується на порогових професійних якостях, які необхідні для базового успішного виконання робочих завдань на певній посаді – це мінімальний набір навичок, що забезпечують здатність справлятися з основними обов'язками. Друга модель акцентує увагу на виняткових здібностях, які виділяють висококваліфікованих фахівців серед середнього рівня, описуючи ті навички, що потрібні для виконання роботи на вищому рівні. Перелік вмінь та навичок часто не відображає реального внеску кожного з компонентів у загальний

успіх, це говорить, що певні когнітивні здібності можуть бути значно важливішими, ніж деякі емоційні вміння, або навпаки. Дослідження демонструють, що у високоефективних працівників когнітивні здібності на 27% вищі, порівняно з їх колегами середнього рівня, тоді як високі емоційні навички зустрічаються на 53% частіше. Емоційні вміння мають подвійне значення для досягнення високих професійних результатів у порівнянні з інтелектом та досвідом [9].

Отже, моделі фахової компетентності підкреслюють, що саме емоційні навички є ключовими для успіху в сучасному бізнес-середовищі. Базові професійні якості забезпечують виконання основних завдань, тоді як емоційний інтелект дозволяє працівникам виділятися, ефективно діяти в умовах стресу і невизначеності та вибудовувати якісні відносини з клієнтами й колегами. У розвитку емоційного інтелекту ми можемо спиратися на зазначені моделі фахової компетентності, оскільки вони розкривають комплекс навичок, який включає як когнітивні, так і емоційні аспекти. Завдяки цьому можливо збалансувати як базові, так і виняткові здібності, що допомагає формувати ефективних фахівців. Такий підхід обґрунтовано тим, що успішна професійна діяльність вимагає не лише технічних знань, а й високого рівня саморегуляції, емпатії та соціальної гнучкості, що забезпечує інтеграцію емоційних навичок у загальну систему професійної компетентності.

Формування нової звички вимагає заміни старої, автоматизованої реакції на нову модель поведінки. Основним етапом у цьому процесі є втрата старою звичкою свого домінуючого статусу реакції, коли вона замінюється новою. Зміна глибоко вкорінених переконань та асоційованих з ними цінностей є значно складнішою, ніж адаптація робочих звичок. Розвиток таких якостей, як прагнення до досягнень, старанність, привітність, можливий, але це тривалий процес. Оволодіння цими рисами є складним завданням, особливо коли йдеться про зміну внутрішніх переконань. Ті, хто здатні реагувати на емоції та почуття інших, надавати корисний зворотний зв'язок та вловлювати потреби

оточення, справляються з цим завданням легше, оскільки вони вже володіють необхідними навичками. Натомість особам, що ще повинні навчитися розуміти інших, належить зіткнутися з більшими викликами, адже це вимагає значних та послідовних зусиль [18].

Наприклад, компанія «Віннер» активно навчає своїх працівників важливості правильного ставлення до викликів і можливостей. Вони вчать, що робота над вирішенням проблем може перетворити співробітника на «хорошого», але робота над розвитком і використанням перспективних можливостей зробить його «найкращим». При цьому підкреслюється, що намагання бути «на всі руки майстром» може призвести лише до посередності. Компанія також вважає, що кожна скарга від клієнта є можливістю для поліпшення сервісу. Вони вірять, що вирішення скарг допомагає перетворити клієнтів у лояльних прихильників бренду на все життя, розглядаючи проблеми як цінні можливості [41].

Сучасні американські дослідники підкреслюють важливість балансу між аналітичним і емоційним інтелектом у менеджменті, наголошуючи, що справжнє мистецтво ефективного управління полягає не тільки в холодному розрахунку та логіці, але й у здатності вести за собою людей, враховуючи їхні емоційні потреби, що включає:

- 1) комбінацію навичок – використання аналітичного інтелекту для обробки інформації та емоційного інтелекту для розуміння і керування емоціями;
- 2) лідерство та взаємодію – використання емоційного інтелекту для встановлення стійких стосунків з командою, мотивації та управління конфліктами;
- 3) проблеми та рішення – аналітичний інтелект сприяє розв'язанню проблем, а емоційний інтелект допомагає зберігати зв'язок з командою та враховувати їхні емоційні потреби;

4) управління змінами – адаптація до змін вимагає від менеджера емоційного інтелекту для керування стресом і підтримки команди в умовах невизначеності [66].

Новітні технології, зокрема такі як ChatGPT від OpenAI, безперервно еволюціонують та вдосконалюються у своїй взаємодії з користувачами, успішно імітуючи «людський відтінок» у діалогах, що сприяє підвищенню якості комунікації та створенню глибших зв'язків. У цьому контексті, люди з високим рівнем емоційного інтелекту стають незамінними, оскільки вони можуть вирішувати проблеми клієнтів, адекватно реагувати на запитання та керувати їхніми очікуваннями. Попри значний обсяг інформації, який можуть надати розумні системи, вони часто не спроможні досягнути емпатії та теплоти, які забезпечує реальна людська взаємодія [2].

Також важливо відзначити, що сучасні технології відіграють ключову роль у покращенні спілкування між продавцями та клієнтами у сфері продажу автомобілів. Використання віртуальної та розширеної реальності дозволяє створювати захоплюючі віртуальні тури по автосалонах, де клієнти можуть в режимі онлайн детально ознайомитися з моделями автомобілів, їхніми функціями та інтер'єром. Сучасні продавці активно використовують інтерактивні екрани та планшети для демонстрації характеристик автомобілів, порівняння моделей та надання розгорнутої інформації про доступні опції. Інтернет-платформи дозволяють покупцям вибирати автомобілі, отримувати онлайн-консультації та здійснювати покупки авто через інтернет, що допомагає автомобільним компаніям залишатися конкурентоспроможними, покращувати взаємодію з клієнтами та адаптуватися до сучасних вимог ринку і очікувань споживачів [2].

Таким чином, зростаючий суспільний інтерес до емоційних аспектів життя підкреслює важливість розвитку емоційного інтелекту як ключового чинника адаптації до швидкозмінних умов сучасного світу. Комплексний підхід до його розвитку, що об'єднує освітні програми, моделі фахової

компетентності та вдосконалення емоційної компетентності, сприяє ефективному управлінню стресом, розширює професійні можливості, покращує кар'єрні перспективи та формує здатність адекватно реагувати на емоційні виклики. Таким чином, розвиток емоційного інтелекту має стратегічне значення для досягнення професійної ефективності, особистісної гармонії та самовдосконалення.

Висновки до розділу 1.

1. Емоційний інтелект визначається як сукупність навичок, що дозволяють людині розпізнавати, розуміти й управляти власними емоціями та емоціями інших людей. Він складається з внутрішньоособистісного аспекту, спрямованого на самоаналіз і регулювання власної поведінки, та міжособистісного, який охоплює розуміння інших і вибір оптимальних способів співпраці. Обидва аспекти є основою для гармонійного розвитку особистості та ефективної взаємодії у соціальному середовищі.

2. Прояви емоційного інтелекту в професійній діяльності продавців автомобілів зумовлені ситуаційним контекстом, включають здатність до усвідомлення власних почуттів, саморегуляції, самомотивації, емпатії та комунікативних вмінь. Самоусвідомлення сприяє прийняттю обґрунтованих рішень та гнучкості, саморегуляція дозволяє контролювати емоції в стресових ситуаціях, самомотивація підтримує ефективність, а емпатія і соціальні навички допомагають формувати довірливі відносини з клієнтами. Завдяки цьому емоційний інтелект забезпечує не лише ефективність, але й стійкість до невизначеності — вагому перевагу в умовах динамічного ринку. Емоційний інтелект і толерантність до невизначеності взаємно доповнюють одне одного, підтримуючи адаптивність у професійній діяльності.

3. Підходи до розвитку емоційного інтелекту базуються на трьох основних концепціях. 1. Концепція емоційної компетентності передбачає можливість розвитку емоційного інтелекту через освітні програми та тренінги, орієнтовані на саморегуляцію, емпатію та мотивацію, що забезпечують

емоційну стабільність і конструктивну взаємодію. 2. Моделі фахової компетентності розрізняють базові та виняткові професійні якості, підкреслюючи важливість розвитку виняткових емоційних навичок як чинників професійної переваги. 3. Рівні розвитку емоційного інтелекту відображають етапи ускладнення емоційної компетентності від базових реакцій до екзистенційно-духовного рівня, що інтегрує ціннісні та духовні аспекти. Таким чином, розвиток емоційного інтелекту здійснюється через комплексний підхід, який об'єднує освітні заходи, професійні моделі та поступове вдосконалення емоційної компетентності, що забезпечує професійну ефективність і особистісну гармонію.

Перший розділ сформував теоретичну основу для подальшого емпіричного дослідження, підкресливши значущість емоційного інтелекту для професійної успішності, особливо в умовах клієнтоорієнтованої роботи та високої конкуренції у сфері продажу автомобілів.

РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ У ПРОДАВЦІВ АВТОМОБІЛІВ

2.1. Методичне забезпечення та організація емпіричного дослідження емоційного інтелекту продавців автомобілів

На основі аналізу досліджених матеріалів ми зробили висновок, що емоційний інтелект у професійній діяльності, особливо в такій специфічній сфері, як продаж автомобілів, залишається недостатньо вивченим. Хоча існують дослідження, що розглядають вплив емоційного інтелекту на професійну ефективність загалом, конкретні аспекти його ролі у продажах автомобілів досліджено обмежено.

З огляду на це, ми вирішили провести емпіричне дослідження, щоб краще зрозуміти, як рівень емоційного інтелекту пов'язаний з особливостями здійснення професійної діяльності продавців автомобілів, особливо в умовах, що вимагають високої адаптивності. **Наша перша гіпотеза полягає в тому, що продавці автомобілів зі стажом роботи до 5 років мають нижчий рівень емоційного інтелекту порівняно з колегами з більш тривалим досвідом роботи.**

Додатково до дослідження емоційного інтелекту, ми вирішили дослідити і толерантність до невизначеності продавців автомобілів, оскільки цей аспект тісно пов'язаний із одним із ключових компонентів емоційного інтелекту — управлінням емоціями. В умовах невизначеності, як у професійному середовищі загалом, так і в роботі з клієнтами, здатність контролювати свої емоції відіграє вирішальну роль.

У продажах автомобілів, де ситуації невизначеності постійно виникають через взаємодію з різними типами клієнтів, необхідність прийняття швидких рішень та зміни зовнішніх обставин, здатність регулювати свої емоції є важливим чинником успішної професійної діяльності. Тому ми припускаємо, що рівень толерантності до невизначеності буде прямо корелювати з рівнем

емоційного інтелекту продавців автомобілів. Дослідження цієї взаємодії допоможе краще зрозуміти, як емоційний інтелект сприяє здатності продавців керувати своїми емоціями в умовах невизначеності, зокрема в роботі з клієнтами.

Дослідження було проведено на базі ТОВ "ТОРГОВО-СЕРВІСНИЙ ЦЕНТР «АВТОЕКСПО» протягом березня-квітня 2024 року. Участь у дослідженні взяли 42 продавці автомобілів, 23 чоловічої та 19 жіночої статі, середній вік опитаних 30-45 років, дані відображені на рис.2.1.

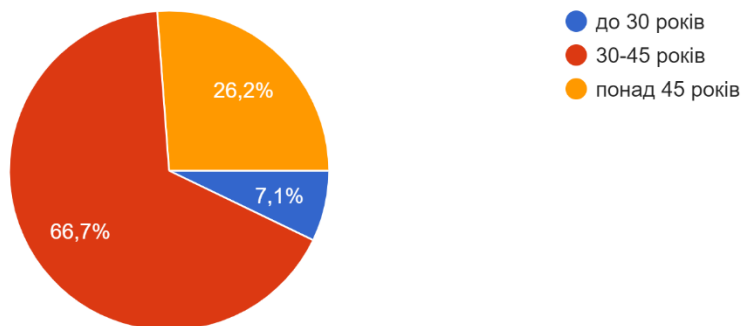


Рис.2.1. Віковий розподіл у вибірці (%)

При чому більшість опитаних мала досвід роботи у сфері продажів автомобілів – до 5 років, дані подані на рис.2.2.

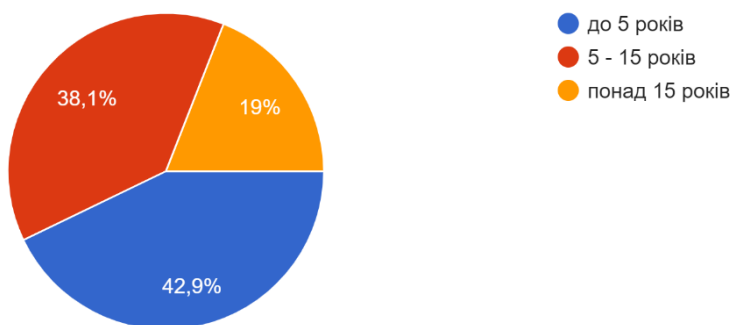


Рис.2.2. Розподіл трудового стажу у сфері продажів автомобілів серед опитаних (%)

Для збору даних було використано онлайн-опитування через Google Forms, що дозволило охопити респондентів з різним досвідом у сфері продажу автомобілів.

Обробка та аналіз зібраних даних проводилися за допомогою програми SPSS версії 22.0. Розраховано середні значення, мода, медіана, стандартне відхилення та коефіцієнт варіації. Дослідження зосереджувалось на виявленні кореляцій між емоційним інтелектом та толерантністю до невизначеності продавців автомобілів і включало такі етапи:

1. Підготовчо-пошуковий етап – присвячений аналізу літератури та методичних матеріалів з вибраної проблематики. В ході цього етапу проведено огляд теоретичних джерел, що дозволило визначити загальний напрям дослідження, вибрати наукові методики для подальшої роботи та сформулювати гіпотези. Крім того, окреслено основні завдання дослідження, а також методологічні та теоретичні засади аналізу.

2. Емпірично-аналітичний етап – збір первинних даних через емпіричні методи, такі як опитування. Дані були зібрані з метою підготовки до глибокого аналітичного дослідження, що дозволило провести об'єктивний аналіз зібраного матеріалу.

3. Обробка та узагальнення отриманих результатів включала статистичний аналіз зібраних даних. За допомогою методів дескриптивної статистики було визначено основні показники, такі як середнє значення, мода, медіана, стандартне відхилення та коефіцієнт варіації. Враховуючи нашу гіпотезу, основна увага була зосереджена на аналізі відмінностей у рівнях емоційного інтелекту залежно від тривалості професійного досвіду, що дозволило дослідити вплив стажу роботи на розвиток емоційних навичок, що в свою чергу, є важливим фактором успішної взаємодії з клієнтами та ефективної роботи в умовах змін у сфері продажу автомобілів. Такий підхід дозволив перевірити висунуту гіпотезу та сформулювати висновки за результатами дослідження. Окрім того, було проведено аналіз кореляційних

зв'язків між рівнями емоційного інтелекту та толерантністю до невизначеності серед працівників автосалонів.

Для вибору емпіричних методів дослідження емоційного інтелекту та толерантності до невизначеності серед продавців автомобілів, нами були використані перевірені та стандартизовані дослідницькі інструменти. Це забезпечило точне вимірювання та аналіз емоційного інтелекту в контексті професійної діяльності учасників дослідження, сприяючи надійності та валідності отриманих результатів.

Інструментом для оцінки емоційного інтелекту, стала Методика оцінювання емоційного інтелекту Г. Голла, відома своєю ефективністю у діагностиці комплексних аспектів емоційного сприйняття та управління. Методика базується на змішаній моделі емоційного інтелекту, що дозволяє комплексно оцінити як загальні, так і специфічні компоненти емоційної компетентності. Опитувальник, який використовувався в рамках цієї методики, містить 30 тверджень, що розділені на п'ять основних шкал (складників емоційного інтелекту). Кожна шкала дозволяє визначити не лише загальний рівень емоційного інтелекту, але й окремі його аспекти: 1) емоційна обізнаність (пункти 1, 2, 4, 17, 19, 25 тесту); 2) управління власними емоціями (пункти 3, 7, 8, 10, 18, 30 тесту); 3) самомотивація (пункти 5, 6, 13, 14, 16, 22 тесту); 4) емпатія (пункти 9, 11, 20, 21, 23, 28 тесту); 5) розпізнавання емоцій інших людей (пункти 12, 15, 24, 26, 27, 29 тесту). Шкала відповідей на запитання опитувальника складається з шести варіантів відповідей: «повністю не згоден» (-3 бали), «в основному не згоден» (-2 бали), «частково не згоден» (-1 бал), «частково згоден» (+1 бал), «в основному згоден» (+2 бали), «повністю згоден» (+3 бали). Автор виокремлює три рівні парціального емоційного інтелекту за кожною зі шкал: низький рівень – 7 балів і менше, середній – 8–13 балів та високий – 14 балів і більше; та інтеграційний рівень емоційного інтелекту з урахуванням значення шкал визначається за

наступними кількісними показниками: 70 і більше балів – високий, 40-69 балів – середній, 39 і менше балів – низький [1].

Для оцінки толерантності до невизначеності в рамках нашого дослідження було обрано Опитувальник для виявлення толерантності до невизначеності С. Баднера (Intolerance of Ambiguity Scale). Цей інструмент складається з 16 тверджень, кожне з яких респонденти оцінювали за шкалою згоди чи незгоди. Опитувальник розроблено таким чином, що дозволяє оцінити два основних фактори: толерантність та інтолерантність до невизначеності. Кожне твердження має на меті визначити ставлення особи до ситуацій, що мають неоднозначну природу, а також їхню здатність адаптуватися до змін і нестабільності без значного рівня стресу. Респонденти вибирали одну з відповідей: 1. Категорично не згодний; 2. Майже не згодний; 3. Скоріше не згодний; 4. Невизначене ставлення; 5. Скоріше згодний; 6. Майже згодний; 7. Цілком згодний. При обробці результатів парні пункти обраховувались, відповідно до інструкції, за зворотною шкалою, що мало наступний вигляд. Пряма шкала: 1 – категорично не згодний; 2 – майже не згодний; 3 – скоріше не згодний; 4 – невизначене ставлення; 5 – скоріше згодний; 6 – майже згодний; 7 – цілком згодний. Зворотна шкала: 7 – категорично не згодний; 6 – майже не згодний; 5 – скоріше не згодний; 4 – невизначене ставлення; 3 – скоріше згодний; 2 – майже згодний; 1 – цілком згодний. Підрахунок суми балів по трьох субшкалах дає можливість з'ясувати основну причину інтолерантності до невизначеності: новизну, складність, нерозв'язність. Слід зазначити, що високий результат свідчить про високий ступінь інтолерантності (нетерпимості) до невизначеності, а середні значення коливаються від 44 до 48 балів [34].

Зазначений опитувальник дозволяє детально проаналізувати, як окремі особи реагують на невизначеність, що є критично важливим для розуміння їхньої поведінки в професійній діяльності.

Додатково до зазначених опитувальників нами були поставлені респондентам додаткові питання щодо їх віку, статі, трудового стажу в сфері продажів автомобілів, кількості проданих автомобілів в 2023 році та протягом останніх 3 років, кількості продажів автомобілів на 10 контактів з потенційними клієнтами та кількості нових клієнтів, що звертаються за рекомендаціями задоволених покупців.

Для аналізу зібраних даних у рамках нашого дослідження було застосовано комплексний підхід, який включав різноманітні статистичні методи, зокрема:

1. Методи описової статистики. Використання таких параметрів, як мода, медіана, середнє значення, стандартне відхилення та коефіцієнт варіації, дозволило нам отримати загальний опис зібраних даних та виявити основні тенденції і відхилення в розподілі змінних.

2. Дисперсійний аналіз (ANOVA). Цей метод був використаний для порівняння середніх значень між кількома групами. ANOVA дозволила оцінити, чи існують статистично значимі відмінності між групами респондентів, що могло б вказувати на вплив певних змінних (наприклад, вік або стаж роботи) на рівень емоційного інтелекту та толерантність до невизначеності.

3. Коефіцієнт кореляції Спірмена. Застосування рангової кореляції Спірмена допомогло визначити ступінь зв'язку між ранжованими змінними, наприклад, між рівнями емоційного інтелекту та толерантністю до невизначеності. Такий метод є корисним, коли дані не розподілені нормально або мають виражені викиди.

Усі процедури дослідження були виконані відповідно до професійно-етичних принципів. Учасникам гарантована конфіденційність особистої інформації та добровільність їхньої участі, що є стандартом для забезпечення етичності наукових досліджень, такі заходи допомогли створити довіру між

дослідниками та учасниками, а також сприяли чесності і точності наданих відповідей.

2.2. Аналіз даних та інтерпретація результатів емпіричного дослідження емоційного інтелекту продавців автомобілів.

