

Рівненський державний
гуманітарний університет

Студентський дайджест

Збірник наукових матеріалів
здобувачів вищої освіти

№ 9
2024

Рівненський державний гуманітарний університет
Психолого-природничий факультет

Студентський дайджест

збірник наукових матеріалів здобувачів вищої освіти

Випуск 9

Рівне, 2024

Студентський дайджест : збірник наукових матеріалів здобувачів вищої освіти.
Випуск 9. Рівне : РДГУ, 2024. 106 с.

Головний редактор :

Павелків Роман Володимирович – доктор психологічних наук, професор, перший проректор, завідувач кафедри вікової та педагогічної психології Рівненського державного гуманітарного університету

Виконавчий редактор :

Корчакова Наталія Вікторівна – доктор психологічних наук, доцент, професор кафедри вікової та педагогічної психології Рівненського державного гуманітарного університету.

Члени редакційної колегії :

Павелків Віталій Романович – доктор психологічних наук, доцент, професор кафедри загальної психології та психодіагностики, декан психолого-природничого факультету Рівненського державного гуманітарного університету.

Безлюдна Валентина Іванівна – кандидат педагогічних наук, доцент, професор кафедри вікової та педагогічної психології Рівненського державного гуманітарного університету.

Юрчук Олена Сергіївна – здобувач ступеня PhD кафедри вікової та педагогічної психології Рівненського державного гуманітарного університету за спеціальністю 053 «Психологія».

*Друкується за рішенням Вченої Ради РДГУ
(протокол № 4 від 25 квітня 2024 року).*

УДК: 316.6 : 316.4

РОЛЬ НЕВЕРБАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ПРОЦЕСІ ПРОДАЖУ**Тадесв Гордій, здобувач ОС «Магістр»**

Спеціальності 053 «Психологія», I курс, РДГУ

Науковий керівник: Березюк Т. П., канд. психолог. наук, доцент

Постановка проблеми. Психологічний аспект комунікаційної взаємодії в процесі продажу завжди залишався одним з ключових елементів успішної торгівлі. Проте, на відміну від словесної комунікації, невербальна взаємодія часто залишається поза увагою, хоча може мати вирішальне значення для досягнення основної мети – ефективної реалізації товарів, послуг. Сучасне ділове середовище ставить перед фахівцями торгівельної сфери нові виклики, вимагаючи глибшого розуміння та ефективного використання невербальних засобів комунікації.

Мета дослідження. Аналіз впливу невербальних сигналів, що мають вплив на успішність взаємодії з клієнтами в торговельній сфері.

Виклад основного матеріалу. *Невербальна комунікація або невербальне спілкування* – це вид спілкування, для якого характерне використання невербальної (безсловесної) поведінки та невербальних комунікацій як головного засобу передачі інформації, організації взаємодії, формування образу, думки про співрозмовника, здійснення впливу на іншу людину. Це може включати в себе різні форми, такі як міміка, жести, постава тіла, контакт очима, тон голосу, час, поставу та місце, де ви стоїте під час спілкування. Невербальна комунікація являє собою динамічний процес, і хоча ми можемо приділяти більше уваги невербальним аспектам спілкування, спроба зрозуміти, що означає кожен окремий невербальний елемент, є складним завданням [4].

Процес продажу – це сукупність етапів, які торговий агент здійснює під час продажу тієї або тієї продукції або послуг. Цей процес включає ідентифікацію потенційних покупців, встановлення контакту з ними, презентацію продукту або послуги, переконання покупця в перевагах продукту або послуги, закриття угоди та підтримку відносин з клієнтами після продажу [1].

На рівні наукових досліджень вже давно визнано важливість невербальної комунікації в процесі торговельних відносин. Описано, що *невербальна комунікація включає в себе різні форми*, такі як міміка, жести, постава тіла, контакт очима, тон голосу, час, та місце, яке займає людина під час спілкування.

Одні дослідження свідчать про те, що важливо використовувати та інтерпретувати невербальне спілкування для емоційного вираження, а в кінцевому рахунку реляційної прихильності та підтримки позитивних відносин з клієнтами. Інші – вказують на те, що знання невербальних засобів ділового спілкування може суттєво допомогти передусім керівникам підприємств у процесі їх перемовин з бізнес-партнерами та в кадровому менеджменті [6].