Аналіз дескриптивної статистики використовується для первинного розуміння основних характеристик вибірки. В рамках нашого дослідження ми вибрали наступні статистичні показники для аналізу: середнє значення, яке вказує на центральну тенденцію даних; моду, яка показує найчастіше зустрічається значення або середнє значення найчастішого класу; медіану, що представляє серединне значення в упорядкованому ряду даних; стандартне відхилення, яке вимірює розкид даних від середнього значення та використовується для оцінки варіативності даних; та коефіцієнт варіації, що застосовується для визначення однорідності групи, особливо коли його значення перевищує 33%. Ці індикатори дозволяють оцінити розподіл даних у вибірці і є критично важливими для належного аналізу та інтерпретації результатів дослідження [26].

Розпочнемо аналіз із розгляду описової статистики показників емоційного інтелекту продавців автомобілів, оцінених за Методикою емоційного інтелекту Г. Голла. Узагальнені результати наведено в Таблиці 2.1.

Провівши аналіз описових статистик емоційного інтелекту, можемо зазначити наступне:

Емоційна обізнаність. Середній показник становить 9.24, що, разом із модою 13 та медіаною 10.5, вказує на середній загальний рівень усвідомлення співробітниками власних емоцій. Водночас високий показник моди свідчить про поширеність відносно високого рівня емоційної обізнаності серед значної кількості співробітників.

Управління емоціями у нашій вибірці характеризується середнім значенням 3.07, модою 6 та медіаною 4, що свідчить про загалом низький

рівень цього показника серед респондентів (низьким рівнем вважається значення до 7 балів). Це вказує на труднощі в контролі та регуляції емоцій, що може негативно позначитися на продуктивності, ефективності роботи та якості взаємодії з колегами. Аналіз показав, що найбільші труднощі в управлінні емоціями мають співробітники з меншим досвідом роботи (до 5 років).

Таблиця 2.1.

**Описові статистики показників емоційного інтелекту
співробітників компанії з продажу автомобілів
за Методикою емоційного інтелекту Г. Голла**

Показники	Критерії описової статистики				
	Середнє значення	Мода	Медіана	Стандарт. відхилення	Коеф. варіації
Емоційна обізнаність	9.24	13.00	10.50	5.90	50,3%
Управління емоціями	3.07	6.00	4.00	6.45	65,9%
Самомотивація	8.26	16.00	9.00	5.32	41,9%
Емпатія	9.09	12.00	10.00	5.53	44,1%
Розпізнавання емоцій інших	8.14	9.00	9.00	5.56	45,3%
Загальний показник	37.81	41.00	40.00	23.14	48%

Самомотивація. Середній показник 8.26, мода 16 і медіана 9 демонструють, що хоча загалом рівень самомотивації є лише середнім, існують окремі випадки високої самомотивації, які можуть вказувати на наявність лідерських якостей серед деяких працівників.

Емпатія. Середні значення 9.09, мода 12 та медіана 10 також підкреслюють середній рівень емпатії, це говорить про те, що продавці здебільшого здатні розуміти і співпереживати емоціям інших, що є важливим для командної взаємодії.

Розпізнавання емоцій інших. За цим показником співробітники також продемонстрували середній рівень із середнім значенням 8.14 та модою і медіаною 9, тобто співробітники здатні адекватно визначати емоції колег, що сприяє взаєморозумінню та згуртованості.

Загальний показник емоційного інтелекту становить 37.81 і відображає загальний середній рівень, що вказує на потенціал для розвитку цих навичок серед співробітників.

Високий коефіцієнт варіації в усіх категоріях понад 33% вказує на значну варіабельність в показниках, про неоднорідність групи та ненормальний розподіл даних, що свідчить про різний рівень розвитку емоційного інтелекту між співробітниками, що може бути ознакою потенційних проблем зі стабільністю робочого середовища, а також вимагає додаткових заходів щодо підтримки та навчання. Основні проблеми були виявлені в аспекті управління емоціями, де реєструється відносно низький рівень та може мати негативний вплив на продуктивність і міжособистісні взаємодії в колективі. Недостатній контроль емоцій призводить до конфліктів, зниження продуктивності та вимагає зосередження уваги на розробці та впровадженні програм підвищення емоційної компетентності.

Рисунок 2.3 ілюструє середні значення показника управління емоціями серед співробітників із різним стажем роботи. У працівників зі стажем до 5 років середнє значення (6.18) є нижчим порівняно з групами 5–15 років (10.06) та понад 15 років (9.00), що вказує на менш розвинені навички емоційної регуляції у менш досвідчених працівників.

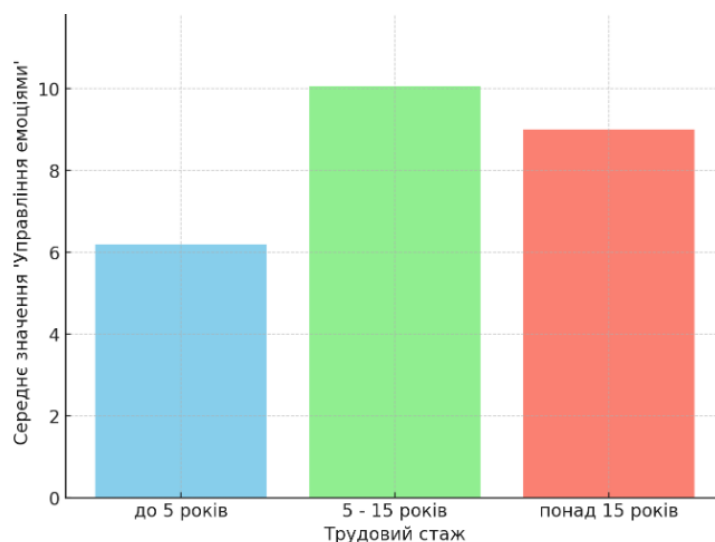


Рис.2.3 Середні значення показника «Управління емоціями» за різними групами трудового стажу.

Далі перейдемо до аналізу даних описових статистик показників толерантності до невизначеності співробітників компанії, що займається продажем автомобілів. Для цього використовуємо Опитувальник толерантності до невизначеності С. Баднера. Узагальнені результати викладено в Таблиці 2.2.

Використовуючи опитувальник С. Баднера для аналізу толерантності до невизначеності, ми отримали дані щодо різних його аспектів серед співробітників компаній, що займаються продажем автомобілів. Результати показали наступне:

Новизна. Середнє значення 15.98, при моді 17 та медіані 16.5, ілюструють високий рівень здатності співробітників адаптуватися до нових ситуацій. Наявність високих показників моди та медіани вказує на те, що значна кількість співробітників ефективно реагує на зміни та нові виклики.

Складність. Середнє значення 34.48 з модою 30 та медіаною 33 свідчить про високий рівень здатності продавців автомобілів аналізувати та обробляти складні задачі та ситуації.

Таблиця 2.2.

**Описові статистики показників толерантності до невизначеності
співробітників компанії з продажу автомобілів за
Опитувальником толерантності до невизначеності С. Баднера**

Показники	Критерії описової статистики				
	Середнє значення	Мода	Медіана	Стандарт. відхилення	Коеф. варіації
Новизни	15.98	17.00	16.50	3.16	19,8%
Складності	34.48	30.00	33.00	5.15	14,9%
Неможливість розв'язання	14.64	15.00	15.00	2.32	15,9%
Загальний результат	65.09	61.00	64.00	6.89	10,6%

Неможливість розв'язання. Середнє значення 14.64 з модою та медіаною 15 вказує, що співробітники знаходяться на верхній границі середнього рівня у вирішенні ситуацій, де чіткі рішення можуть бути неочевидні, що

демонструє їхню здатність знаходити вихід із обставин, які можуть здатися безвихідними.

Загальний результат. Середнє значення 65.09, мода 61 та медіана 64 підкреслюють, що загалом співробітники високо адаптивні і відкриті до роботи в умовах, де результати та процеси не завжди чітко визначені.

Отже, результати частково підтверджують гіпотезу, що продавці автомобілів зі стажем до 5 років мають нижчий рівень емоційного інтелекту, зокрема в аспекті управління емоціями, порівняно з досвідченішими колегами. Таким чином, це підкреслює необхідність розробки та впровадження спеціалізованого тренінгу для розвитку емоційного інтелекту та навичок емоційної регуляції, що сприятиме адаптації, підвищенню продуктивності та покращенню взаємодії в команді.

Результати опитувальника С. Баднера показують, що переважна більшість співробітників компанії виявляє високу адаптивність і здатність ефективно аналізувати та реагувати на складні та неоднозначні ситуації, це є показником міцного емоційного фундаменту та гнучкості, що є ключовими для успішної адаптації в динамічному бізнес-середовищі сучасності.

Коефіцієнти варіації для всіх показників толерантності до невизначеності є досить низькими, зі значеннями: 19,8% для новизни, 14,9% для складності, 15,9% для неможливості розв'язання, та 10,6% для загального результату. Ці показники свідчать про низьку варіабельність і високу однорідність розподілів показників серед співробітників, що вказує на наближення даних до нормального розподілу. Така однорідність є важливою, адже вона забезпечує більшу точність і надійність статистичних висновків при інтерпретації результатів опитування. З огляду на це, можна зробити висновок, що показники толерантності до невизначеності серед співробітників демонструють значну стабільність і узгодженість.

Додатково, ми використали метод кореляційного аналізу, щоб з'ясувати взаємозв'язки між показниками емоційного інтелекту та показниками

толерантності до невизначеності продавців автомобілів. Вибір способу аналізу впав на коефіцієнт рангової кореляції Спірмена (r -Спірмена), оскільки дані демонструють ненормальний розподіл. Даний метод дозволяє ефективно визначити ступінь статистичного зв'язку між ранжованими даними, які не вимагають нормального розподілу значень, тому ідеально підходить для нашого аналізу, деталі якого представлені у Таблиці 2.3.

На основі детального аналізу кореляційної матриці за допомогою рангового коефіцієнта кореляції Спірмена між показниками емоційного інтелекту та показниками толерантності до невизначеності серед продавців автомобілів можна визначити кілька значущих кореляційних зв'язків:

1. Виявлені позитивні кореляції між толерантністю до новизни та компонентами емоційного інтелекту, такими як «емоційна обізнаність» і «самотивація» ($p \leq 0.05$). Співробітники з високою емоційною обізнаністю краще адаптуються до змін, що сприяє ефективному управлінню стресом і підтриманню психологічного благополуччя. Висока самотивація, у свою чергу, допомагає працівникам просуватися вперед у складних ситуаціях, що підтримує як індивідуальну продуктивність, так і загальний успіх компанії.

2. Позитивна кореляція між толерантністю до складності та емпатією і здатністю розпізнавати емоції інших ($p \leq 0.01$) показує, що працівники з вищим рівнем цих характеристик легше справляються зі складними та непередбачуваними ситуаціями. Це підкреслює важливість емоційної чуйності та соціальної перцепції для ефективної адаптації та вирішення проблем.

3. Аналіз виявив позитивну кореляцію між толерантністю до неможливості розв'язання і рівнями емпатії та емоційного інтелекту ($p \leq 0.01$), що свідчить про здатність таких співробітників ефективніше справлятися зі стресовими ситуаціями. Високий емоційний інтелект сприяє творчому мисленню та знаходженню нестандартних рішень.

4. Толерантність до невизначеності корелює з емпатією і загальним рівнем емоційного інтелекту ($p \leq 0.01$) і вказує на те, що працівники з високим

емоційним інтелектом легше адаптуються до нестабільності, демонструють більшу гнучкість у прийнятті рішень і ефективніше взаємодіють із командою, що сприяє успішному функціонуванню в умовах невизначеності.

Таблиця 2.3

Кореляційні зв'язки між показниками емоційного інтелекту та показниками толерантності до невизначеності співробітників компанії з продажу автомобілів за коефіцієнтом рангової кореляції Спірмена

Емоційний інтелект \ Толерантність до невизначеності	Новизни	Складності	Неможливість розв'язання	Загальний показник
Емоційна обізнаність	.363*			
Управління емоціями				
Самомотивація	.356*			
Емпатія		.396**	.474**	.543**
Розпізнавання емоцій інших		.584**		
Загальний показник			.515**	.838**

*Примітка: ** - кореляція значуща на рівні $p < 0,01$; * - кореляція значуща на рівні $p < 0,05$.*

Отже, виявлені кореляційні зв'язки показують, що працівники, які мають високі показники емоційної обізнаності, самомотивації, емпатії та здатності розпізнавати емоції інших, дійсно краще адаптуються до складних та непередбачуваних ситуацій. Зазначені емоційні компетенції дозволяють співробітникам ефективніше керувати своїм емоційним станом та краще взаємодіяти з колегами і клієнтами, що особливо важливо в умовах невизначеності та швидких змін.

Для більш глибокого аналізу впливу рівня емоційного інтелекту та толерантності до невизначеності на професійну діяльність продавців автомобілів, було проведено дисперсійний аналіз ANOVA. Цей метод дозволяє дослідити, як різні фактори, такі як стаж роботи, кількість продажів і кількість рекомендацій, впливають на прояв емоційного інтелекту та толерантності до невизначеності.

Ми розділили респондентів на три групи на основі їхніх професійних характеристик (стаж, кількість продажів і рекомендацій), що дало можливість краще зрозуміти, як ці змінні впливають на рівень емоційного інтелекту та здатність до адаптації в умовах невизначеності. Використовуючи дисперсійний аналіз, ми дослідили, чи існують статистично значущі відмінності між цими групами щодо рівня емоційного інтелекту та толерантності до невизначеності.

Результати ANOVA дозволяють оцінити, наскільки сильний вплив мають ці фактори на професійну діяльність, і допомагають краще зрозуміти, які характеристики співробітників найбільше сприяють успіху в продажах та рекомендаціях у контексті емоційного інтелекту і адаптивності до невизначеності. Результати представлені у Таблицях 2.4 – 2.5.

За результатами дисперсійного аналізу ANOVA, було виявлено, що досвід роботи значно впливає на сприйняття та адаптацію до складності (при $p \leq 0.05$) та на здатність справлятися з ситуаціями, де розв'язок здається неможливим (при $p \leq 0.01$). Зокрема, молодші працівники з досвідом роботи до 5 років показують вищі середні значення щодо толерантності до складних завдань у порівнянні з колегами, які мають більше років стажу. Це може бути свідченням того, що молодші співробітники є більш гнучкими та готовими до викликів, оскільки вони ще не обмежені рутинними або усталеними підходами до вирішення задач. Їхня відкритість до нових викликів може сприяти більш успішній адаптації до складних ситуацій.

З іншого боку, аналіз неможливості розв'язання показує, що працівники з більшим стажем (понад 5 років) мають вищі середні значення у цьому показнику, тобто співробітники з більшим професійним досвідом можуть ефективніше справлятися зі складними ситуаціями, знаходячи рішення там, де воно здається недосяжним, накопичений досвід дозволяє їм краще орієнтуватися в складних і невизначених обставинах, що сприяє їхньому успіху в таких умовах.

Також, аналогічний аналіз ANOVA було проведено для дослідження впливу кількості проданих автомобілів у 2023 році та за останні три роки на рівень емоційного інтелекту і толерантність до невизначеності. Результати показали, що між групами за кількістю проданих автомобілів у 2023 році (до 10, 10-30 і більше 30 авто) та за останні три роки (до 30, 30-60 і більше 60 авто) немає значущих відмінностей у рівні емоційного інтелекту і толерантності до невизначеності, тобто кількість продажів автомобілів не є значущим фактором, що впливає на ці показники в даному випадку і підкреслює необхідність подальших досліджень для глибшого розуміння цих взаємозв'язків.

Таблиця 2.4

Значущі розбіжності у проявах емоційного інтелекту та толерантності до невизначеності з різним стажем роботи працівників за однофакторним дисперсійним аналізом f-ANOVA

	Середні значення			Значення F
	До 5 років (n=17)	5-10 років (n=16)	Понад 15 років (n=9)	
<i>Методика емоційного інтелекту Г. Голла</i>				
<i>Опитувальник толерантності до невизначеності С. Баднера</i>				
Складності	45.35	34.00	32.11	3.21 відмінності значущі при $p \leq 0,05$
Неможливість розв'язання	13.59	25.69	25.44	5.28 відмінності значущі при $p \leq 0,01$

Отримані результати свідчать про те, що професійний досвід має більший вплив на адаптацію до складних ситуацій, ніж кількість продажів, і відкривають можливості для вивчення інших факторів, що можуть впливати на розвиток емоційного інтелекту та здатність до адаптації в умовах невизначеності.

Тепер розглянемо вплив емоційного інтелекту та толерантності до невизначеності на кількість проданих автомобілів за 10 контактами, використовуючи результати дисперсійного аналізу ANOVA, наведені в Таблиці 2.5.

Застосування однофакторного дисперсійного аналізу (f-ANOVA) для оцінки впливу кількості проданих авто на показники емоційного інтелекту та толерантності до невизначеності показало наявність значущих відмінностей у таких аспектах:

1. Самомотивація. Виявлено значущі відмінності в показнику самомотивації ($p \leq 0.05$), тобто співробітники, які продали більше 4 авто, показують значно вищі середні значення рівня самомотивації порівняно з тими, хто продав менше. Це вказує на те, що високий рівень самомотивації є ключовим фактором успішності в продажах, оскільки він дозволяє працівникам досягати кращих результатів навіть в умовах, що потребують самостійного стимулювання та ініціативності.

2. Неможливість розв'язання. Значущі відмінності також виявлено в цьому аспекті толерантності до невизначеності ($p \leq 0.05$). Співробітники, які продали 2-3 авто та більше 4 авто, мають вищі середні значення в здатності справлятися з ситуаціями, де розв'язок здається недосяжним. Зазначене вказує на те, що працівники з вищими показниками толерантності до невизначеності краще адаптуються до складних ситуацій і можуть знаходити рішення в умовах високої невизначеності, що є важливою навичкою в контексті продажів.

Водночас, при аналізі впливу кількості нових клієнтів, отриманих за рекомендаціями (групи до 10%, 10-30%, 30-50%), значущих розбіжностей у рівнях емоційного інтелекту та толерантності до невизначеності не виявлено. Тобто кількість продажів за рекомендаціями не має такого прямого впливу на рівень емоційного інтелекту або здатність адаптуватися до невизначеності, як інші фактори, такі як самомотивація чи спроможність вирішувати складні завдання.

Результати методики Г. Голла показують, що загальний рівень емоційного інтелекту серед продавців автомобілів є середнім. Працівники добре розуміють та співпереживають емоціям інших, ідентифікують власні емоції й емоції колег, а також демонструють високу самомотивацію, що сприяє

виконанню професійних обов'язків. Однак труднощі з управлінням емоціями, особливо серед співробітників зі стажем до 5 років, можуть негативно впливати на продуктивність та міжособистісні взаємодії.

Таблиця 2.5

Значущі розбіжності у проявах емоційного інтелекту та толерантності до невизначеності з різним кількістю проданих авто за 10 контактами працівників за однофакторним дисперсійним аналізом f-ANOVA

	Середні значення			Значення F
	До 1 авто (n=15)	2-3 авто (n=19)	Більше 4 авто (n=8)	
<i>Методика емоційного інтелекту Г. Гола</i>				
Самомотивація	15.44	10.33	17.12	4.10 відмінності значущі при $p \leq 0,05$
<i>Опитувальник толерантності до невизначеності С. Баднера</i>				
Неможливість розв'язання	14.62	25.05	23.25	3.27 відмінності значущі при $p \leq 0,05$

Результати опитувальника толерантності до невизначеності С. Баднера свідчать про високий рівень толерантності до нових ситуацій, складностей та невизначеності серед співробітників компанії. Вони виявляють адаптивність та готовність до роботи в умовах, де відсутня передбачуваність, що є важливим для успіху у динамічному середовищі продажів.

Дисперсійний аналіз ANOVA показав, що емоційні навички, зокрема самомотивація, відіграють важливу роль у досягненні високих результатів у продажах. Співробітники з вищими рівнями самомотивації демонструють кращі показники продажів, особливо при високих обсягах реалізації автомобілів. Також було виявлено, що здатність ефективно справлятися з невизначеністю є важливою для досягнення успіху в умовах високої конкуренції. Однак, за іншими параметрами значущих відмінностей не було зафіксовано, що свідчить про необхідність подальшого дослідження впливу інших факторів на успіх у продажах.

Враховуючи, що не всі аспекти емоційного інтелекту продемонстрували значущі відмінності у контексті кількості продажів, доцільно проводити подальші дослідження. На нашу думку, інші фактори, такі як стиль лідерства, корпоративна культура або підтримка команди, також відіграють важливу роль у досягненні високих результатів у продажах.

Як бачимо, емоційний інтелект є багатогранною здатністю, розвиток якої може суттєво вплинути на професійні результати працівників, особливо в сферах, що вимагають високої взаємодії з клієнтами та швидкого прийняття рішень в умовах невизначеності.

Висновки до розділу 2.

На основі проведеного дослідження можна сформулювати низку ключових висновків, які відображають взаємозв'язок між рівнем емоційного інтелекту, толерантністю до невизначеності, враховуючи досвід роботи, здатність до самомотивації в умовах стресу і динамічних змін.