Фактично існують три категорії повідомлень, що передаються без участі слів, так звані невербальні засоби спілкування [5, с. 281]:

а) мова знаків – вираз обличчя, голосова інтонація, контакт очей або його відсутність, жести, дихання, сміх тощо;

б) мова дій, котру можна зрозуміти, спостерігаючи за людиною в процесі діяльності, коли вона чимось займається. Деякі вчинки досить красномовні і багато що можуть сказати про особисті якості;

в) предметна мова або мова предметів – це те, що люди повідомляють про себе через речі, котрими володіють. Одежа, будинок, автомобіль багато що можуть сказати про свого володаря. Через ці предмети ми повідомляємо про свої смаки, цінності, потреби.

В даному аспекті діалог передбачає вільне володіння мовою, чутливість до невербальних сигналів, здатність відрізнити щирі відповіді від ухильних. В основі діалогу – вміння ставити запитання собі та іншим. Сам факт запитування демонструє бажання взяти участь у спілкуванні. Це забезпечує його продовження та поглиблення, переконує

співрозмовника в тому, що партнер намагається встановити з ним певні позитивні стосунки. Важливість невербальної комунікації в процесі продажу полягає в тому, що вона допомагає встановлювати ефективні відносини з клієнтами [2].

Отже, невербальні повідомлення впливають на різні аспекти стану та поведінки співрозмовника, привертаючи його увагу до певних аспектів повідомлення та впливаючи також на аналіз і запам'ятовування інформації, тобто пізнавальну активність.

Зазначимо, що в сучасному світі торгівля відіграє важливу роль у житті людей та функціонуванні економіки. Щоб бути успішним у даній сфері, необхідно володіти різними навичками та стратегіями. Однією з ключових областей, які впливають на успіх у торговельних відносинах, є *ефективне використання комунікації*. І в цьому контексті особливо важливою стає *невербальна комунікація, яка має значний вплив на взаємодію з клієнтами*. Давайте розглянемо декілька ефективних стратегій та технік у торгівлі, які включають використання невербальної комунікації.

Ефективні стратегії та техніки у торгівлі включають [3]:

1. *Розуміння клієнтів* (розуміння потреб та бажань клієнтів для надання їм найкращих товарів та послуг).

2. *Ефективне використання комунікації* (ефективне спілкування з клієнтами – ключовий фактор для успіху в торгівлі).

3. *Створення довіри* (надання якісних товарів та послуг, відмінне обслуговування споживачів).

4. *Використання технологій* (сучасні технології, такі як електронна комерція, мобільні додатки та соціальні медіа, для підвищення ефективності торгівлі).

5. *Аналіз конкуренції* (розуміння торговельної політики конкурентів як засіб при допомозі визначення, які товари та послуги найбільше вимагаються, та визначення унікальних пропозицій).

6. *Стратегічне планування* (наявність чіткого бізнес-плану та стратегії для забезпечення стабільного розвитку та досягнення бізнес-цілей).

Вважаємо, що успішна професійна діяльність в торговельній сфері значною мірою залежить від ефективного використання різних стратегій та технік. Особливо важливим є розуміння психологічних детермінант невербальної комунікації, що впливає на взаємодію з учасниками торговельних відносин.

Висновки. Зі сказаного раніше випливає, що невербальна комунікація відіграє особливу роль у процесі продажу, сприяючи побудові продуктивних відносин з клієнтами. Ця взаємодія базується на розумінні та використанні невербальних сигналів, а також використанні стратегій та технік, ефективне використання яких, є ключовим фактором для досягнення успішних результатів у торговельній діяльності.

Таким чином підтверджується важливість подальшого дослідження та впровадження практичних рекомендацій щодо використання невербальної комунікації у професійній діяльності для підвищення ефективності та покращення взаємодії з учасниками торговельних відносин.

Список використаних джерел

1. Етапи продажу: що це. Які є основні 5 етапів продажу. URL: <https://appointer.ua/blog/etapy-prodagu-sho-tse-pyat-osnovnih-etapiv%E2%80%93uspishnih-prodagiv/#objections> (дата звернення: 09.05.2024).