1. Продавці автомобілів мають середній рівень емоційного інтелекту, проте працівники зі стажем до 5 років відчують труднощі в управлінні емоціями, що частково підтверджує гіпотезу про те, що продавці автомобілів зі стажем до 5 років мають нижчий рівень емоційного інтелекту, ніж їх досвідченіші колеги.

2. Водночас продавці зі стажем понад 5 років демонструють кращі навички емоційної регуляції, підкреслюючи значення досвіду для розвитку емоційного інтелекту. Виявлені відмінності між групами свідчать, що досвід сприяє ефективнішій емоційній регуляції та більшій адаптивності до стресу.

3. Продавці автомобілів демонструють високий рівень толерантності до нових ситуацій і складнощів, що є важливим у динамічних умовах продажів. Це підтверджує їхню здатність адаптуватися до змін і ефективно працювати в умовах невизначеності, що є суттєвим для успіху на конкурентному ринку.

4. Продавці автомобілів мають високий рівень самомотивації, що є ключовим фактором успіху в продажах, вони демонструють кращі результати, особливо при досягненні високих обсягів реалізації.

Таким чином, розвиток емоційного інтелекту, зокрема управління емоціями є важливим фактором для підвищення професійної ефективності, особливо в умовах невизначеності та високих вимог до взаємодії з клієнтами.

Розділ 3. МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ТА МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ РОЗВИТКУ ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ ПРОДАВЦІВ АВТОМОБІЛІВ

3.1. Модель технології розвитку емоційного інтелекту продавців автомобілів.

У рамках нашої технології з розвитку емоційного інтелекту продавців автомобілів ми зосереджуємося на розвитку всіх його складових, приділяючи особливу увагу управлінню емоціями. Вдосконалення навичок управління емоціями не лише сприятиме підвищенню продуктивності, а й покращенню міжособистісних взаємодій, створенню стійкого та гармонійного робочого середовища, де співробітники можуть ефективно співпрацювати та досягати високих результатів. Крім того, ефективне управління емоціями допомагає знижувати рівень стресу, покращує загальне емоційне здоров'я, підвищує задоволеність роботою та сприяє розвитку лідерських якостей.

Емпіричне дослідження підтверджує актуальність цієї теми, більшість продавців автомобілів мають середній рівень емоційного інтелекту, який дозволяє їм ефективно розуміти емоції інших та співпереживати, виявляють високу здатність до самомотивації, що сприяє виконанню професійних обов'язків. Однак, управління емоціями у працівників зі стажем до 5 років має низький рівень, що може призвести до зниження продуктивності та погіршення міжособистісних взаємодій, підкреслюючи необхідність подальшого розвитку навичок емоційного самоконтролю.

Емоційний інтелект визначається як здатність ідентифікувати, розуміти та регулювати власні та чужі емоції, що є ключовим для ефективної взаємодії. Усі його компоненти (самосвідомість, саморегуляція, мотивація, емпатія, соціальні навички) тісно взаємопов'язані: розвиток одного аспекту сприяє зміцненню інших [29].

Наприклад, самосвідомість є основою для саморегуляції, яка, своєю чергою, покращує мотивацію, емпатію та соціальні навички. Мотивація потребує високого рівня саморегуляції для зосередженості на цілях попри емоційні виклики, а емпатія базується на розумінні власних емоцій, що допомагає краще сприймати емоційні стани інших [4].

Методи розвитку емоційного інтелекту спрямовані на зменшення неефективних емоційних реакцій і на розвиток вмінь саморегуляції та самоконтролю. Основна їх мета полягає в навчанні ефективним способам емоційної взаємодії та адаптації до різноманітних життєвих обставин [5].

Запропонована Ю. Бреус процедурна модель розвитку емоційного інтелекту враховує кілька ключових аспектів. Перш за все, розвиток емоційного інтелекту допомагає особі об'єктивно оцінювати себе, адекватно реагувати на різноманітні життєві та професійні ситуації, а також зберігати емоційну стійкість у складних обставинах. Крім того, розвиток емоційного інтелекту є ефективним засобом для оптимізації професійного становлення. Важливим є також те, що цей процес спрямований на розвиток окремих компонентів емоційного інтелекту, що дозволяє формувати необхідні емоційні компетенції [5].

С. Дерев'янка визначає чотири основні напрями впливу на емоційну компетентність: психоаналітичний, гуманістичний, поведінковий і когнітивний [13].

Психоаналітичний підхід зосереджений на нейтралізації захисних механізмів, які заважають усвідомленню та вираженню емоцій. Тренінг допомагає учасникам усвідомити свої глибинні переживання, переосмислити їх і навчитися контролювати свою емоційну поведінку. Такий підхід є найбільш глибинним, тому вимагає багато часу і максимального саморозкриття учасників для досягнення значних результатів.

У гуманістичній психології акцент робиться на почуттях, а не на інтелектуальних оцінках. Тренінги, спрямовані на розвиток емоційного

інтелекту, включають роботу з самосвідомістю та реорганізацією Я-концепції, опрацьовуючи раніше невирішені емоційні переживання. Також такі тренінги допомагають розвивати навички саморефлексії, саморегуляції, емпатії та здатності до підтримки інших.

Поведінковий підхід фокусується на навчанні адаптивної емоційної поведінки. Метою є вивчення способів керування емоціями та їх вираження у різних життєвих ситуаціях, що допомагає учасникам ефективно контролювати свою поведінку.

Когнітивний підхід спрямований на зміну неадаптивного емоційного мислення. Він допомагає учасникам розвивати нові способи мислення, які дозволяють краще розуміти і керувати емоціями, що в свою чергу запобігає негативній емоційній поведінці [13].

А когнітивно-поведінковий підхід поєднує елементи двох попередніх напрямів і фокусується на усвідомленні моменту "тут і зараз". Техніки усвідомленості допомагають зосередитися на поточних подіях та відчуттях, зменшуючи тривогу щодо майбутнього та зайві роздуми про минуле, дозволяють краще контролювати емоції, фокусуючись на реальному досвіді, а не на гіпотетичних або минулих подіях, що викликають стрес або тривогу [3].

Слід зазначити, що гра сприяє розвитку емоційного мислення та комунікації в невимушеній атмосфері. Вона допомагає учасникам краще розуміти та виражати свої емоції, активізуючи емоційні процеси через інтерактивні сценарії. Арттерапія дозволяє використовувати творчість для вираження почуттів і переживань. Основний аспект цього підходу полягає у творчому самовираженні, що допомагає учасникам символічно передавати свої емоції через малювання, ліплення або інші види мистецтва, дає можливість краще зрозуміти власні почуття, отримати емоційне полегшення, знизити стрес і сприяти розслабленню. Поведінкова терапія акцентує увагу на практичному навчанні управління емоціями в конкретних життєвих ситуаціях.

Вона спрямована на зміну неадаптивних емоційних реакцій та навчання ефективним стратегіям контролю емоцій [14].

Психологічна взаємодія в тренінгових групах допомагає учасникам покращувати комунікативні навички, переосмислювати свої поведінкові стратегії, розвивати емпатію, самоусвідомлення, а також ефективно управляти стресом. Основні принципи тренінгової діяльності включають добровільність участі, рівноправність, активне залучення, дослідницький підхід та конфіденційність інформації. Під час тренінгів використовуються різні методи, які допомагають діагностувати ситуації, ознайомити учасників одне з одним і сприяти встановленню взаєморозуміння. Інформаційне наповнення тренінгів може включати лекції, презентації, перегляди фільмів, ділові та рольові ігри, аналітичні сесії, дискусії, мозкові штурми та презентації учасників. Важливою складовою тренінгової технології є зворотний зв'язок між тренером і учасниками, що включає відповіді на питання, аналіз виконаних завдань та підбиття підсумків [11].

Тренінги мають кілька ключових переваг. Вони моделюють реальні професійні ситуації, що дозволяє учасникам розвивати практичні навички та систематизувати власний досвід. Окрім того, тренінги сприяють демократичному стилю спілкування, розвитку командної роботи, лідерських якостей та особистісного розвитку учасників. Участь у тренінгах допомагає оцінити власний рівень професійної компетентності та визначити напрями для подальшого вдосконалення [11].

Основою тренінгового процесу є технологічний підхід, який передбачає розробку та впровадження спеціальних технологій для вирішення конкретних проблем в організації та підвищення кваліфікації персоналу [20].

Психолого-організаційна технологія визначається як система, що включає принципи (активність, самостійність, діалогічність, ситуативність, рефлексивність тощо), методи (проблемно-пошукові та інформаційні), інтерактивні техніки (організаційно-спрямовуючі та змістовно-сміслові) і

форми (комплексні, локальні). Вона спрямована на практичне вирішення конкретних завдань в організації або в процесі підготовки персоналу. Структура такої технології включає інформаційно-смісловий, діагностичний та корекційно-розвивальний компоненти. [20].

М. Карамушка виділяє основні етапи розробки психолого-організаційних технологій.

1. Чітке визначення мети та завдань. Формулювання цілей та задач, які вирішуватиме технологія.
2. Визначення змісту. Розробка змістовно-сміслових блоків технології та ключових питань.
3. Переклад змісту в інтерактивні техніки. Підбір або адаптація відповідних інтерактивних методів.
4. Створення нових технік. Розробка нових технік, якщо існуючі не відповідають вимогам.
5. Моніторинг динаміки процесів. Відстеження змістових та допоміжних процесів під час реалізації.
6. Рефлексія результатів. Оцінка результатів на кожному етапі реалізації технології.
7. Корекція стратегії. Зміна підходів на основі результатів рефлексії для досягнення кращих результатів [20].

Технологія розвитку емоційного інтелекту для продавців автомобілів, на нашу думку, повинна ґрунтуватися на групових психологічних методах, що стимулюють залучення персоналу, створення атмосфери взаємної підтримки та обміну досвідом. Особливо ефективними є психологічні тренінги, які мають значний вплив на особистість і сприяють розвитку ключових емоційних навичок.

Реалізація компонентів технології розвитку емоційного інтелекту продавців автомобілів відбуватиметься через системний підхід:

1. Інформаційно-смісловий компонент передбачає використання нами таких методів, як: мультимедійні презентації для структурованого подання інформації; міні-лекції для ознайомлення учасників з теоретичними аспектами; ведення учасниками щоденників для сприяння саморефлексії; групові обговорення та дискусії для інтерактивного обміну думками, поглиблення розуміння матеріалу, аналізу різних точок зору та розвитку навичок комунікації; постановка уточнюючих та проблемних запитань для глибшого розуміння матеріалу; метод «мозкового штурму» для можливості колективного генерування ідей.

2. Діагностичний компонент буде впроваджено через проведення психологічного практикуму, що включає виконання діагностичних завдань, їх подальший аналіз та обговорення на груповому рівні. Додатково буде використовуватися метод спостереження, виконання індивідуальних та групових завдань, а також анкетування для збору даних самооцінки емоційної компетентності.

3. Корекційно-розвивальний компонент буде реалізований через інтерактивні техніки, такі як виконання творчих завдань, аналіз професійних ситуацій (обговорення реальних робочих проблем та пошук оптимальних рішень), а також ділові та рольові ігри, що моделюватимуть ситуації для відпрацювання практичних навичок. Крім цього, учасники будуть виконувати спеціалізовані вправи і братимуть участь у рефлексивних сесіях (індивідуальних та групових) для закріплення отриманих знань і розвитку емоційної регуляції.

Отже, **метою** психотехнології є розвиток емоційного інтелекту у продавців автомобілів для підвищення професійної ефективності, покращення міжособистісної взаємодії з клієнтами та колегами, а також зміцнення стресостійкості в умовах невизначеності.

Основні **завдання** психотехнології включають:

- формування навичок саморефлексії та управління емоціями;

- розвиток емпатії для кращого розуміння емоцій клієнтів і колег;
- підвищення самомотивації для ефективного виконання професійних обов'язків та досягнення особистісних і професійних цілей;
- покращення соціальних та комунікативних навичок у роботі з клієнтами та в команді;
- навчання управлінню стресом та розвиток здатності адаптуватися до змінних умов.

Зміст технології розвитку емоційного інтелекту продавців автомобілів складають такі елементи.

1. Вправи на самоусвідомлення: завдання, що стимулюють рефлексію над власними емоціями та їх впливом на поведінку, включаючи ведення щоденників настрою, анкети самооцінки та вправи з фокусування на емоційних станах.
2. Розвиток самомотивації: стимулювання внутрішньої мотивації через встановлення та досягнення особистісних і професійних цілей.
3. Саморегуляція: використання методів для контролю та корекції емоційних реакцій в реальному часі, що допомагає адаптивно реагувати в умовах невизначеності.
4. Тренування емпатії: застосування рольових ігор та ситуативних завдань для розвитку здатності розуміти та співпереживати емоціям інших, що покращує взаємодію з клієнтами.
5. Розвиток соціальних навичок: вправи, що підвищують соціальну взаємодію та покращують командну співпрацю.
6. Критичне мислення: навчання аналізу ситуацій, визначення емоційних підтекстів та прийняття обґрунтованих рішень.
7. Управління стресом: впровадження технік для ефективного керування стресом, включаючи дихальні вправи, медитацію та аутогенне тренування, що допомагають зберігати спокій у складних умовах.

8. Розвиток комунікативних навичок: навчання активному слуханню та адекватному вираженню думок і емоцій для покращення взаєморозуміння і вирішення конфліктів.

9. Вирішення конфліктів: завдання, що розвивають навички конструктивного та неагресивного вирішення конфліктів, сприяючи здоровій робочій атмосфері.

Отже, наш підхід до технології розвитку емоційного інтелекту продавців автомобілів є комплексним і додатково охоплює вдосконалення комунікативних навичок, тренування критичного мислення, управління стресом та вирішення конфліктів, що сприяє всебічному зміцненню професійних компетенцій.

Виходячи з вищевикладеного, нами розроблено модель технології розвитку емоційного інтелекту продавців автомобілів, яка представлена на Рис. 3.1.

Внутрішньоособистісний блок спрямований на розвиток самоусвідомлення та внутрішньої мотивації, що є базою для подальших етапів, дозволяючи продавцям глибше розуміти власні емоції та підтримувати стійку мотивацію в професійній діяльності.

Центральним елементом моделі є саморегуляція, вона сприяє ефективному управлінню власними емоціями під час взаємодії з клієнтами, контролю емоцій у стресових ситуаціях та адаптації поведінки відповідно до емоційного стану клієнтів.

Міжособистісний блок зосереджений на розвитку емпатії, яка дозволяє продавцям краще розуміти емоційні потреби клієнтів та створювати позитивний досвід взаємодії. На завершальному етапі модель спрямована на формування соціальних навичок, що сприяє покращенню комунікації та ефективної командної роботи.

Модель складається з етапів, які послідовно підводять до формування саморегуляції та впливають з неї, забезпечуючи системний підхід до розвитку емоційного інтелекту.

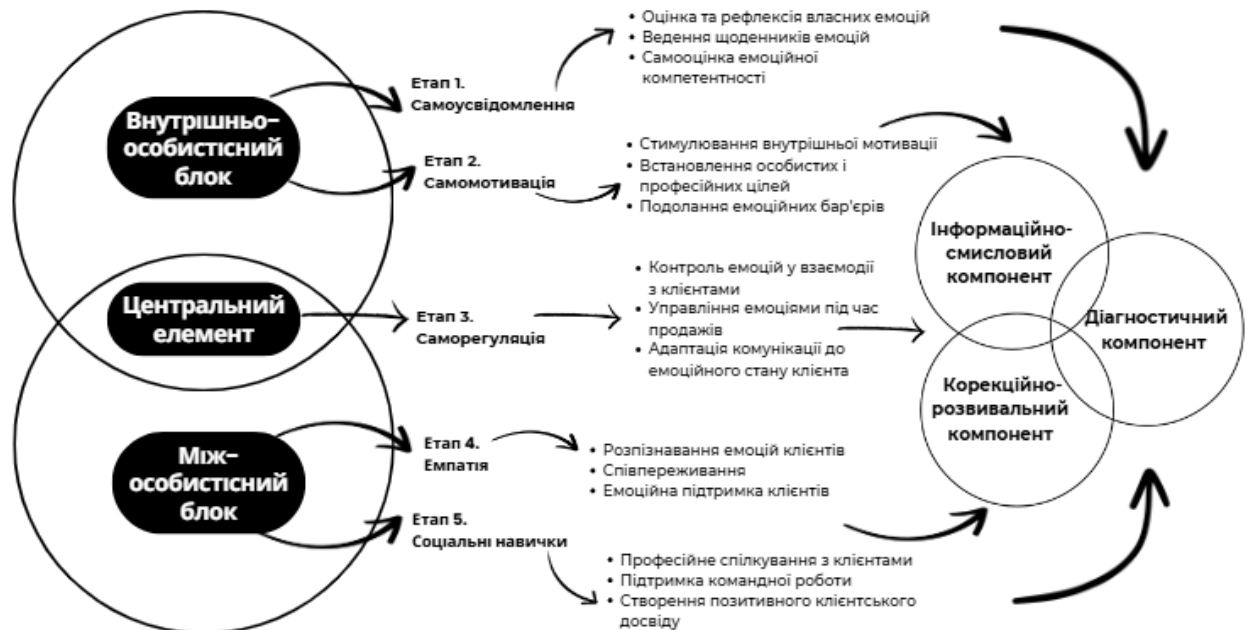


Рис.3.1. Модель технології розвитку емоційного інтелекту продавців автомобілів

Етап 1. Самоусвідомлення (внутрішньоособистісний блок) – початковий етап орієнтований на розвиток усвідомлення продавцями автомобілів власних емоційних станів, що є основою для подальшої роботи над емоційним інтелектом.

Він включає наступні завдання:

а) оцінку та рефлексію власних емоцій (продавці вчать розпізнавати власні емоції, їхні тригери, а також аналізувати, як емоції впливають на взаємодію з клієнтами та колегами);

б) ведення щоденників емоцій (записи щоденних емоційних переживань допомагають зрозуміти, як власні емоції впливають на професійну діяльність);

в) самооцінка емоційної компетентності (використання тестів для визначення початкового рівня емоційного інтелекту та аналізу емоційних реакцій).

Самоусвідомлення дозволяє продавцям краще розуміти свої емоції, що є основою для їхньої самомотивації. Усвідомивши свої емоції, вони можуть розвивати здатність мотивувати себе для досягнення цілей.

Етап 2. Самомотивація (внутрішньоособистісний блок) – на цьому етапі продавці розвивають здатність мотивувати себе для досягнення професійних та особистих цілей, використовуючи вже здобуті знання про власні емоції. Основні завдання:

а) стимулювання внутрішньої мотивації (продавці навчаються підтримувати високу мотивацію навіть у складних ситуаціях, таких як тривалі переговори чи конфліктні моменти з клієнтами);

б) встановлення особистих і професійних цілей (розробка навичок постановки реалістичних цілей і досягнення їх через саморозвиток);

в) подолання емоційних бар'єрів (розвиток стійкості та здатності продовжувати працювати навіть у складних умовах).

Розвинувши самомотивацію, продавці отримують інструменти для ефективної роботи з емоціями. Це веде до центрального етапу – саморегуляції, де вони навчаються контролювати свої емоції, що є основою успішної професійної діяльності.

Етап 3. Саморегуляція (центральний елемент) – є ключовим у моделі, на якому продавці автомобілів навчаються контролювати власні емоції та адаптувати свою комунікацію відповідно до емоцій клієнтів.

Основні завдання:

а) контроль емоцій у взаємодії з клієнтами (навчання стримуванню негативних емоцій, таких як роздратування чи стрес, під час роботи з важкими або невдоволеними клієнтами, а також підтримка позитивного настрою та професійної поведінки у стресових або конфліктних ситуаціях);

б) управління емоціями під час продажів (оперативне управління емоціями під час переговорів або обслуговування клієнтів, щоб забезпечити ефективне спілкування і зберегти професійність; використання технік

зниження стресу (дихальні вправи, короткі паузи), щоб запобігти емоційній виснаженості в напружених ситуаціях);

в) адаптація комунікації до емоційного стану клієнта (навчання розпізнаванню емоційних сигналів клієнтів (мова тіла, тон голосу) та налаштування своєї поведінки відповідно до їхнього емоційного стану для покращення взаємодії та успішного завершення продажу).

Третій етап допомагає продавцям ефективно управляти своїми емоціями та адаптуватися до емоцій клієнтів, що сприяє кращій комунікації, зниженню стресу та успішному досягненню професійних цілей.

Етап 4. Емпатія (міжособистісний блок) – після того, як продавці опанували управління своїми емоціями, наступним кроком є розвиток емпатії — здатності розуміти та адекватно реагувати на емоції клієнтів, створювати більш довірливі взаємини та підвищувати ефективність взаємодії. Основні завдання цього етапу:

а) розпізнавання емоцій клієнтів (продавці вчаться «читати» невербальні сигнали, такі як мова тіла, вираз обличчя, тон голосу, щоб краще зрозуміти емоційний стан клієнтів, їхні потреби та очікування);

б) співпереживання (продавці розвивають здатність ставити себе на місце клієнта, що допомагає створювати довірливі взаємини та підвищувати задоволеність клієнтів);

в) емоційна підтримка клієнтів (вміння емоційно підтримувати клієнтів під час процесу вибору автомобіля або обговорення фінансових умов, що підвищує рівень задоволеності клієнтів).

Емпатія допомагає продавцям не лише розуміти, але й адекватно реагувати на емоції клієнтів, що створює основу для подальшого розвитку соціальних навичок. Соціальні навички є результатом вдосконалення управління емоціями та емпатії, що дозволяє більш ефективно комунікувати та взаємодіяти з оточуючими.

Етап 5. Соціальні навички (міжособистісний блок) – цей етап є логічним продовженням розвитку емпатії та управління емоціями. Соціальні навички дозволяють продавцям ефективно спілкуватися з клієнтами та колегами, будувати довірливі стосунки, вирішувати конфлікти і створювати позитивний досвід для всіх учасників взаємодії. Основні завдання:

а) професійне спілкування з клієнтами (продавці вчаться активно слухати, відповідати на запити клієнтів з урахуванням їхнього емоційного стану, а також врегульовувати конфлікти, що можуть виникати під час обговорення умов покупки);

б) підтримка командної роботи (навчання взаємодії з колегами для покращення робочої атмосфери та ефективної командної роботи);

в) створення позитивного клієнтського досвіду (продавці навчаються створювати емоційно приємний досвід для клієнтів, що підвищує ймовірність повторних продажів та рекомендацій, формуючи довготривалі взаємини з клієнтами).

Модель технології розвитку має три компоненти: інформаційно-смысловий, діагностичний та корекційно-розвивальний, які забезпечують всебічний розвиток всіх елементів емоційного інтелекту.

Таким чином, розроблена нами модель забезпечує системний розвиток емоційного інтелекту, що підвищує як професійну ефективність продавців автомобілів, так і якість обслуговування клієнтів. Це сприяє всебічному зміцненню професійних компетенцій, дозволяючи продавцям ефективніше взаємодіяти з клієнтами, зберігати спокій у складних ситуаціях та приймати обґрунтовані рішення, що ведуть до кращих результатів у роботі.

3.2. Програма розвитку емоційного інтелекту продавців автомобілів.

Ми розробили програму з 8 онлайн занять, спрямовану на розвиток емоційного інтелекту продавців автомобілів для підвищення їх професійної

ефективності та покращення результатів у роботі з клієнтами. Програма побудована за поетапним підходом, що охоплює як внутрішньоособистісний, так і міжособистісний аспекти, з центральним акцентом на саморегуляції. Кожне заняття складається з трьох компонентів: інформаційно-сміслового, діагностичного та корекційно-розвивального.

Тривалість кожного заняття становить 120 хвилин відповідно до поставлених цілей.

Мета: поліпшення навичок самоусвідомлення, самомотивації, саморегуляції, емпатії та соціальних навичок, що сприяє покращенню якості взаємодії з клієнтами, підвищенню рівня задоволеності клієнтів, оптимізації комунікативних процесів та досягненню високих показників у продажах.

Грунтуючись на даних нашого емпіричного дослідження, вважаємо за доцільне включити до експериментальної групи співробітників із менш ніж п'ятьма роками досвіду роботи, адже ця група демонструвала труднощі в управлінні емоціями. Зазначені працівники, незалежно від їхнього віку, мають менш розвинені навички емоційної регуляції вони ще не до кінця опанували стратегії управління стресом через складнощі адаптації до нових викликів професії. Саме ці продавці найбільше потребують вдосконалення навичок управління емоціями, і участь у програмі розвитку емоційного інтелекту може допомогти їм значно покращити свою ефективність у професійній діяльності.

Кількість учасників: 10

Критеріями залучення до участі в програмі є продавці автомобілів зі стажем роботи до 5 років.

Форма роботи: групова.

Принципи: науковий підхід, систематичність, цілеспрямованість, відповідність, персоналізація, оптимізація результатів.

Завдання: збагатити емоційний досвід; підвищити рівень розвитку емоційного інтелекту, виходячи з таких ключових аспектів, як здатність до

розуміння власних емоцій і емоцій інших, самомотивація, а також управління власними емоціями та емоціями інших.

Основні методи та прийоми, що використовуються в програмі розвитку емоційного інтелекту продавців автомобілів, включають міні-лекції для теоретичного введення в ключові поняття, практики усвідомленості та рефлексію для глибшого осмислення власних емоційних реакцій, кейс-стаді, групові обговорення та дискусії для колективного аналізу та обговорення емоційних ситуацій. Вправи спрямовані на особистісне вдосконалення навичок самоусвідомлення та саморегуляції, психогімнастика використовується для розвитку психічної гнучкості та емоційної стійкості. Рольові ігри та елементи арт-терапії дозволять учасникам експериментувати з різними емоційними станами та вдосконалювати навички емпатії та соціальної взаємодії у безпечному середовищі.

Очікувані результати:

1. Підвищення рівня емоційної компетентності. Учасники розвинуть здатність до самоусвідомлення та саморефлексії, що дозволить їм краще розпізнавати та розуміти власні емоції, а також емоції клієнтів і колег.
2. Покращення навичок саморегуляції. Учасники опанують техніки управління емоціями, які допоможуть їм підтримувати емоційну стабільність у стресових або конфліктних ситуаціях.
3. Зростання ефективності комунікації. Учасники навчатимуться активному слуханню та емпатії, що сприятиме побудові довірливих і конструктивних відносин із клієнтами та колегами, зменшенню конфліктів та покращенню взаєморозуміння в команді.
4. Розвиток самомотивації. Учасники зможуть застосовувати стратегії самомотивації для досягнення особистісних і професійних цілей, підтримуючи високу продуктивність та ефективність у роботі.
5. Підвищення професійної ефективності. Завдяки розвитку емоційного інтелекту та комунікативних навичок, учасники зможуть

покращити взаємодію з клієнтами, підвищити рівень їхньої задоволеності, що, в свою чергу, приведе до збільшення обсягів продажів.

6. Підвищення стресостійкості. Учасники отримають практичні інструменти для ефективного управління стресом та негативними емоціями, що допоможе їм підтримувати високий рівень мотивації та працездатності в умовах професійної діяльності.

7. Оптимізація командної роботи. Учасники навчаться ефективно співпрацювати в команді, використовуючи навички емоційного інтелекту, що сприятиме створенню підтримуючого і продуктивного робочого середовища.

Детальний зміст програми розвитку емоційного інтелекту продавців автомобілів з описом вправ наведено в Додатку А до кваліфікаційної роботи. Нижче подано загальну структуру занять.

I. Внутрішньоособистісний емоційний інтелект.

Заняття 1.

Знайомство та основи емоційного інтелекту.

Інформаційно-смісловий компонент.

Знайомство учасників:

презентація тренера та учасників; обговорення мети та завдань тренінгу, коротке введення в програму; вправа «Ланцюжок емоцій» для знайомства та побудови довіри.

Введення в теорію емоційного інтелекту:

огляд теоретичних основ емоційного інтелекту; розбір типів емоційного інтелекту, значення для професійної діяльності.

Діагностичний компонент.

Визначення цілей і очікувань:

обговорення індивідуальних цілей кожного учасника; вправа «Міст» для формулювання спільних очікувань та загального напрямку роботи групи.

Встановлення правил взаємодії:

узгодження правил роботи в групі, формування етики спілкування; визначення стандартів взаємодії для комфортної роботи.

Корекційно-розвивальний компонент.

Формування групової динаміки:

вправа «Емоційний словник» для розширення емоційного тезаурусу; вправа «Емоційні асоціації» для усвідомлення та вербалізації емоцій.

Підведення підсумків заняття:

рефлексія про перші враження та обговорення досвіду на тренінгу.

Заняття 2.

Усвідомлення емоцій та їх вплив на професійну діяльність.

Інформаційно-смісловий компонент.

Теоретичний блок:

огляд ролі емоцій у професійній діяльності та впливу емоційного інтелекту на продуктивність.

Приклади впливу емоційних реакцій на робочі результати та міжособистісні стосунки.

Діагностичний компонент.

Оцінювання емоційного інтелекту:

проведення тестування за методикою Г. Голла для діагностики рівня емоційного інтелекту учасників.

Корекційно-розвивальний компонент.

Практичні вправи на усвідомлення емоцій:

вправа «Портрет емоційно-компетентної людини» для створення образу емоційно компетентної людини для підвищення емоційної обізнаності; вправа «Емоційний барометр» з метою оцінки впливу різних емоцій на професійну поведінку та обговорення їхнього зв'язку з робочими результатами.

Аналіз впливу емоцій на поведінку:

групова дискусія про вплив емоційних реакцій на роботу та взаємодію з колегами; обговорення позитивних і негативних аспектів емоційного реагування в професійному контексті.

Підведення підсумків:

огляд отриманих знань про вплив емоцій на професійну діяльність; рефлексія щодо практик самоспостереження за емоціями.

Заняття 3.

Аналіз емоційного досвіду та розвиток навичок саморефлексії.

Інформаційно-смісловий компонент.

Самоаналіз та саморефлексія:

обговорення досвіду ведення «Емоційного щоденника», ідентифікація емоційних станів і тригерів; групове обговорення емоційних тригерів та їх впливу на роботу і стосунки.

Оцінка емоційного стану:

використання діагностичної анкети для самооцінки емоційної компетентності; аналіз результатів та обговорення її впливу на професійну діяльність.

Діагностичний компонент.

Групова дискусія та обмін досвідом:

обговорення складних емоційних ситуацій на роботі та аналіз способів їх вирішення через саморефлексію та саморегуляцію.

Корекційно-розвивальний компонент.

Рольова гра «Про трьох поросят»:

використання казки для демонстрації важливості стратегічного планування, різних підходів до вирішення проблем і аналізу емоцій під час викликів.

Підсумки та зворотний зв'язок:

рефлексія на основі пройденого матеріалу, обговорення змін у поведінці та емоційному стані з початку тренінгу; обговорення важливості регулярної саморефлексії для розвитку емоційного інтелекту.

Заняття 4.

Самомотивація: шлях до особистісного та професійного зростання.

Інформаційно-смісловий компонент.

Теоретичний блок:

поняття самомотивації та її значення для досягнення цілей, подолання труднощів та підтримки продуктивності; огляд технік підвищення самомотивації; вплив самомотивації на особистісне і професійне зростання.

Діагностичний компонент.

Опитування за Методикою «Дослідження професійної мотивації» В. Осьодло.

Корекційно-розвивальний компонент.

Практичні вправи на розвиток навичок самомотивації:

вправа «Мотивуючий контроль» для аналізу ставлення до часу, його зв'язку з професійним та особистісним зростанням, розвитку позитивного ставлення до змін; вправа «Ментальні перешкоди», робота в парах для виявлення ментальних бар'єрів та розробки стратегій їх подолання.

Постановка цілей та планування:

вправа «SMART-цілі» з метою формування конкретних, вимірюваних, досяжних, актуальних та обмежених у часі цілей.

Підведення підсумків:

групова дискусія про нові знання та обмін планами і стратегіями самомотивації; обговорення зв'язку між самоусвідомленням і саморегуляцією.

II. Центральний елемент. Розвиток навичок самоусвідомлення та саморегуляції.

Заняття 5.

Саморегуляція. Інструменти контролю емоцій.

Інформаційно-смісловий компонент.

Теоретичний блок:

ознайомлення з теорією емоційних реакцій, як вони виникають і як їх впізнавати; розбір етапів регуляції емоцій - від розпізнавання до контролю; презентація типів емоцій і їх впливу на поведінку; вивчення адаптивних і дезадаптивних стратегій реагування на стрес.

Корекційно-розвивальний компонент.

Вправи на саморегуляцію емоцій:

вправа «Маніпуляційна розминка», де учасники тренують навички впливу на клієнтів та відстеження емоційного процесу.

Практики усвідомленості:

введення в принципи Mindfulness для управління емоціями в режимі «тут і зараз»; вправа «Десять кроків звільнення від небажаних емоцій», техніка для регуляції емоцій, зниження стресу і підтримання емоційної стабільності.

Діагностичний компонент.

Стратегії управління стресовими ситуаціями:

вивчення адаптивних і дезадаптивних стратегій реагування на стрес; вправа «Стресові тригери на роботі», де учасники визначають стресові ситуації і розробляють стратегії їх подолання або пом'якшення.

Підведення підсумків:

групова дискусія щодо застосування отриманих технік саморегуляції на робочому місці та обговорення, як знання можуть покращити професійну діяльність.

III. Міжособистісний емоційний інтелект.

Заняття 6.

Емпатія: розуміння та підтримка емоцій інших.

Інформаційно-смісловий компонент.

Теоретичний блок:

огляд основ емпатії, її значення в професійній взаємодії; важливість емпатії для побудови довірливих стосунків із клієнтами та колегами.

Діагностичний компонент.

Діагностика емпатії:

проведення тесту за методикою «Шкала емоційного відгуку» А. Меграбяна і Н. Епштейна для визначення рівня емпатійного сприйняття учасників.

Корекційно-розвивальний компонент.

Практичні вправи для розвитку емпатії:

вправа «Епітети», навчання розумінню емоцій клієнтів і створення довірливих стосунків під час продажу; вправа «Активне слухання», розвиток здатності слухати без оцінки та інтерпретації, навчання розумінню емоцій співрозмовника.

Кейс-стаді:

аналіз реальних професійних ситуацій, пов'язаних з емоційними конфліктами або непорозуміннями; робота в групах для розробки рішень з акцентом на емпатійну взаємодію.

Підведення підсумків:

відкрита дискусія про роль емпатії в роботі та житті, підсумування отриманих знань; обговорення значення емпатії для розвитку емоційного інтелекту і покращення професійної взаємодії.

Заняття 7.

Соціальні навички. Ефективна комунікація та співпраця.

Інформаційно-смісловий компонент.

Теоретичний блок:

огляд соціальних навичок та їх значення в побудові ефективної комунікації на основі емоційного інтелекту; розгляд технік емоційної підтримки для зміцнення робочих відносин, з акцентом на емпатію та активне слухання.

Корекційно-розвивальний компонент.

Практичні вправи:

рольова гра «Конфлікт на робочому місці», де учасники працюють в малих групах, розбираючи ситуацію конфлікту, застосовуючи навички емоційного інтелекту; вправа «Асертивна відмова. Так – ні», тренування навичок асертивної відмови та прохання про допомогу; вправа «Невиконана обіцянка», практика гнучкості у поведінці та ефективного реагування на ситуації, коли обіцянки не виконуються.

Діагностичний компонент.

Обговорення і підведення підсумків:

групове обговорення застосування навичок ефективної комунікації у щоденній роботі та їх зв'язок з регуляцією емоцій та самомотивацією; підведення підсумків щодо розвитку емоційного інтелекту у міжособистісних стосунках та професійній взаємодії.

Заняття 8.

Фінальний етап. Підсумки та стратегія подальшого розвитку.

Інформаційно-смісловий компонент.

Підведення підсумків програми:

огляд усіх тем програми, від основ емоційного інтелекту до конкретних навичок (саморефлексія, саморегуляція, емпатія, комунікація); аналіз індивідуальних досягнень учасників та змін у рівні емоційної компетентності за допомогою «Щоденника емоцій» та діагностичних інструментів.

Діагностичний компонент.

Повторне оцінювання емоційного інтелекту:

проведення тесту за методикою Г. Голла для оцінки результатів програми та порівняння з початковими показниками.

Корекційно-розвивальний компонент.

Складання індивідуальних планів дій:

вправа «План емоційного розвитку», розробка індивідуальних стратегій для підтримки та подальшого розвитку навичок емоційного інтелекту, акцент на самопідтримці та емоційній гігієні.

Медитативна практика з елементами арт-терапії «Дерево життя», практика для самовираження та осмислення досягнень, зміцнення внутрішньої стабільності та відкриття нових перспектив для розвитку.

Підведення підсумків та завершення програми:

вправа «Підсумковий міст», символічне завершення програми, обговорення досягнень кожного учасника та визначення подальших кроків.

Отже, ця програма охоплює всі необхідні компоненти для ефективного досягнення поставлених завдань, а також спрямована на зміцнення та ресурсну підтримку учасників, які будуть залучені.

3.3. Апробація програми розвитку емоційного інтелекту продавців автомобілів.

Ми провели апробацію програми розвитку емоційного інтелекту для продавців автомобілів. Зокрема, було організовано 8 онлайн-занять тривалістю 120 хвилин кожне. Участь у програмі взяли продавці автомобілів з досвідом роботи до 5 років.

Критерії визначення ефективності програми. Перед початком та після проведення формувального експерименту були виміряні рівні емоційного інтелекту серед продавців автомобілів із досвідом роботи до 5 років за допомогою методики оцінювання емоційного інтелекту Г. Голла [1]. Для порівняння, аналогічні показники були зібрані серед контрольної групи, яка не брала участь у програмі з розвитку емоційного інтелекту.

Результати, отримані до та після проведення тренінгу в контрольній та експериментальній групах наведено нижче. У таблиці 3.1 подано середні

показники складових емоційного інтелекту до та після участі у тренінговій програмі.

Таблиця 3.1

**Середнє значення складових емоційного інтелекту у
експериментальній групі до та після проведення тренінгу**

Складові емоційного інтелекту	До тренінгу	Після тренінгу
Загальний рівень	-3.40	27.90
Емоційна обізнаність	3.10	7.80
Управління емоціями	-6.40	1.80
Самомотивація	-0.90	4.90
Емпатія	-0.70	6.00
Розпізнавання емоцій інших	1.50	7.40

Як бачимо, в експериментальній групі після проходження тренінгу спостерігається значне покращення всіх складових емоційного інтелекту. Загальний рівень емоційного інтелекту зріс із негативного значення -3.40 до високого 27.90, що свідчить про суттєве підвищення загальної емоційної компетентності учасників. Це вказує на ефективність тренінгового впливу, адже таке зростання свідчить про значне розширення можливостей учасників у керуванні емоціями, а також підвищення їхньої емоційної обізнаності та здатності до співпереживання.

Окремі складові також демонструють відчутний прогрес. Наприклад, емоційна обізнаність зросла з 3.10 до 7.80, що означає, що учасники краще усвідомлюють власні емоційні реакції. Управління емоціями, яке до тренінгу було на рівні -6.40, стало позитивним, досягнувши 1.80, що вказує на здатність учасників ефективніше контролювати емоції в стресових ситуаціях. Рівень емпатії зріс із -0.70 до 6.00, підвищивши здатність розуміти і приймати емоції інших.

Результати Таблиці 3.2 показують статистично значущі відмінності за всіма компонентами емоційного інтелекту після проведення формувального експерименту. Висока значущість змін спостерігається у загальному рівні

емоційного інтелекту, що підтверджується значенням Т-критерію Вілкоксона ($W = 0.00$) та $p < 0.01$, тобто $p = 0.002$. Це свідчить про суттєве покращення загальних показників емоційного інтелекту.

Таблиця 3.2

**Відмінності за показниками складових емоційного інтелекту
до та після тренінгу у експериментальній групі**

Складова	Т-критерій Вілкоксона W	p
Загальний рівень	0.00	0.002
Емоційна обізнаність	4.50	0.021
Управління емоціями	0.00	0.006
Самомотивація	0.00	0.014
Розпізнавання емоцій інших	5.00	0.043
Емпатія	1.00	0.008

Подібні значущі зміни відбулися й у всіх інших компонентах. Зокрема, у сфері емоційної обізнаності показник $p = 0.021$ ($W = 4.50$), в управлінні емоціями – $p = 0.006$ ($W = 0.00$), самомотивації – $p = 0.014$ ($W = 0.00$), розпізнаванні емоцій інших – $p = 0.043$ ($W = 5.00$) і емпатії – $p = 0.008$ ($W = 1.00$). Усі ці результати вказують на статистично значущі покращення, які свідчать про ефективність проведеного тренінгу у підвищенні рівня емоційного інтелекту серед учасників.

У результатах Таблиці 3.3 експериментальної групи після тренінгу спостерігається зменшення стандартного відхилення з 15.9 до 8.88, що вказує на значне зниження розбіжностей у показниках учасників. Це свідчить про підвищення однорідності та стабільності результатів, що може бути ознакою ефективності тренінгу. Також зниження коефіцієнта варіації з 46 до 32 підтверджує зменшення варіативності результатів та кращу згуртованість серед учасників після тренінгу.

Таблиця 3.3

Стандартне відхилення та коефіцієнт варіації контрольної та експериментальної груп

Група	Показник	До тренінгу	Після тренінгу
Експериментальна	Стандартне відхилення	15.9	8.88
	Коефіцієнт варіації	46	32
Контрольна	Стандартне відхилення	13.6	12.7
	Коефіцієнт варіації	68	10

У контрольній групі змін у стандартному відхиленні практично не відбулося — показник знизився лише з 13.6 до 12.7. Це вказує на відсутність суттєвих змін у варіативності результатів серед учасників контрольної групи. Коефіцієнт варіації в контрольній групі зменшився з 68 до 10, що може свідчити про значні коливання у даних перед тренінгом, але після його проведення відбулося зниження варіативності.

Результати контрольної групи в Таблиці 3.4 не демонструють значних змін після тренінгу. Загальний рівень інтелекту зріс з 2.00 до 13.2. Емоційна обізнаність зросла з 3.70 до 5.60, що є помітним, але все ще на середньому рівні, що вказує на незначне покращення в усвідомленні своїх емоцій. Розпізнавання емоцій інших також показало зростання з 3.90 до 5.60, однак ці зміни не є значними.

Таблиця 3.4

Середнє значення складових емоційного інтелекту в контрольній групі до та після тренінгу

Складова	До тренінгу	Після тренінгу
Загалом	2.00	13.2
Емоц. обізнаність	3.70	5.60
Управл. емоціями	-6.70	-3.50
Самомотивація	0.20	3.40
Емпатія	0.90	2.10
Розпізн. емоц. інших	3.90	5.60

Водночас, складова «Управління емоціями» не показала суттєвих поліпшень, з показником -6.70 до -3.50 , що свідчить про збереження труднощів у контролі емоцій. Самомотивація зросла з 0.20 до 3.40 , що є помітним поліпшенням. Емпатія також зросла, але з 0.90 до 2.10 зміни є незначними. Загалом, результати контрольної групи вказують на деякі зміни, але вони не є вираженими.

У загальному відгуки учасників експериментальної групи після тренінгу з емоційного інтелекту були позитивними. Вони висловлювали вдячність за активну взаємодію, яка сприяла створенню позитивної соціально-психологічної атмосфери в групі.

Серед найкращих моментів тренінгу учасники виділяли відкриті обговорення та практичні вправи, що дозволяли їм краще розуміти свої емоції та ефективно взаємодіяти з іншими. Особливо їм сподобалась можливість застосовувати нові знання в реальних ситуаціях, що допомогло зміцнити їхню впевненість у власних силах. Декілька учасників висловили побажання побачити більше інтерактивних завдань, які дозволяють глибше зануритись у процес розвитку емоційного інтелекту та самопізнання.

Основною трудностю в процесі проведення тренінгу стало використання онлайн формату, що інколи ускладнювало ефективну взаємодію та відчуття групової синергії. Крім того, декілька разів відчувалася нестача часу на рефлексію після практичних вправ, що впливало на можливість учасників глибоко осмислити та засвоїти навички саморегуляції.

Отримані нами результати після апробації програми дають змогу говорити про підвищення рівня складових емоційного інтелекту та його загального показника серед продавців автомобілів з досвідом роботи до 5 років, що підтверджує нашу гіпотезу: **впровадження програми розвитку емоційного інтелекту з акцентом на саморегуляцію сприятиме підвищенню показників емоційного інтелекту (самосвідомості,**

саморегуляції, самомотивації, емпатії та соціальних навичок) у продавців автомобілів зі стажем роботи до 5 років.

Для підвищення ефективності програми розвитку емоційного інтелекту, з акцентом на саморегуляції для продавців автомобілів з досвідом роботи до 5 років, ми рекомендуємо комбінувати онлайн та офлайн формати занять. Також пропонуємо збільшити час для рефлексії після виконання практичних вправ.

Висновки до розділу 3.

1. Розроблене методичне забезпечення спрямоване на розвиток емоційного інтелекту, з акцентом на саморегуляції, у продавців автомобілів з досвідом роботи до 5 років. Програма реалізована у форматі психологічного тренінгу та включає три основні компоненти: інформаційно-смысловий, діагностичний і корекційно-розвивальний. У роботі застосовувалися методи когнітивно-поведінкової терапії, арт-терапії та майндфулнес-підходу, що забезпечує комплексний вплив на розвиток емоційного інтелекту.

2. Модель технології розвитку емоційного інтелекту для продавців автомобілів з досвідом роботи до п'яти років побудована на врахуванні внутрішньоособистісних та міжособистісних аспектів емоційного інтелекту з акцентом на саморегуляції. Вона організована у вигляді послідовних етапів, що сприяють формуванню ключових компетенцій: самоусвідомлення, самомотивації, саморегуляції, емпатії та соціальних навичок. Такий підхід забезпечує системний розвиток емоційного інтелекту загалом.

3. У ході формувального експерименту було проведено вісім онлайн-занять, тривалістю по дві години кожне. Учасниками занять були продавці автомобілів з професійним досвідом до 5 років.

4. Результати експерименту підтвердили гіпотезу, що впровадження програми розвитку емоційного інтелекту з акцентом на саморегуляцію сприяє підвищенню показників емоційного інтелекту, зокрема таких складових, як самосвідомість, саморегуляція, самомотивація, емпатія та соціальні навички у продавців автомобілів зі стажем до 5 років. Учасники продемонстрували

значущу позитивну динаміку в розвитку емоційного інтелекту та його складових.

Отже, ефективна реалізація програми розвитку емоційного інтелекту створює передумови для зростання професійної ефективності учасників, покращення їхньої взаємодії з клієнтами та підвищення загальної продуктивності у сфері продажу автомобілів.

ВИСНОВКИ

Кваліфікаційна робота здобувача ступеня магістра психології присвячена теоретичному обґрунтуванню, розробці та емпіричній перевірці технології розвитку емоційного інтелекту продавців автомобілів. Кваліфікаційна робота передбачає визначення теоретичних засад вивчення емоційного інтелекту продавців автомобілів, емпіричне дослідження емоційного інтелекту та його складових, розробку моделі технології розвитку емоційного інтелекту продавців автомобілів, обґрунтування структурних та змістовних особливостей технології розвитку емоційного інтелекту продавців автомобілів та розробку й апробацію програми розвитку емоційного інтелекту продавців автомобілів.

1. Емоційний інтелект визначено як сукупність навичок, що дозволяють розпізнавати, розуміти й управляти емоціями – власними та інших людей. Його структура включає внутрішньоособистісний та міжособистісний аспекти, які забезпечують гармонійний розвиток особистості, професійну ефективність і адаптивність у динамічних умовах.

2. У професійній діяльності продавців автомобілів емоційний інтелект проявляється через здатність до усвідомлення власних почуттів, саморегуляцію, самомотивацію, емпатію та толерантність до невизначеності.

3. Дослідження показало, що працівники з досвідом роботи до 5 років демонструють труднощі в саморегуляції, що частково підтверджує гіпотезу про нижчий рівень емоційного інтелекту у менш досвідчених продавців. Водночас працівники зі стажем понад 5 років демонструють кращі навички емоційної регуляції, підкреслюючи значення досвіду для розвитку емоційного інтелекту в професійній діяльності.

4. На основі теоретичних підходів було розроблено модель технології розвитку емоційного інтелекту продавців автомобілів та створено технологію розвитку емоційного інтелекту продавців автомобілів із досвідом роботи до 5 років. Вона побудована за принципом інтеграції внутрішньоособистісного і

міжособистісного аспектів та включає три компоненти: інформаційно-смысловий, діагностичний, корекційно-розвивальний.

5. Формувальний експеримент підтвердив гіпотезу, що впровадження програми розвитку емоційного інтелекту з акцентом на саморегуляцію сприятиме підвищенню показників емоційного інтелекту (самосвідомості, саморегуляції, самомотивації, емпатії та соціальних навичок) у продавців автомобілів зі стажем роботи до 5 років. Учасники програми пройшли 8 тренінгових занять та продемонстрували значну позитивну динаміку у розвитку емоційного інтелекту та його складових. Апробація програми розвитку емоційного інтелекту була реалізована в онлайн-форматі на базі ТОВ «ТОРГОВО-СЕРВІСНИЙ ЦЕНТР «АВТОЕКСПО».

6. Результати дослідження підтверджують важливість розвитку емоційного інтелекту для професійної діяльності продавців автомобілів, які мають досвід роботи до 5 років. Розроблена технологія є ефективним інструментом для підвищення рівня емоційного інтелекту, а також професійної ефективності працівників.

7. Подальші дослідження можуть бути спрямовані на адаптацію та розширення технології розвитку емоційного інтелекту для інших професійних сфер, які вимагають інтенсивної взаємодії з клієнтами або роботи в умовах високого рівня стресу й невизначеності. Також перспективним є вивчення довгострокових ефектів впровадження програми, зокрема її впливу на професійну ефективність, рівень задоволеності роботою та емоційне благополуччя учасників.

Список використаних джерел

1. Августюк М. Теоретичний аналіз концептуальних підходів до операціоналізації емоційного інтелекту // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Психологія». Острог : Вид-во НаУОА, 2021. № 13. С. 81–87.
2. Беллегем С. 10 найгарячіших трендів Customer Experience (CX) у 2024 році. URL: <http://surl.li/tzvoo> (дата звернення: 28.10.2024).
3. Боснюк В., Олефір В., Перелигіна Л. Інтелектуально-емоційний ресурс копінг-поведінки рятувальника: монографія. Харків, 2016. 158 с.
4. Бреус Ю. Емоційний інтелект як особистісний ресурс професійного становлення представників соціономічних професій // SOCIETY, INTEGRATION, EDUCATION. Proceedings of the International Scientific Conference. – Rezekne, 2014. – V. I. – С. 65–74.
5. Бреус Ю. Емоційний інтелект як чинник професійного становлення майбутніх фахівців соціономічних професій у вищих навчальних закладах : автореф. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.07 / Київ. ун-т ім. Б. Грінченка. Київ, 2015. 22 с.
6. Бурстін Дж. Навички, які необхідні кожному новому лідеру. URL: <http://surl.li/bwginv> (дата звернення: 30.10.2024).
7. Гордієнко-Митрофанова І., Гоголь Д. Позитивна психотерапія: навчальний посібник з психотерапевтичних практик розвитку усвідомленої стресостійкості. Київ : ГО «МНГ», 2022. 221 с. URL: <http://surl.li/ivzhxk> (дата звернення: 27.10.2024).
8. Гоулман Д. Емоційний інтелект у бізнесі. Харків : Віват, 2023. 525 с.
9. Гоулман Д. Емоційний інтелект. Харків : Віват, 2019. 511 с.
10. Гура Г. Толерантність до невизначеності як чинник ухвалення рішень та стресової адаптації керівників бізнесу. Науковий вісник

Херсонського державного університету. Серія Психологічні науки. 2023. №2 С.39–49

11. Гура Т. Тренінгові технології як засіб розвитку емоційного інтелекту // Теорія і практика управління соціальними системами. 2022. № 1. С. 17–29. URL: <http://surl.li/uxexfi> (дата звернення: 04.11.2024).

12. Дерев'янку С. Розуміння емоцій як раціональний компонент емоційного інтелекту // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету імені Т. Шевченка. Серія : Психологічні науки. 2012. № 94. С. 144–148.

13. Дерев'янку С. Теоретико-методологічні аспекти цілеспрямованого розвитку емоційного інтелекту // Теорія і практика сучасної психології. 2016. № 1. С. 12–15.

14. Дерев'янку С. Феноменологія емоційного інтелекту. Чернігів : Десна Поліграф, 2016. 312 с.

15. Діомідова Н. Теоретичні підходи до визначення емоційного інтелекту. Міжнародний науковий журнал «Науковий огляд». 2015. Т.4. Вип.14. С. 17–22.

16. Дикун В., Мороз В., Стасюк В. Методологія дослідження морально-психологічного стану особового складу військ (сил) : навч.-метод. посіб. Київ : 7БЦ, 2023. 81 с.

17. Донован А. Самомотивація. Харків : Фабула, 2019. 256 с.

18. Зарицька В. Соціально-психологічні чинники розвитку емоційного інтелекту // Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2021. Вип. 2. С. 19–22.

19. Іванова Ю., Ушакова І. Оцінка особистісних якостей менеджерів як фактору підвищення ефективності роботи компанії. URL: <http://surl.li/eovtdr> (дата звернення: 01.11.2024).

20. Карамушка Л. Зміст та структура тренінгу «Психологія організаційного розвитку освітніх організацій» // Актуальні проблеми

психології: збірник наукових праць Інституту психології імені Г. Костюка НАПН України / за ред. С. Максименка, Л. Карамушки. 2011. Т. I. Вип. 31. С. 3–13. URL: <http://surl.li/jhqdr1> (дата звернення: 28.10.2024).

21. Карамушка, Л., Терещенко, К. Особливості управлінських рішень щодо забезпечення психічного здоров'я та розвитку толерантності до невизначеності у персоналу комерційних організацій в умовах війни // Вчені записки Університету «КРОК», 2024. № 3(75), С.183–193. URL: <http://surl.li/eiegjx> (дата звернення: 28.10.2024).

22. Козляковський П. Загальна психологія: Навч. посібник: В 2 т. – 2-ге вид., доп. і переробл. – Т. II. – Миколаїв : Вид-во МДГУ ім. П. Могили, 2004. – 240 с.

23. Кокурн О., Пішко І., Лозінська Н., Копаниця О., Герасименко М., Ткаченко В. Збірник методик діагностики лідерських якостей курсантського, сержантського та офіцерського складу: Методичний посібник. Київ : НДЦ ГП ЗСУ, 2012. С. 200–204.

24. Кокурн О. Психологія професійного становлення сучасного фахівця: Монографія. – К.: ДП «Інформ.-аналіт. агентство», 2012. – 200 с.

25. Концептуальні засади і методика глибинної психокорекції: підготовка психолога-практика / Яценко Т., Іваненко Б., Аврамченко С., Євтушенко І. Київ : Вища школа, 2008. 342 с.

26. Літнарівч Р. Основи математичної статистики у психології. Частина 3 : навчальний посібник. Рівне : МЕНУ, 2006. 49 с.

27. Ложкін Г., Воляннюк Н., Солтик О. Психологія праці : навч. посіб. Хмельницький : ХНУ, 2013. 191 с.

28. Лящ О. Детермінанти та можливості формування емоційного інтелекту особистості // Вид-во НПУ імені М. Драгоманова. Випуск 1 (46), 2015. URL: <http://surl.li/kxhxho> (дата звернення: 01.11.2024).

29. Марчук С. Теоретичний аналіз поняття емоційного інтелекту в психології // Науковий вісник Ужгородського національного університету.

Серія: Психологія. 2021. № 3. С. 20–23. URL: <http://surl.li/mbrmdb> (дата звернення: 20.10.2024).

30. Марусинець М. Прикладні аспекти дослідження толерантності до невизначеності // Соціальна психологія. 2005. № 3(11). С. 90–97.

31. Матійків І. Тренерська майстерність: теорія і практика : методичний посібник. Львів : Сполом, 2021. 504 с.

32. Матійків І. Тренінг емоційної компетентності : навч.-метод. посібник / І. Матійків. Київ : Педагогічна думка, 2012. 112 с.

33. Мельник Ю. Психологічні стратегії життєдіяльності в умовах ситуаційної невизначеності : дис. канд. психол. наук : 19.00.01 / Київ, 2020. 325 с.

34. Методики дослідження психічного здоров'я та благополуччя персоналу організацій : психологічний практикум / Л. Карамушка, О. Креденцер, К. Терещенко, В. Лагодзінська, В. Івкін, О. Ковальчук ; за ред. Л. Карамушки. Київ : Інститут психології імені Г. Костюка НАПН України, 2023. С. 38–41.

35. Носенко Е. Теорія емоційного інтелекту. Дніпропетровськ : ДНУ, 2014. 73 с.

36. Носенко Е., Коврига Н. Емоційний інтелект: концептуалізація феномену, основні функції : монографія. Київ : ДНУ, 2003. 28 с.

37. Носенко Е., Коврига Н. Емоційна розумність як детермінанта успішності життєдіяльності людини і шляхи її операціоналізації // Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Педагогіка і психологія». 2000. Вип. 6. С. 3–9.

38. Опанасюк І. Психологічна сутність феномену «емоційний інтелект» // Збірник наук. праць : філософія, соціологія, психологія. Івано-Франківськ : ДВНЗ «Прикарпат. нац. ун-т ім. Василя Стефаника», 2013. Вип. 18. Ч. 1. 213 с.

39. Павлов І., Горіна М. Робота з емоціями. Я відчуваю... Що? 100+ технік. Харків : Моноліт-Bizz, 2022. 150 с.
40. Психологічні умови попередження професійного стресу та професійного вигорання керівників освітніх організацій / Бондарчук О., Карамушка Л., Москальова А. та ін. Київ, 2015. 148 с.
41. Рондяк П., Смирнов О., Скуратівська В. Посібник з продажів. Київ : Колор консалтінг, 2010. 282 с.
42. Семиченко В., Артюшина К. Проблема невизначеності у теорії та практиці вищої школи // Вісник Національного авіаційного університету. Серія : Педагогіка. Психологія. 2019. № 2(15). С. 141–152.
43. Собченко О. Здібності у структурі емоційного інтелекту як фактор формування особистості // Наука. Релігія. Суспільство. 2010. № 4. С. 84–87.
44. Соколов М. Практика усвідомленості. Харків : Віват, 2024. 224 с.
45. Соломіна Г., Бондарчук О. Толерантність до невизначеності як показник когнітивного стилю керівників загальноосвітнього навчального закладу // Вісник Чернігів. нац. пед. ун-у ім. Т. Г. Шевченка. Психологічні науки. 2019. Т. 1, вип. 84. С. 47–51.
46. Ставицький О. Інтолерантність як основний прояв гандикапізму // Наукові записки. 2011. Вип. 18. С. 230–239.
47. Тимошко Г. Організаційна культура керівника загальноосвітнього навчального закладу: теорія і практика : монографія. Ніжин : М.С., 2014. 596 с.
48. Технології роботи організаційних психологів : навч. посіб. / за ред. Л. Карамушки. Київ : ІНКОС, 2005. 366 с.
49. Трейсі Б. Як продавати та стати майстерним продавцем. URL: <http://surl.li/rwsoju> (дата звернення: 28.10.2024).
50. Фалько Н., Остополець І., Шарапова Ю. Толерантність до невизначеності в контексті життєстійкості особистості // Габітус. Загальна психологія. Історія психології. 2024. № 59. С. 57–60.

51. Хілько С. Психологічні умови формування толерантності до невизначеності у майбутніх психологів : дис. канд. психол. наук : 19.00.07 / Київ, 2018. 279 с.
52. Шпак М. Психологічна концепція розвитку емоційного інтелекту особистості в онтогенезі // Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 12. Психологічні науки. Випуск 10(55). 2020. С. 125–134. URL: <http://surl.li/powvdz> (дата звернення: 20.10.2024).
53. Bar-On, R., Wheelwright, S. The empathy quotient: An investigation of adults with Asperger syndrome or high functioning autism, and normal sex differences // *Journal of Autism and Developmental Disorders*, 2004. pp. 163–175.
54. Bar-On, R. Emotional Intelligence in Men and Women: Bar-On Emotional Quotient Inventory: Technical Manual. Toronto : Multi-Health Systems, 1997.
55. Belleghem, S. The CX leaders manual to customer excellence. URL: <http://surl.li/cxadct> (дата звернення: 18.10.2024).
56. Bokuniewicz, S. Tolerance of uncertainty and ambiguity of the situation and anxiety as a state and as a feature. URL: <http://surl.li/lbjhcd> (дата звернення: 15.10.2024).
57. Chaturvedi Sharma, P. Unveiling investment behavior: through emotional intelligence, social stigma, financial literacy and risk tolerance // *International Journal of Social Economics*. April 2024. URL: <http://surl.li/dbbltg> (дата звернення: 28.10.2024).
58. Chrusciel, Don. Considerations of emotional intelligence (EI) in dealing with change decision management // *Management Decision: Quarterly Review of Management Technology*. 01 Jun 2006, Vol. 44, Issue 5, pp. 644–657.
59. Frenkel-Brunswick, E. Tolerance towards ambiguity as a personality variable // *The American Psychologist*. 1948. № 3. P. 268.
60. Gardner, H. *Frames of mind: The theory of multiple intelligences*. New York : Basic Books, 1983. 271 p.

61. Gardner, H. Multiple intelligences: The theory in practice. New York : Basic Books, 1993. 304 p.
62. Goleman, D. Working with emotional intelligence. New York : Bantam Books, 1998. 383 p.
63. Mayer, J., Salovey, P. Emotional intelligence and the construction and regulation of feelings // *Applied and Preventive Psychology*, 1999. pp. 197–208.
64. Mayer, J., Salovey, P., Sluyter, D. (Eds.). What is emotional intelligence? In: *Emotional development and emotional intelligence: Educational implications*. New York : Basic Books, 1997. pp. 3–31.
65. Petrides, K., Furnham, A. On the dimensional structure of emotional intelligence // *Personality and Individual Differences*. 2000. Vol. 29, no. 2, pp. 313–320.
66. Smith, M., Van Oosten, E., Boyatzis, R. E. The Best Managers Balance Analytical and Emotional Intelligence. URL: <http://surl.li/mfvvjn> (дата звернення: 01.11.2024).
67. Saarni, C. Emotional competence: How emotions and relationships become integrated // In: R. A. Thompson (ed.), *Nebraska Symposium on Motivation*. 1990. Vol. 36. Socioemotional development. Lincoln : University of Nebraska, pp. 115–182.
68. Saarni, C. A Skill-Based Model of Emotional Competence: A Developmental Perspective. URL: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED430678.pdf> (дата звернення: 25.10.2024).
69. Taylor, A. Emotional Intelligence Measures: A Systematic Review 2021 Dec; 9(12) URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8701889/> (дата звернення: 01.11.2024).
70. Rizeanu, S., Claudia, M., Matianu, C. The role of emotional intelligence in leadership // *Romanian Journal of Psychological Studies*, Hyperion University. 2022. URL: <http://surl.li/chhxds> (дата звернення: 25.10.2024).

Додаток А

Зміст тренінгової програми розвитку емоційного інтелекту продавців автомобілів

Заняття 1

Тема. Знайомство та основи емоційного інтелекту.

Мета: створити сприятливу атмосферу для ефективної роботи в групі шляхом знайомства учасників і формування довіри; визначити індивідуальні та спільні цілі, а також очікування від програми; ознайомити учасників із теоретичними основами емоційного інтелекту, його значенням у професійній діяльності та впливом на робочі результати; сформувати базове розуміння емоційного інтелекту для подальшого його розвитку.

Тривалість 120 хвилин.

Інформаційно-смісловий компонент.

Коротка презентація тренера та учасників, обговорення мети та завдань тренінгу – 15 хв.

Вправа «Ланцюжок емоцій» [39]

Мета: налагодити емоційний контакт, поділитися своїми емоціями або переживаннями на даний момент, а також налаштуватися на роботу в команді.

Хід виконання.

Кожен учасник починає з фрази: «Я відчуваю сьогодні (називає емоцію або стан) і це схоже на (лід або вогонь)». Далі він «передає емоційний ланцюжок» наступному, наприклад, через погляд, жест. Інший учасник продовжує у тому ж стилі, ділиться своїм станом.

Після того, як усі учасники поділяться своїми емоціями, ведучий пропонує обговорення. Можна поставити питання: «Як ви відчували себе після того, як висловили свої емоції?» або «Чи змінилося ваше сприйняття після того, як почули інших?»

Введення в теорію емоційного інтелекту – 20 хв.

Мета: психоосвітній компонент.

Матеріали: презентація.

Хід виконання: огляд теоретичних основ емоційного інтелекту, розбір основних типів емоційного інтелекту, їх значення для професійної взаємодії та впливу на результати роботи.

Встановлення правил взаємодії – 10 хв.

Обговорення та узгодження правил роботи в групі, формування етики спілкування, визначення стандартів взаємодії для комфортної роботи всіх учасників.

Учасники разом з ведучим обговорюють правила, за якими працюватиме група протягом тренінгу, це можуть бути як загальні принципи поведінки, так і конкретні умови роботи, які допоможуть уникнути конфліктів і забезпечать комфорт для кожного. Наприклад: слухаємо один одного без перебивання, відкритість до думок інших, повага до кожного учасника, уникнення критики, дотримання таймінгу, тощо.

Діагностичний компонент.

Визначення цілей і очікувань, обговорення індивідуальних цілей кожного учасника для участі в тренінгу – 25 хв.

Вправа «Міст» [31]

Мета: допомогти учасникам сформулювати свої сподівання та побажання від тренінгу.

Ведучий пояснює, що всі очікування є важливими, і кожен має можливість висловитися без оцінки або критики, потім просить кожного учасника написати одне або кілька своїх очікувань від тренінгу в чат. Це можуть бути особисті цілі, навички, які учасники хочуть здобути, або емоційний стан, якого вони очікують досягти. Після цього учасники по черзі зачитують свої очікування, коментують їх, що створює колективне поле очікувань, міст в майбутнє.

Ведучий проводить обговорення, звертаючи увагу на загальні та унікальні очікування, що допомагає краще зрозуміти групові інтереси. На

основі цього він обіцяє, що тренінг буде структурований з урахуванням очікувань і, за можливості, намагатиметься їх виправдати.

Корекційно-розвивальний компонент.

Формування групової динаміки, розширення емоційного тезаурусу та усвідомлення емоцій – 30 хв.

Вправа «Емоційний словник» [14]

Мета: розширити емоційний тезаурус учасників, сприяти усвідомленню емоцій та почуттів.

Необхідні матеріали: папір, ручки або олівці.

Хід виконання: протягом 5 хвилин учасники записують слова у два стовпчики, які допомагають їм точно виразити позитивні і негативні почуття.

Після цього проводиться аналіз кількості записаних слів:

- більше 30 слів – словниковий запас дозволяє диференційовано виражати почуття, це передумова того, що емоційні переживання будуть зрозумілі оточуючим;

- 20 – 30 слів – необхідно прагнути до поповнення власного емоційного словника;

- менше 10 слів – необхідно більше уваги приділяти емоційному тезаурусу.

Далі ведучий звертає увагу на те, яких емоцій більше, позитивних або негативних, що допоможе охарактеризувати особистість, її ставлення до життя.

Вправа «Емоційні асоціації» [14]

Мета: усвідомлення емоцій та їх адекватна вербалізація.

Хід виконання. Ведучий по черзі оголошує слова: єрепенитися, окрилитися, імпонувати, осатаніти, мучитися, пітушитися, кукситися, приліпитися, мліти, затамувати, оціпеніти, баритися, сумбур, приголомшити, сяяти, зашарітися.

Після кожного слова учасники діляться асоціаціями: які емоції або почуття викликає слово, описують ситуації, в яких вони могли б це відчувати.

Ведучий заохочує відкритість, ставить уточнювальні питання, підтримує тих, хто вагається.

Після обговорення всіх слів учасники діляться загальними враженнями: які емоції було легко, а які складно описувати, і чому.

Підведення підсумків заняття – 20 хв.

Обговорення отриманих знань, вражень та емоцій, усвідомлення їх.

Роз'яснення домашнього завдання: почати ведення «Щоденника емоцій» [1], в якому фіксувати свої емоції протягом дня, пробувати аналізувати, як вони впливають на поведінку та взаємодію з іншими.

Заняття 2

Тема. Усвідомлення емоцій та їх вплив на професійну діяльність.

Мета: поглибити розуміння учасниками природи емоцій та їхньої ролі в професійній взаємодії; допомогти усвідомити власні емоційні реакції та їхній вплив на поведінку і результати роботи; провести практичні вправи для розвитку навичок розпізнавання емоцій, а також аналізу їхнього впливу на професійні ситуації; сформуванню основи для ефективного емоційного самоконтролю та професійного зростання.

Тривалість 120 хвилин.

Інформаційно-смісловий компонент

Мета: психоосвітній компонент.

Матеріали: презентація.

Хід виконання.

Огляд теоретичних основ про емоції, їх значення та ролі у професійній діяльності. Розгляд прикладів, як емоційні реакції впливають на робочі результати та міжособистісні стосунки на робочому місці – 10 хв.

Діагностичний компонент

Учасники проходять опитування, відповідають на 30 тверджень по Методиці оцінювання емоційного інтелекту Г. Голла [1]. За результатами проводиться обговорення – *10 хв.*

Корекційно-розвивальний компонент

Учасники виконують вправи на розширення розуміння своєї емоційної компетентності.

Вправа «Портрет емоційно-компетентної людини» [32] – *40 хв.*

Мета: створення спільно з учасниками образу емоційно компетентної людини, усвідомлення впливу емоційної обізнаності на поведінку і результати роботи, налаштування учасників на підвищення власної емоційної компетентності з метою подальшого перенесення цього досвіду в професію.

Хід роботи.

Ведучий пояснює мету вправи та пропонує учасникам вибрати картку з запропонованих з мудрими думками. Учасники читають обрані картки та коментують їх у контексті емоційної компетентності.

Ведучий ставить запитання для обговорення: «Що означає бути емоційно компетентним?», «Навіщо керувати емоціями?», «Чи кожен може бути емоційно компетентним?».

Думки учасників записуються в чаті, створюючи спільний портрет емоційно компетентної людини.

Обговорення допомагає учасникам зрозуміти, які риси притаманні емоційно компетентній людині та як їх розвивати.

**Приклади мудрих думок.*

Слухай, що говорять люди, але і розумій, що вони відчують. Східна мудрість

Тільки серцем ми бачимо ясно. А. Сент-Екзюпері

Теплі слова розтоплюють холодні серця. Щирість – це відкрите серце. Ф. Ларошфуко

Найголовніше у спілкуванні – це почути те, що не було висловлено.

Дракер

Інтонація голосу, очі і весь образ співрозмовника містять не менше красномовства, ніж слова. Ф. Ларошфуко

На людей впливають не самі події, а те, як люди їх сприймають. Епікет

Якщо ми не знаходимо спокою у собі, безнадійно його шукати будь-де.

Ф. Ларошфуко

Моя таємниця успіху полягає в умінні зрозуміти точку зору іншої людини і дивитися на речі з її і з своєї точок зору. Г. Форд

Неможливо змінити світ, але можна змінити себе. Японська мудрість

Вправа «Емоційний барометр» [39]

Мета вправи: допомогти учасникам усвідомити, як різні емоції впливають на їхню професійну поведінку та рішення; сприяти аналізу зв'язку між емоційними станами і результатами роботи; стимулювати рефлексію щодо емоційної реакції на різні професійні ситуації та їхній вплив на продуктивність і взаємодію з колегами.

Матеріали: папір, олівець або ручка.

Хід роботи: учасникам пропонується список емоцій (радість, страх, гнів, натхнення, тривога). Кожен учасник індивідуально оцінює за шкалою (від 1 до 10), наскільки певна емоція впливає на їхню професійну поведінку (продуктивність, прийняття рішень, комунікацію). Після індивідуальних оцінок відбувається групове обговорення. Учасники діляться своїми спостереженнями, порівнюють, як різні емоції впливають на їх робочі результати.

Аналіз впливу емоцій на поведінку – 40 хв.

Групова дискусія

Мета: сприяти усвідомленню учасниками впливу емоцій на їхню роботу та взаємодію з колегами через обмін власними досвідами; виявити як позитивні, так і негативні аспекти емоційного реагування у професійному

середовищі; сформувати розуміння того, як емоційний стан впливає на робочі результати та стосунки з колегами.

Хід проведення.

Ведучий пропонує учасникам поділитися прикладами з власного досвіду, коли емоційні реакції (як позитивні, так і негативні) вплинули на їхню роботу чи стосунки з колегами. Учасники розповідають свої історії, пояснюючи, як саме емоції вплинули на їхню поведінку та результати діяльності. Після кожної історії проводиться обговорення, де група аналізує, які емоційні реакції були корисними або шкідливими для професійної взаємодії та результатів.

Ведучий підсумовує обговорення, наголошуючи на важливості емоційного самоконтролю і того, як позитивні емоційні реакції можуть сприяти кращій продуктивності та взаємодії в команді.

Підведення підсумків заняття – 20 хв.

Обговорення отриманих знань про вплив емоцій на професійну діяльність; рефлексія про практики самостереження за емоціями і їх впливом на роботу.

Домашнє завдання: продовжувати вести «Щоденник емоцій», звертаючи увагу на емоційні реакції у побутових та професійних ситуаціях; подивитись мультфільм «Думками навиворіт».

Заняття 3.

Тема. Аналіз емоційного досвіду та розвиток навичок саморефлексії.

Мета: допомогти учасникам зрозуміти власний емоційний досвід і ідентифікувати емоційні тригери; розвинути навички саморефлексії через аналіз власних емоційних станів і їхнього впливу на поведінку; надати інструменти для ефективного самоаналізу і розуміння емоційних моделей поведінки; сприяти обміну досвідом серед учасників через групові дискусії для покращення взаєморозуміння та емоційного розвитку.

Тривалість 120 хвилин.

Інформаційно-смісловий компонент.

Групові обговорення – 30 хв.

Групове обговорення вправи «Емоційний щоденник»

Мета: допомогти учасникам краще усвідомити власні емоційні стани та чинники, що їх викликають; поглибити розуміння емоційних тригерів і їхнього впливу на поведінку, професійну діяльність та особисті стосунки; сприяти розвитку навичок саморефлексії через ведення емоційного щоденника, що допоможе в аналізі емоцій та їхнього впливу на поведінку.

Хід роботи: ведучий пропонує учасникам поділитись досвідом ведення емоційного щоденника, де вони вже протягом тижня фіксували свої емоційні стани, ситуації, що їх спричинили, та їхній вплив на поведінку.

Кожен учасник розповідає про найбільш помітні емоційні стани, які він зафіксував, та тригери, що викликали ці емоції.

Група обговорює, як записування та усвідомлення емоцій допомагає контролювати їх та впливати на професійну поведінку.

Групове обговорення емоційних тригерів

Мета: аналіз тригерів учасників, що впливають на продуктивність, комунікацію та взаємини з колегами й близькими.

Хід роботи: учасники діляться основними емоційними тригерами, що найчастіше виникають у їхній професійній діяльності та особистих стосунках.

Ведучий ставить уточнюючі питання, підсумовує обговорення, робить акцент на важливості ідентифікації тригерів для покращення емоційного самоконтролю та ефективності на роботі і в особистому житті.

Діагностичний компонент.

Оцінка власної емоційної обізнаності за допомогою діагностичного інструменту: Анкета самооцінки емоційної компетентності [32] – 20 хв.

Учасникам пропонується дати відповідь на питання анкети щодо власних якостей за 5-бальною шкалою: емоційне самоусвідомлення, управління емоціями, психофізіологічна саморегуляція, життєва позиція,

позитивне мислення, мотивація досягнення, компетентність у часі, соціальна чуйність, асертивність поведінки.

Потенціал емоційної компетентності тим вищий, чим більшу кількість балів набрав учасник.

Групова дискусія та обмін досвідом – 20 хв.

Групова дискусія «Емоційно-забарвлені ситуації»

Мета: допомогти учасникам проаналізувати складні емоційні ситуації, з якими вони стикалися в роботі; сприяти пошуку ефективних способів вирішення цих ситуацій через розвиток саморефлексії та саморегуляції; сформувати навички емоційного самоконтролю для покращення професійної взаємодії та ефективності.

Хід роботи.

Учасники діляться прикладами складних емоційних ситуацій з роботи (конфлікти, стрес, невдоволення клієнтів чи колег), описують свої емоції та їхній вплив на поведінку та результати.

Група аналізує ситуації та обговорює можливі підходи до вирішення за допомогою саморефлексії та саморегуляції. Ведучий наголошує на важливості усвідомлення емоцій та їхнього впливу, пропонує техніки самоконтролю.

Учасники формулюють рекомендації щодо покращення емоційного самоаналізу для управління емоціями та зниження стресу на роботі.

Техніка емоційного самоаналізу [32] допомагає звільнитися від негативних емоцій, визначити проблеми та шляхи самовдосконалення.

Питання для самоаналізу:

Що відбувається зараз?

Що я думаю і відчуваю?

Чи адекватні мої емоції?

Чому я переживаю ці емоції?

Чого я хочу і як діяти далі?

Корекційно-розвивальний компонент.

Рольова гра по казці «Про трьох поросят» - 40 хв. [31]

Імітується сцена, коли поросята будують будинки: один із соломи, другий із дерева, а третій — із цегли, потім приходять вовк і намагається зруйнувати їхні будинки.

Мета: допомогти учасникам проаналізувати свої емоційні реакції у складних ситуаціях, подібних до тих, що трапляються у процесі продажів; сприяти розвитку стратегічного мислення та контролю емоцій під тиском; навчити учасників аналізувати наслідки різних рішень та підходів у роботі з клієнтами; покращити навички саморефлексії через рольові ситуації та взаємодію з «викликами» (роль вовка).

Хід гри.

Ведучий коротко нагадує казку «Про трьох поросят» і пояснює контекст гри.

Учасникам роздаються ролі трьох поросят і вовка. Поросята обирають «матеріали» для будівництва (солома, дерево, цегла), що символізують різні підходи в продажах: від швидких до стратегічних рішень.

Вовк символізує важкі ситуації або складних клієнтів, які «атакують» будинки поросят, перевіряючи стійкість їхніх підходів. Поросята обґрунтовують свої рішення та реагують на атаки, використовуючи емоції та прийняті стратегії.

Обговорення: група аналізує, як кожен підхід вплинув на результат і які емоції виникли (страх, упевненість, паніка, стійкість).

Учасники визначають, які стратегії були ефективними і як їх можна застосувати в продажах. Ведучий підсумовує, що підготовка і емоційна стійкість є ключовими в робочих викликах.

Рефлексія: учасники роблять висновки, як емоції впливали на їхні рішення в грі та як можна застосувати отриманий досвід для саморефлексії та розвитку навичок емоційного самоконтролю в роботі з клієнтами.

Підсумки заняття та зворотний зв'язок – 10 хв.

Учасники діляться своїми враженнями від заняття; обговорюють зміни, які помітили у своїй поведінці та емоційному стані з початку тренінгу. Висловлюються щодо важливості регулярної саморефлексії для розвитку емоційного інтелекту та покращення професійної діяльності.

Учасники обговорюють, як вони можуть застосовувати отримані знання та техніки в повсякденній роботі для кращого управління емоціями.

Домашнє завдання. Продовжувати вести «Емоційний щоденник», зосереджуючи увагу на ключових тригерах, які викликають емоційні стани. Записати міркування щодо того, як тригери впливають на дії та стосунки з іншими людьми. Обрати один випадок, коли можна було б відреагувати інакше. Обдумати альтернативні підходи до ситуації, враховуючи можливість саморегуляції та усвідомленого вибору реакції.

Заняття 4.

Тема. Самомотивація: шлях до особистісного та професійного зростання.

Мета: ознайомити учасників з техніками підвищення самомотивації, які сприятимуть досягненню особистісних і професійних цілей; розвинути здатність учасників мотивувати себе у складних ситуаціях та підтримувати внутрішню мотивацію для досягнення успіху в професійній діяльності; навчити застосовувати стратегії самомотивації для подолання перешкод і збереження фокусу на ключових завданнях.

Тривалість 120 хвилин.

Інформаційно-смісловий компонент.

Теоретичний блок – 10 хв.

Мета: психоосвітній компонент, ознайомлення учасників з основами самомотивації, ефективними техніками її розвитку та практичним застосуванням стратегій для підтримки внутрішньої мотивації в особистісному та професійному зростанні.

Матеріали: презентація.

Хід виконання:

Коротко пояснити поняття самомотивації як процесу досягнення цілей і подолання труднощів, підкреслити її важливість для успіху, особливо в професійному середовищі.

Огляд технік підвищення самомотивації. Описати основні техніки: SMART-цілі, позитивне мислення, фокусування на цінностях, візуалізація успіху, поділ великих цілей на менші кроки, значення самооцінки та відзначення досягнень для підтримки мотивації.

Вплив на особистісне і професійне зростання. Пояснити, як самомотивація сприяє особистісному розвитку і професійній ефективності, допомагаючи долати стрес та зберігати фокус. Навести приклади застосування стратегій для подолання перешкод і підтримки ентузіазму.

Діагностичний компонент.

Учасники проходять опитування за Методикою «Дослідження професійної мотивації» (В. Осьодло) [16]. За результатами проводиться обговорення – 15 хв.

Корекційно-розвивальний компонент.

Вправи на розвиток навичок самомотивації та критичного мислення – 40 хв.

Вправа «Мотивуючий контроль» [31]

Мета. Розвинути навички самомотивації та саморефлексії Вправа спрямована на усвідомлення учасниками зв'язку між їхніми життєвими цінностями, відчуттям часу та впливом цього на мотивацію і взаємодію з іншими.

Хід виконання.

Учасники відповідають на питання: «Який взаємозв'язок між сприйняттям часу і ставленням до життя, оточуючих та роботи?». Вони висловлюють думки про вплив минулого досвіду, поточних обставин чи планів на майбутнє на їхню мотивацію та взаємодію.

Пропонується обміркувати два висловлювання:

«Живіть у гармонії з минулим, теперішнім і майбутнім».

«Бажання – це іскра, від якої починає працювати двигун».

Після короткої рефлексії учасники обговорюють, як ці висловлювання можна застосувати у професійному житті, особливо у роботі з клієнтами, де важливі самоорганізація і мотивація.

Підведення підсумків: група обговорює, як усвідомлення значення часу і власних бажань підтримує мотивацію та сприяє побудові ефективних взаємин і підвищенню якості професійної діяльності.

Вправа «Ментальні перешкоди» [17]

Мета: сприяти розвитку навичок самомотивації та критичного мислення через ідентифікацію особистих ментальних бар'єрів та спільне обговорення способів їх подолання, допомагає учасникам усвідомити, як обмежувальні переконання впливають на їхню мотивацію, та стимулює критичне мислення під час аналізу власних обмежень і пошуку продуктивних рішень.

Хід виконання.

Учасники об'єднуються в пари для створення атмосфери довіри.

Кожен ділиться з партнером власними ментальними бар'єрами (страх невдачі, перфекціонізм тощо) та їхнім впливом на досягнення цілей.

Партнер уважно слухає та ставить запитання для глибшого аналізу, щоб виявити причини бар'єрів.

Учасники разом обговорюють стратегії подолання перешкод, оцінюючи їхню ефективність. Наприклад, планування малих кроків для підвищення впевненості чи використання технік самомотивації (позитивна самопідтримка, реалістичні цілі).

Рефлексія. Кожна пара ділиться з групою своїми висновками та успішними стратегіями, обговорюючи роль критичного мислення і самомотивації у досягненні цілей.

Постановка цілей та планування – 40 хв.

Вправа «SMART-цілі» [17]

Мета. Допомогти учасникам формулювати конкретні та досяжні цілі, що підвищить їх мотивацію та забезпечить чітке розуміння кроків до досягнення результату. Вправа сприяє усвідомленню важливості планування та організації в досягненні професійних цілей.

Хід виконання.

1. Пояснення концепції SMART-цілей.

Огляд елементів SMART-цілей у контексті продажів:

S (Specific) – ціль має бути конкретною, наприклад, збільшити кількість проданих авто певного класу або покращити показники обслуговування клієнтів.

M (Measurable) – визначити, як виміряти досягнення цілі (наприклад, кількість продажів за місяць).

A (Achievable) – переконатися, що ціль реальна з огляду на ресурси та час.

R (Relevant) – важливо, щоб ціль відповідала професійним завданням продавця.

T (Time-bound) – встановити конкретний термін для досягнення, наприклад, «до кінця місяця» або «за три місяці».

2. Запропонувати кожному учаснику обрати одну ціль, що відповідає поточним завданням. Наприклад, «збільшити кількість успішних продажів за місяць» або «підвищити рівень задоволеності клієнтів у післяпродажному обслуговуванні».

3. Кожен продавець формулює свою ціль відповідно до SMART. Наприклад, замість «продавати більше», ціль може звучати як «збільшити продажі автомобілів середнього класу на 15% у наступні три місяці, залучаючи не менше 10 нових клієнтів щомісяця».

4. Учасники визначають конкретні кроки для досягнення цілі «Залучати більше клієнтів через соціальні мережі. Проводити щотижневий

аналіз причин успішних і невдалих продажів. Застосовувати нові техніки переконання під час демонстрації автомобілів». Кожен крок має бути прив'язаний до термінів і результатів.

5. Учасники діляться своїми SMART-цілями та планами дій у парах чи групах, обговорюючи, як їхні цілі сприятимуть досягненню загальних результатів відділу продажів. Також вони можуть надати зворотний зв'язок колегам щодо реалістичності і практичності поставлених цілей.

Обговорення та підведення підсумків – 15 хв.

Групова дискусія про отримані знання, обмін планами і стратегіями самомотивації.

Домашнє завдання. Після кожної зустрічі з клієнтом записувати коротку саморефлексію щодо того, що пройшло добре і над чим потрібно працювати. Формулювання: «Після того, як я завершую зустріч із клієнтом, я запишу один урок або позитивний момент із зустрічі». Такий підхід допомагає підтримувати мотивацію і рефлексувати над своїм професійним розвитком. Переглянути фільм «Зелена книга».

Заняття 5.

Тема. Саморегуляція. Інструменти контролю емоцій.

Мета: розвинути навички ідентифікації власних емоцій у різних ситуаціях; навчити учасників технікам саморегуляції для ефективного управління емоціями, зокрема у стресових або конфліктних ситуаціях; надати учасникам інструменти контролю емоцій, що дозволяють зберігати емоційну рівновагу та приймати зважені рішення в професійній діяльності; сприяти підвищенню емоційної стійкості та зменшенню впливу негативних емоцій на робочий процес.

Тривалість 120 хвилин.

Інформаційно-смісловий компонент.

Ідентифікація та регуляція емоцій – 15 хв.

Мета: ознайомити учасників з основами емоційних реакцій та навчити розпізнавати й регулювати емоції, що впливають на поведінку в професійній діяльності.

Матеріали: презентація.

Хід виконання.

Ознайомлення з теорією емоційних реакцій.

Коротке пояснення, як виникають емоції та як їх розпізнавати.

Розбір етапів регуляції емоцій.

Обговорення послідовності від розпізнавання до контролю емоцій.

Презентація типів емоцій та їхнього впливу.

Огляд різних емоцій та їхнього впливу на поведінку.

Вивчення стратегій реагування на стрес: адаптивні та дезадаптивні реакції.

Корекційно-розвивальний компонент.

Вправи на саморегуляцію емоцій – 40 хв.

Вправа «Маніпуляційна розминка» [14]

Мета: навчити продавців викликати у клієнта певні емоції непомітно, розвинути навички відстеження процесу впливу та усвідомлення емоційного впливу, що є важливим для успішних переговорів і продажів.

Хід виконання.

Кожен учасник отримує індивідуальне завдання викликати у партнера певну емоцію під час бесіди. Наприклад, «викликати цікавість», учасник має розмовляти так, щоб зацікавити співрозмовника в темі.

Приклади завдань для емоційного впливу:

Викликати жалість, спонукаючи до емпатії.

Створити інтерес або бажання розпитувати більше.

Викликати реакцію самосхвалення у партнера.

Кожен учасник відповідає на питання: «Які емоції та почуття ти відчув під час розмови?». Після цього «маніпулятор» озвучує завдання і результати порівнюються з отриманими відповідями партнера.

Ведучий підкреслює важливість усвідомлення змін у власному настрої та емоційному стані. Здатність помічати ці зміни допомагає ефективніше протистояти маніпуляціям та застосовувати емоційний вплив у професійних ситуаціях, як-от спілкування з клієнтами та ведення переговорів.

Практики усвідомленості – 30 хв.

Введення в принципи усвідомленості та їх значення для управління емоціями у режимі «тут і зараз», допомагає розпізнавати емоційні реакції, не піддаючись їм автоматично, що сприяє кращому управлінню емоціями.

Вправа «Десять кроків звільнення від небажаних емоцій» [14].

Мета: допомогти продавцям опанувати техніку регуляції емоцій для зниження негативного впливу стресу, неприємних ситуацій з клієнтами та підтримання емоційної стабільності у професійній діяльності.

Хід виконання (медитативна техніка).

Стан рівноваги. Заспокоїтись за допомогою глибокого дихання чи релаксації.

Концентрація на проблемі. Пригадати ситуацію з клієнтом, яка викликає неприємні емоції.

Визначення емоції. Чітко назвати емоцію (наприклад, роздратування), оцінити її інтенсивність за 10-бальною шкалою та вирішити, чи хочете від неї звільнитися.

Фізичні відчуття. Звернути увагу на тіло, з'ясувати, де проявляються емоції (наприклад, тиск у грудях або напруга в плечах).

Образи та асоціації. Визначити, який образ пов'язується з цими відчуттями (наприклад, камінь у грудях).

Відокремлення «Я» від емоції. Усвідомити, що емоція є частиною вас, але не визначає вас.

Відпускання емоцій. Обрати спосіб звільнення: дихання: уявити, як негативний образ покидає тіло з видихом; переживання емоції: дозволити собі відчувати емоцію повністю, спостерігаючи за змінами; танець чи малюнок: виразити емоцію через рух або творчість.

Перевірка. Відчувати полегшення як знак звільнення від емоції.

Переоцінка інтенсивності. Повторити кроки, якщо інтенсивність емоції не зменшилась до мінімуму.

Похвала. Завершити вправу, відзначивши власне досягнення словами «Я впорався!».

Заключний етап. Після виконання вправи ведучий підбиває підсумки, запитуючи учасників про їхні відчуття та зміни у стані після проходження кроків. Обговорюються ефективність техніки та можливі способи її застосування у реальних професійних ситуаціях для підтримання емоційної рівноваги.

Діагностичний компонент.

Стратегії для управління стресовими ситуаціями – 25 хв.

Вправа «Стресові тригери на роботі» [7]

Мета. Допомогти учасникам визначити основні стресові ситуації, з якими вони стикаються на роботі, та розробити ефективні адаптивні стратегії для їх подолання або пом'якшення. Вправа спрямована на розвиток навичок саморегуляції та управління стресом.

Хід виконання.

Учасники пригадують ситуації на роботі, які викликають у них стрес (наприклад, вимогливі клієнти, жорсткі дедлайни, складні переговори).

Кожен учасник оцінює, як зазвичай реагує на ці ситуації. Поділ реакцій на адаптивні (наприклад, дихальні вправи, звернення за підтримкою) і дезадаптивні (наприклад, уникання, гнів).

Учасники обирають одну стресову ситуацію та створюють план дій для її подолання, використовуючи адаптивні стратегії (наприклад, підготовка до розмови, використання пауз для контролю емоцій, позитивне мислення).

Рефлексія. Учасники діляться своїми стратегіями в групі, отримують зворотний зв'язок і обговорюють, як ці підходи можуть допомогти знизити стрес на роботі.

Обговорення і підведення підсумків – 10 хв.

Групова дискусія про те, як використовувати отримані знання та техніки для саморегуляції на робочому місці для підвищення емоційної стійкості та ефективності в професійній діяльності.

Хід виконання.

Учасники діляться своїми враженнями від отриманих знань і технік саморегуляції, обговорюють їх практичне застосування на робочому місці.

Група обговорює конкретні робочі ситуації, де ці техніки можуть бути корисними, та розглядає приклади для їх ефективного використання.

Кожен учасник визначає одну техніку, яку він планує впровадити у своїй щоденній роботі.

Домашнє завдання. Продовжувати вести «Щоденник емоцій», акцентуючи увагу на використанні технік регуляції емоцій. Практикувати 5-хвилинну усвідомленість для зниження емоційної напруги. За бажанням читати книгу Браяна Джефрі Фогга «Tiny Habits. Крихітні звички, які змінюють життя».

Заняття 6.

Тема. Емпатія: розуміння та підтримка емоцій оточуючих.

Мета: розвинути в учасників здатність розуміти емоції інших людей та правильно на них реагувати; ознайомити учасників з техніками активного слухання та емпатійного сприйняття для покращення міжособистісної взаємодії; навчити використовувати емпатію для створення здорового та

підтримуючого робочого середовища, покращуючи взаєморозуміння та комунікацію в команді.

Тривалість 120 хвилин.

Інформаційно-смісловий компонент

Роль емпатії в побудові стосунків з колегами та клієнтами – 10 хв.

Мета. Ознайомити учасників з основами емпатії та її значенням у професійній взаємодії, особливо в сфері продажів. Розкрити механізми та типи емпатії, а також показати, як вона сприяє побудові довірчих стосунків із клієнтами та колегами, покращуючи якість комунікації та зменшуючи конфлікти.

Матеріали: презентація.

Хід виконання.

Тренер надає визначення емпатії та пояснює різницю між когнітивною та емоційною емпатією. Він розповідає про механізми емпатії та наводить приклади з професійного життя, показуючи, як ці навички можуть бути застосовані у взаємодії з клієнтами та колегами.

Розгляд значення емпатії в побудові довірчих стосунків. Учасники обговорюють приклади ситуацій, коли емпатійне ставлення допомогло побудувати довірливі стосунки з клієнтами або колегами, підвищити якість обслуговування та зменшити конфлікти.

Діагностичний компонент

Проведення діагностики за опитувальником по методиці «Шкала емоційного відгуку» А. Меграбяна і Н. Епштейна [22]. За результатами проводиться обговорення – 15 хв.

Корекційно-розвивальний компонент.

Вправи для розвитку емпатії – 40 хв.

Вправа «Епітети» [14]

Мета: розвиток емпатії, необхідної для кращого розуміння емоцій клієнтів та створення довірливих стосунків у процесі продажу.

Матеріали: фотографії з зображенням людей, які переживають різні емоційні стани, що можуть бути актуальними під час взаємодії з клієнтами (наприклад, задоволення, розчарування, цікавість, нерішучість).

Хід виконання.

Кожний учасник отримує фото, на якому зображено людину в певному емоційному стані, та інструкцію. Роздивіться уважно фото та охарактеризуйте людину на ньому. Завдання — надати характеристику не окремих рис обличчя, а особистості в цілому, підібрати не менше 7 епітетів, які розкриватимуть характер людини та її емоційний стан (спокійна, радісна, розгублена, зацікавлена, незадоволена тощо).

Під час обговорення результатів учасники зможуть обмінятися думками про те, як розуміння емоційних станів допомагає їм в роботі з клієнтами, особливо у складних ситуаціях або при прийнятті рішення про покупку.

Вправа «Активне слухання» [39]

Мета: навчити учасників слухати без оцінювання та інтерпретації, розвиваючи здатність розуміти емоції клієнтів та співробітників, що сприяє побудові довірливих стосунків і підвищує ефективність комунікації.

Хід роботи.

Учасники діляться на пари. Один учасник виконує роль клієнта, який має певну проблему чи переживає емоційний стан (наприклад, нерішучість щодо вибору автомобіля або розчарування від попереднього досвіду покупки). Інший учасник грає роль продавця, який практикує активне слухання.

Продавець повинен уважно слухати клієнта, не перебиваючи його, не оцінюючи і не інтерпретуючи сказане. Його завдання — показати своє розуміння через невербальні знаки (кивки, підтримуючий зоровий контакт) та використання технік активного слухання, таких як перефразування і уточнення

Рефлексія. Після завершення вправи пари обговорюють, як вони себе почували під час розмови, та що допомагало або заважало налагодженню емоційного контакту. Потім учасники міняються ролями.

Кейс-стаді. Аналіз реальних ситуацій – 40 хв.

Мета: навчити учасників застосовувати емпатію для вирішення емоційних конфліктів та непорозумінь у професійних ситуаціях, що сприяє покращенню взаємодії з клієнтами та колегами.

Хід виконання.

Розбір кейсів. Учасники отримують реальні професійні ситуації, з якими можуть зіткнутися у сфері продажу автомобілів (клієнт, який висловлює розчарування через затримку доставки автомобіля або конфлікт між колегами через розподіл обов'язків). Вони аналізують причини конфлікту або непорозуміння та обговорюють, як можна було б використати емпатію для його вирішення. Наприклад, проявляючи розуміння почуттів клієнта, визнаючи його емоції та пропонуючи підтримку чи альтернативні варіанти вирішення ситуації.

Робота в малих групах.

Учасники об'єднуються в малі групи та працюють над кейсами разом. Їх завдання — розробити конкретні рішення для кожної ситуації з акцентом на емпатійну взаємодію, обговорюють, як продавці можуть ефективно вислухати клієнта, розпізнати його емоції та знайти спільне рішення, яке задовольняє обидві сторони.

Презентація та зворотний зв'язок.

Після завершення роботи групи презентують свої рішення, обґрунтовуючи, як емпатійний підхід допоміг би знизити емоційну напругу та вирішити конфлікт.

Інші учасники та тренер надають зворотний зв'язок, пропонуючи додаткові варіанти або техніки, які могли б підсилити емпатійну взаємодію.

Обговорення та підведення підсумків – 15 хв.

Групове обговорення. Учасники діляться своїми враженнями та досвідом, як емпатія допомагає їм у роботі з клієнтами та взаємодії з колегами; аналізують, які нові техніки вони опанували під час тренінгу і як планують

застосовувати їх у реальних ситуаціях для покращення якості комунікації та підвищення продажів. Підведення підсумків.

Домашнє завдання. Продовжувати практикувати активне слухання та емпатійний підхід у щоденних комунікаціях. Записати спостереження про результати використання цих технік у взаємодії з іншими.

Заняття 7.

Тема. Соціальні навички. Ефективна комунікація та співпраця.

Мета: розвинути соціальні навички учасників; ознайомити учасників з техніками ефективного спілкування та асертивності, що дозволяють зменшити конфлікти і покращити взаєморозуміння; навчити учасників застосовувати отримані навички у професійних комунікаціях для поліпшення командної роботи та ефективної взаємодії.

Тривалість 120 хвилин.

Інформаційно-смісловий компонент.

Основи соціальних навичок і комунікації – 10 хв.

Мета. Навчити учасників основам соціальних навичок та їхній ролі у створенні ефективної комунікації, з акцентом на асертивність. Розширити розуміння технік емоційної підтримки, фокусуючись на розвитку емпатії, активного слухання та асертивності для покращення робочих відносин.

Матеріали: презентація.

Хід виконання.

Тренер починає з короткої лекції про важливість соціальних навичок для професійного спілкування. Увага приділяється ролі асертивності в здатності відстоювати власні погляди при збереженні поваги до думок інших.

Огляд технік емоційної підтримки. Тренер демонструє приклади з реальних професійних ситуацій, де застосування цих технік сприяло створенню позитивного середовища та вирішенню конфліктів.

Корекційно-розвивальний компонент – 90 хв.

Рольова гра «Конфлікт на робочому місці»

Мета. Робота з навичками емоційного інтелекту для ефективного управління конфліктними ситуаціями на робочому місці. Покращити розуміння та застосування соціальних навичок.

Хід виконання.

Учасники поділяються на малі групи. Кожній групі надаються сценарії типових конфліктних ситуацій, що можуть виникнути в автосалоні.

Групи застосовують соціальні навички для розігрування сценаріїв, намагаючись знайти оптимальні рішення конфліктів. Рольова гра включає переговори між клієнтами та продавцями, обговорення проблем з менеджментом та взаємодію між колегами.

Після рольових ігор відбувається групове обговорення, де учасники аналізують використані стратегії та їх ефективність.

Тренер надає зворотний зв'язок, акцентуючи на ключових аспектах емоційного інтелекту, які були використані під час розігрування.

Вправа «Асертивна відмова. Так – Ні» [32]

Мета: формування навичок асертивної відмови та прохання про допомогу в контексті роботи з клієнтами та колегами.

Хід виконання.

Учасники об'єднуються в пари, де один виступає в ролі прохача, а інший — у ролі того, хто відповідає. На першому етапі використовується лише голос, і спілкування відбувається за допомогою слів "так" і "ні". Учасники можуть змінювати гучність голосу, інтонацію та темп мовлення, щоб виразити свої емоції та налаштування.

Після того, як учасники опанували голосові варіації, їм пропонується задіяти все тіло: використовувати жести, змінювати дистанцію та позиції, щоб посилити свої відповіді та виразити впевненість або емпатію. Потім учасники обмінюються ролями.

Учасники переходять до реалістичних сценаріїв, де один учасник виступає у ролі клієнта або колеги, який звертається з проханням (наприклад,

знизити ціну на автомобіль або допомогти виконати додаткові завдання). Інший учасник практикує техніки асертивної відмови.

Примітка. Техніки асертивної відмови:

Уважне слухання прохання. Визначення своєї позиції. Впевнена та ввічлива відмова. Пояснення та аргументація. Відтермінування дії. Альтернативне рішення.

Рефлексія. Після завершення вправи учасники обговорюють свої відчуття та враження від виконання завдання. Ведучий запитує, що було складним або легким у практиці асертивної відмови, і які техніки виявилися найбільш ефективними.

Учасники діляться досвідом, як вони можуть застосовувати ці навички в реальних професійних ситуаціях для досягнення бажаного результату, зберігаючи доброзичливість та впевненість.

Ведучий підсумовує обговорення, наголошуючи на важливості асертивної комунікації для ефективної взаємодії з клієнтами та колегами, а також на тому, як ці техніки допомагають підтримувати емоційну стабільність і професіоналізм.

Вправа «Невиконана обіцянка» [32]

Мета. Навчити продавців автомобілів застосовувати гнучкість у поведінці та ефективно реагувати на ситуації, коли клієнти або колеги не виконують обіцянки, що є типовим випробуванням у їхній роботі.

Хід виконання.

Тренер пропонує сценарій, наприклад, коли клієнту пообіцяли доставку автомобіля в певний термін, але через логістичні затримки автомобіль не прибув вчасно.

Разом з учасниками тренер записує в чаті можливі емоції та емоційні реакції, які можуть виникнути у клієнта та у продавця. Наприклад, розчарування, злість, стрес.

Аналізуються переваги та недоліки різних способів реагування на ситуацію, такі як виправдання, активне слухання скарг клієнта, пропозиція компенсації або альтернативних варіантів. Учасники обговорюють, які дії можуть бути емоційно доцільними та сприяти вирішенню конфлікту.

Після обговорення кожен учасник відіграє коротку рольову гру, де вони практикують найбільш ефективні способи реагування на невиконані обіцянки. Тренер надає зворотний зв'язок та корективи для кожного учасника, щоб підвищити їх вміння адаптуватися та вирішувати подібні ситуації в майбутньому.

Діагностичний компонент.

Обговорення і підведення підсумків - 20 хв.

Групове обговорення про застосування навичок ефективної комунікації у повсякденній роботі та їх зв'язок із раніше засвоєними знаннями щодо регуляції емоцій та самомотивації;

Підсумки щодо розвитку емоційного інтелекту у міжособистісних стосунках.

Домашнє завдання. Продовжувати застосовувати техніки активного слухання та асертивного спілкування на робочому місці. Фіксувати в «Щоденнику емоцій» результати взаємодії з колегами та клієнтами, оцінюючи зміни у взаємодії.

Заняття 8.

Тема. Фінальний етап. Підсумки та стратегія подальшого розвитку.

Мета: підвести підсумки програми, проаналізувати досягнення учасників та зміни в рівні розвитку емоційного інтелекту; надати учасникам можливість самостійно оцінити власний прогрес та визначити сильні та слабкі сторони у сфері емоційного інтелекту; розробити індивідуальні стратегії подальшого розвитку емоційного інтелекту для ефективного застосування навичок у професійному та особистому житті; забезпечити простір для зворотного зв'язку та обміну враженнями щодо програми.

Тривалість 120 хвилин.

Інформаційно-смісловий компонент.

Короткий огляд усіх тем програми – 20 хв.

Тренер узагальнює основні теми, які були розглянуті протягом програми і пропонує учасникам поділитися своїми персональними успіхами та викликами, з якими вони зіткнулися під час програми. Важливим елементом є аналіз змін у рівні емоційної компетентності кожного учасника, заснований на записах у «Щоденнику емоцій», де вони фіксували свої щоденні переживання, реакції та рефлексії на різні ситуації.

Діагностичний компонент

Учасники проходять повторне опитування по Методиці оцінювання емоційного інтелекту Г. Голла [1] для визначення результатів тренінгу. За результатами проводиться обговорення – 15 хв.

Корекційно-розвивальний компонент.

Складання індивідуальних планів дій – 35 хв.

Вправа «План емоційного розвитку» [39]

Мета. Забезпечити продавців автомобілів інструментами для розробки персональних стратегій підтримки та розвитку навичок емоційного інтелекту. Зосередити увагу на самопідтримці, емоційній гігієні та усвідомленому управлінні емоціями для збереження емоційної рівноваги та ефективного управління стресом у довготривалій перспективі.

Хід виконання.

Учасники пишуть власні плани емоційного розвитку, визначають специфічні техніки та дії, які вважають корисними для підтримки їхньої емоційної рівноваги та управління стресом у довготривалій перспективі. План може включати ведення щоденника емоцій, регулярні перерви для релаксації протягом робочого дня, регулярна фізична активність, техніки маїндфулнес, відвідування тренінгів.

Учасники за бажанням діляться своїми планами з групою, обговорюючи передбачувані виклики та можливості їхнього втілення. Групове обговорення допомагає учасникам отримати зворотний зв'язок та ідеї від колег і тренера, що збільшує шанси на успішне застосування плану.

Медитативна практика з елементами арт-терапії – 25 хв.

Вправа «Дерево життя» [44]

Мета. Використання медитації та арт-терапії для глибокої рефлексії над особистим зростанням учасників, що символізує їх навчання, силу та розвиток через створення «Дерева життя».

Хід виконання.

Тренер створює спокійне та натхненне середовище та проводить техніки дихання та розслаблення, пояснюючи значення дерева як символу життя, росту та розвитку.

Візуалізація дерева. Учасники закривають очі та уявляють своє дерево, від коріння до верхівки.

Корені. Символізують навчання та підтримку, що учасники отримали.

Стовбур. Відображає їхню особисту силу та стабільність.

Гілки та листя. Представляють нові навички та можливості.

Творче завдання.

Після медитації учасники переносять свої візуалізації на папір, малюючи своє дерево з використанням кольорів та символів, які відображають їхні досягнення та особистий ріст. Учасники можуть додати кілька слів або фраз, що описують їхні відчуття та досвіди протягом тренінгу.

Рефлексія та обговорення:

Учасники діляться своїми «деревами» та описами з групою, обговорюючи, як цей процес відображає їхнє зростання.

Тренер проводить обговорення, стимулюючи учасників до роздумів про те, як вони можуть застосувати здобуті знання та візуалізовані образи у своєму професійному та особистому житті.

Заключне обговорення та завершення програми – 25 хв.

Вправа «Підсумковий Міст» [31]

Мета. Символічно завершити програму з акцентом на індивідуальних досягненнях учасників, оцінивши ступінь реалізації їхніх первинних очікувань від тренінгу та відзначити їхній особистий та професійний розвиток.

Хід виконання.

Тренер демонструє учасникам скріншот з чату, де вони записали свої очікування на першому занятті.

Кожен учасник самостійно оцінює, чи були вони виконані. Вони можуть дати відповіді на питання: Що я навчився? Як я можу застосувати здобуті навички? Які зміни відбулися у моєму професійному житті?

Учасники діляться своїми враженнями і досягненнями з групою, обговорюють, як змінилися їхні погляди, як вони застосовували нові знання та як це вплинуло на їхню роботу та особисте життя.

Тренер і інші учасники надають зворотний зв'язок, висловлюють підтримку та вдячність за вклад кожного в загальний досвід групи.

Тренер підводить підсумки програми, наголошуючи на ключових моментах навчання та розвитку кожного учасника; підкреслює важливість продовження використання та розвитку навичок емоційного інтелекту.

Домашнє завдання. Застосовувати складений план дій у реальних робочих ситуаціях та продовжувати розвивати навички емоційного інтелекту в довготривалій перспективі. За бажанням переглянути серіали «Мільярди» (2016), «Велика мала брехня» (2017), де робляться акценти на психологічних інтригах, маніпуляціях в міжособистісних відносинах та розкриваються теми управління емоціями у складних соціальних ситуаціях.

Відгук наукового керівника на кваліфікаційну роботу

ППП/б студента__Валентина Чербар

Тема кваліфікаційної роботи_Технологія розвитку емоційного інтелекту продавців автомобілів _____

Критерій		Рівень реалізованості критерію		
		низький	середній	високий
Вступ	Обґрунтування актуальності теми			✓
	Коректне формулювання мети, об'єкта, предмета, завдань дослідження			✓
	Коректне формулювання гіпотези дослідження			✓
	Наявність теоретичної та практичної значущості дослідження			✓
	Оригінальність ідеї, новизна			✓
Теоретичні засади дослідження	Ґрунтовний аналіз наукової літератури з теми дослідження		✓	
	Формулювання проблеми, визначення протиріччя, недостатньої розробленості питання			✓
	Несуперечність понятійного апарату дослідження			✓
Психодіагностичне дослідження	Вибір та обґрунтування методів і методик психодіагностичного дослідження			✓
	Доцільність і правильність використання описової статистики			✓
	Використання методів порівняння (Стьюдент-тест або інші)			✓
	Використання кореляції та/або інших методів багаторівневого аналізу			✓
	Змістовність аналізу та інтерпретації результатів			✓
Програма формувального експерименту	Теоретичне обґрунтування корекційно-розвивальної програми			✓
	Відповідність використаних методів, прийомів, технік меті та завданням корекційно-розвивальної програми (3 бали)			✓
	Завершеність (деталізованість) розроблення занять корекційно-розвивальної програми			✓
	Апробованість результатів корекційно-розвивальної програми			✓

Вис- новки	Змістовність висновків до розділів		✓	
	Логічність та інформативність висновків наукової роботи		✓	
Оформлення кваліфікаційної роботи	Додержання загальних вимог до написання курсової роботи (шрифт, інтервал, поля тощо), додержання вимог до нумерації сторінок, розділів, підрозділів			✓
	Додержання вимог до оформлення таблиць / графіків / діаграм			✓
	Наявність посилань у тексті на формули, таблиці, рисунки, літературні джерела, додатки та додержання вимог до їх оформлення			✓
	Відсутність у роботі орфографічних, граматичних та синтаксичних помилок, додержання норм літературної мови			✓
	Використання сучасних вітчизняних та іноземних джерел інформації та оформлення списку використаних джерел відповідно до встановлених вимог			✓
Відсоток унікальності тексту кваліфікаційної роботи	Перевірка програмою_ КП1 -5,16%, КП2 - 2,18%			
Інші здобутки автора кваліфікаційної роботи	<u>ні</u>		Так	
Список використаних джерел складається з понад 50 найменувань			✓ %	
Наявність у списку використаних джерел понад 30 % наукових робіт, виданих за останні 5 років	✓			
Участь у Всеукраїнському етапі конкурсу-захисту студентських наукових робіт	✓			
Перемога (1– 3 місця) у Всеукраїнському етапі конкурсу-захисту студентських наукових робіт	✓			
Одноосібна стаття за темою дослідження (від 0,5 др. арк.)	✓			
Стаття за темою дослідження (від 0,5 др. арк.) у співавторстві	✓			
Одноосібні тези за темою дослідження	✓			
Тези за темою дослідження у співавторстві			✓	

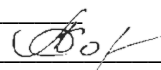
Висновок наукового керівника: Допустити / не допустити до захисту

Оцінка кваліфікаційної роботи __відмінно (90б.) _____

Додатковий коментар наукового керівника _____

Науковий керівник

Колісник Л.О.


(підпис)


Дата __13.12.2024_____

Інформаційна довідка¹⁾
щодо якісних показників кваліфікаційної роботи

П.І.Б. здобувача вищої освіти Чербар Валентина Анатоліївна
Освітній ступінь магістр
Спеціальність 053 «Психологія»
Освітня програма «Організаційна психологія»

№ з/п	Якісні показники кваліфікаційної роботи	Зазначити так/ні
1	Виконана за програмою академічної мобільності	ні
2	Високий рівень використання програмного забезпечення ²⁾	ні
3	Результати впроваджено на підприємстві, (в організації, установі) або в навчальному процесі ³⁾	так
4	Виконана на замовлення підприємства (організації, установи) ⁴⁾	ні
5	Захищена на підприємстві (в організації, установі)	ні
6	Захист англійською мовою ⁵⁾	ні
7	Комплексна кваліфікаційна робота ⁶⁾	ні
8	Виконана під подвійним керівництвом ⁷⁾	ні
9	Поглиблена наукова складова (участь в НДР, участь у всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт)	ні
10	Результати оприлюднені в тезах доповіді, фаховій статті	так

Керівник кваліфікаційної роботи


(підпис)

Людмила Колісник
(Ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

¹⁾ додається до відгуку керівника на кваліфікаційну роботу здобувача за усіма освітніми ступенями;

²⁾ крім спеціальностей ІТ-спрямування, ОП «Економічна кібернетика»;

³⁾ враховується лише за наявності акту впровадження;

⁴⁾ враховується лише за наявності листа-замовлення на проведення дослідження;

⁵⁾ крім англійських освітніх програм та освітніх програм спеціальностей 035 «Філологія», 292 «Міжнародні економічні відносини»;

⁶⁾ виконана двома або більше здобувачами однієї або різних спеціальностей;

⁷⁾ співкерівництво кваліфікаційної роботи здійснено викладачем і фахівцем-практиком або науково-педагогічним працівником СумДУ та іноземного ЗВО.

Вих. № 33 від 25.11.2024

РЕЦЕНЗІЯ

на кваліфікаційну роботу здобувачки освітньої кваліфікації
магістра психології

Чербар Валентини Анатоліївни

«Технологія розвитку емоційного інтелекту продавців автомобілів»

Актуальність дослідження розвитку емоційного інтелекту продавців автомобілів зумовлена викликами сучасного бізнес-середовища, яке характеризується швидкими соціотехнічними змінами та високою невизначеністю, спричиненою як глобалізацією, так і геополітичними кризами. У сфері автомобільного бізнесу в Україні емоційний інтелект стає вирішальним фактором професійної ефективності, сприяючи не лише адаптації до стрімких змін, але й створенню довірливих відносин із клієнтами. Здатність продавців управляти власними емоціями та розуміти потреби інших допомагає мінімізувати стрес, вирішувати конфлікти та забезпечувати стійкість у конкурентному середовищі, що робить розвиток емоційного інтелекту критично важливим у контексті сучасних викликів.

Означені положення зумовлюють актуальність проблематики кваліфікаційної роботи Чербар В.А., адже метою дослідницьких зусиль авторки є теоретично обґрунтувати, розробити та провести апробацію технології розвитку емоційного інтелекту продавців автомобілів.

У першому розділі наукового дослідження Чербар В.А. визначено сутнісні характеристики емоційного інтелекту, розглянуто прояви емоційного інтелекту продавців автомобілів та підходи до його розвитку у продавців автомобілів.

У другому розділі кваліфікаційної роботи Чербар В.А. розкрито хід та результати власного експериментального дослідження емоційного інтелекту у продавців автомобілів. Так, дослідницею визначено, що продавці автомобілів мають середній рівень емоційного інтелекту, проте працівники зі стажем до 5 років відчують труднощі в управлінні емоціями, водночас продавці зі стажем понад 5 років демонструють кращі навички емоційної регуляції, підкреслюючи значення досвіду для розвитку емоційного інтелекту. Крім того, продавці автомобілів мають високий рівень самомотивації, що є ключовим фактором успіху в продажах, вони демонструють кращі результати, особливо при досягненні високих обсягів реалізації.

У третьому розділі кваліфікаційної роботи авторкою обґрунтовано та презентовано модель технології розвитку емоційного інтелекту продавців автомобілів та програму розвитку емоційного інтелекту продавців автомобілів.

Водночас робота не позбавлена певних недоліків. Так, можна було б детальніше описати практичну значущість дослідження щодо можливості впровадження результатів у суміжних галузях. Деякі таблиці чи графіки можуть бути оформлені більш візуально привабливо, наприклад, із використанням сучасних форматів для кращого сприйняття інформації.

Незважаючи на це, кваліфікаційна робота Чербар В.А. містить нові як теоретичні, так і практичні експериментально одержані результати. Логічність та системність розв'язання проблеми розвитку емоційного інтелекту продавців автомобілів дає підстави вважати кваліфікаційну роботу Чербар В.А. цілісним, завершеним дослідженням, що заслуговує на високі оцінки.

В.о. директора



В. ВИСОКОС

СЕКЦІЯ 9

ПРОБЛЕМИ Й ПЕРСПЕКТИВИ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ

Колісник Л.О.,

канд. психол.н., практичний психолог СумДУ

Чербар В.А.,

магістрантка спеціальності «Організаційна психологія» СумДУ

ЗНАЧЕННЯ ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ У ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОДАВЦІВ АВТОМОБІЛІВ

У контексті технологічного розвитку, глобалізації та прогресу автомобільної промисловості, автомобільний ринок переживає істотні трансформації: збільшення попиту на екологічно чисті та енергоефективні транспортні засоби, застосування нових інструментів продажу, таких як онлайн-торгівля, віртуальні тури по автосалонах, інтерактивні екрани та планшети для демонстрації характеристик і параметрів автомобілів, порівняння моделей та надання докладної інформації щодо доступних опцій. У цьому контексті, продавцям необхідно швидко адаптуватись до сучасних уподобань автовласників та автомобільних інновацій. Крім самого автомобіля, важливими факторами вибору є неусвідомлені почуття клієнтів, сформовані рівнем комфорту салону, організацією робочих процесів та професіоналізмом менеджерів.

Розвиток компаній з продажу автомобілів тісно пов'язаний з професіоналізмом їх співробітників – їх здатністю будувати взаємовигідні відносини, приймати обдумані рішення та ефективно управляти своїми та чужими емоціями. Як відомо, провідне значення для підвищення рівня самосвідомості, стресостійкості, конкурентоспроможності та навичок управління деструктивними емоціями належить сьогодні емоційному інтелекту.

Феномен емоційного інтелекту став предметом широкого вивчення завдяки праці американського психолога Д. Гоулмана "Емоційний інтелект", що була

опублікована у Сполучених Штатах у 1995 році. У своїй роботі він розглядає емоційний інтелект як здатність особи усвідомлювати власні емоції, ефективно керувати ними, мотивувати себе до дії та розпізнавати й розуміти емоції інших осіб [2]. Також автор вважає важливими аспектами емпатію та навички підтримки дружби та позитивних стосунків з оточуючими. Основними складовими емоційного інтелекту Д. Гоулман визначає самосвідомість, соціальну свідомість, самоконтроль та навички налагодження стосунків, які сприяють досягненню соціального успіху.

Емоційні вміння співробітників компанії з продажу автомобілів показують, якою частиною цього потенціалу працівник може майстерно володіти на роботі. Наприклад, емпатія може розкриватися в гарному обслуговуванні клієнтів, водночас надійність базується на самоконтролі, тобто здатності добре керувати своїми імпульсами та емоціями.

Бути успішним у спілкуванні з клієнтами та мати репутацію надійного працівника - це вміння, які роблять працівників високопрофесійними. Однак важливо відзначити, що просто наявність високого емоційного інтелекту не гарантує, що людина вже володіє емоційними навичками, необхідними для роботи. Це лише свідчення того, що у неї є великий потенціал навчитися цим навичкам. Наприклад, людина може мати сильну емпатію, але це не означає, що вона вже володіє практичними навичками, які базуються на цьому вмінні, і які дозволяють їй успішно працювати з клієнтами або стати високоефективним менеджером з продажу [3].

Згідно з результатами психологічного дослідження особистісних якостей менеджерів з продажу автомобілів, існує взаємозв'язок між їх професійною ефективністю та особистісними характеристиками [4]. "Груповий портрет" успішних особистостей у цій сфері полягає у виявленні комунікативності, високого рівня інтелекту, доміантності, емоційної стійкості та незалежності, а також в орієнтації на завершення справ. Важливо відзначити, що ці особи мають низький рівень нормативності, що може впливати на виконання норм та правил. Однак, завдяки їх інтелектуальній та поведінковій гнучкості, вони швидко

адаптуються до змін. Ці характеристики є ключовими критеріями при відборі кандидатів на посаду продавців у автосалонах, і їх виховання в потенційно придатних або навіть умовно непридатних осіб є важливим для приведення їх кваліфікацій у відповідність до вимог професії.

Навчальні програми для працівників компаній з продажу автомобілів зазвичай спрямовані на розвиток вмінь та включають моделювання ситуацій, виконання вправ, участь в організаційно-дієвих іграх.

Успішні компанії відрізняються від інших своєю здатністю ефективно використовувати отримані відгуки та скарги клієнтів для створення ідей і вжиття конкретних заходів. Це називається "ефективним співчуттям", яке виявляється в здатності компаній розуміти сказане клієнтами та негайно реагувати на цю інформацію [1]. Для досягнення успіху у впровадженні ефективної емпатії необхідно запроваджувати процеси, які трансформують зворотній зв'язок в конкретні дії, тобто продавці автомобілів мають не лише слухати своїх клієнтів, але й активно реагувати на їхні потреби та очікування. Важливо розробити чіткі алгоритми, які дозволять швидко та ефективно впроваджувати зміни відповідно до отриманої інформації. Ефективна емпатія виявляється ключовим елементом у побудові міцних відносин з клієнтами та забезпеченні їхньої лояльності.

На нашу думку, увага до емоційного інтелекту професійних продавців автомобілів сприятиме підвищенню якості їх обслуговування, ефективності комунікації та досягненню успіху в конкурентному середовищі автомобільного бізнесу, допомагаючи їм адаптувати свої методи до нових вимог ринку та індивідуальних потреб клієнтів.

Список використаних джерел:

1. Avdagić-Golub, E., Kosovac, A., Čolaković, A., Begović, M. New Trends and Approaches in the Development of Customer Relationship Management. In: Karabegović, I., Kovačević, A., Mandžuka, S. (eds) New Technologies, Development and Application V. NT 2022. Lecture

Notes in Networks and Systems, vol 472. Springer, Cham.2. — 2022.
pp. 695-704.

2. Гоулман Д. Емоційний інтелект. Харків: Віват, 2019. 511 с.
3. Гоулман Д. Емоційний інтелект у бізнесі. Харків: Віват, 2023. 525 с.
4. Іванова Ю., Ушакова І. Оцінка особистісних якостей менеджерів як фактору підвищення ефективності роботи компанії. Дніпровський науковий часопис публічного управління, психології, права, No 1, 2021. С. 65-70.

Колісник Л.О.,

канд. психол.н., практичний психолог СумДУ

Вих. № 32 від 16.11.2024

Завідувачу кафедри психології, політології
та соціокультурних технологій
Сумського державного університету
Андріані КОСТЕНКО

Акт про впровадження результатів дослідження

У період з 21 жовтня по 17 листопада 2024 року на базі ТОВ «ТОРГОВО-СЕРВІСНИЙ ЦЕНТР «АВТОЕКСПО» було впроваджено результати дослідження «Технологія розвитку емоційного інтелекту продавців автомобілів», розробленого Чербар Валентиною в межах виконання магістерської роботи за напрямом «Організаційна психологія».

Мета впровадження: поліпшення навичок самоусвідомлення, саморегуляції, самомотивації, емпатії та соціальних навичок продавців автомобілів, що сприяє покращенню якості взаємодії з клієнтами, підвищенню рівня задоволеності клієнтів, оптимізації комунікативних процесів та досягненню високих показників у продажах.

З використанням розробленої психотехнології, яка складається з інформаційно-сміслового, діагностичного та корекційно-розвивального компонентів, було проведено 8 занять тривалістю по 120 хвилин кожне, у яких взяли участь 10 осіб.

За результатами роботи спостерігається підвищення рівня саморегуляції та емоційної стабільності учасників, поліпшення комунікативних навичок та здатності до емпатії в роботі з клієнтами, формування навичок управління емоціями у професійних ситуаціях.

Впровадження технології показало свою ефективність у розвитку емоційного інтелекту продавців автомобілів. Практичний інструментарій дослідження може бути використаний для подальшого навчання персоналу в сфері продажів.

З повагою

В. о. директора



В. В. ВИСОКОС