2. Лук'янець Т. І. Маркетингова політика комунікацій: навч. посіб. 2-ге вид., доп. і перероб. К. : КНЕУ, 2003. 524 с.

3. Марцин В. С. Економіка торгівлі: підручник 2-ге вид. випр. і доп. Київ : Знання, 2008. 603 с.

4. Трофімов Ю. Л., Гончарук П. А. Психологія: підручник 6-е вид. Київ : Либідь, 2003. 560 с. URL: https://pidru4niki.com/1016052037284/psihologiya/neverbalna_komunikatsiya (дата звернення: 09.05.2024).

5. Цимбалюк І. М. Психологія торгівлі : навч. посіб. Київ : Професіонал, 2006. 368 с.

6. Scott T. Paynton & Laura K. Hahn. Survey of communication study. Humboldt State University, oct. 2021. URL : <https://www.csus.edu/indiv/s/stonerm/coms5surveyofcommunicationtextbook.pdf> (дата звернення: 09.05.2024).

УДК 316.614.5

ПОДРУЖНЯ ПСИХОЛОГІЧНА СУМІСНІСТЬ ЯК ФАКТОР БЛАГОПОЛУЧЧЯ І ЩАСТЯ РОДИНИ

Тулупов Сергій, здобувач ОС «магістр»

спеціальності 053 Психологія, I курс, РДГУ

Науковий керівник: Петренко О. Б., д-р пед. наук, професор

Постановка проблеми. Україна переживає складні соціально-економічні зміни, які істотно відбиваються на становищі всіх елементів соціальних структур, зокрема сім'ї. Сім'я є найменшим осередком суспільства, що постійно відчуває на собі безпосередньо чи опосередковано ті зміни, які відбуваються у країні та відповідно сама накладає відбиток на розвиток суспільства. Процес формування, становлення та розвитку сучасної української сім'ї проходить у складних і суперечливих умовах, на фоні яких відбувається погіршення фізичного і психічного стану здоров'я людей, зростання міжособистісної ізоляції, агресивності, нездатності розв'язувати проблеми і конфлікти, що виникають на їх життєвому шляху. Сьогодні сім'я стикається з цілою низкою нових проблем, значною мірою втрачає здатність виконувати життєво необхідні функції і стоїть на порозі кризи. З огляду на це, можна говорити, що ситуація з внутрішньо-сімейними стосунками поступово погіршується внаслідок збільшення протиріч і конфліктів у суспільстві. Ці обставини можуть мати негативні наслідки не лише для сім'ї, але й для країни загалом.

Однією з основних умов стабільності шлюбу є вагомий фактор благополуччя і щастя родини – сумісність подружжя. Психологи стверджують, що сумісність – здатність членів групи погоджувати свої дії і оптимізувати взаємини між подружжям в різних галузях і видах спільної діяльності. Однак зауважимо: конкретні дані про сумісність, порівняння з ними пар обстежуваних повинні здійснюватися дуже обережно і суворо на добровільній основі. Основне завдання психолога на цьому етапі – встановити контакт з клієнтом або клієнтами і з'ясувати, що саме привело їх на прийом, хоча на початку бесіди можуть виникнути певні труднощі: продемонструвати провину партнера або його (її) недоліки, або згадати нові помилки, або звинувачувати один одного.

Мета дослідження. Метою публікації є охарактеризувати психологічну подружню сумісність та довести, що вона є чинником благополуччя і щастя родини.

Виклад основного матеріалу дослідження. У житті кожної родини є безліч факторів, які впливають на її благополуччя і щастя. Одним з найважливіших з них є психологічна сумісність між подружжям. Цей аспект визначається не лише спільними інтересами та цінностями, але й здатністю поділитися емоціями, розуміти одне одного і підтримувати у всіх ситуаціях.

На перший погляд може здатися, що психологічна сумісність виникає сама собою, але насправді вона вимагає постійної уваги та розвитку з боку обох партнерів. Здатність відчувати емоції партнера, вміння розуміти його потреби і думки – ось ті якості, які допомагають підтримувати психологічну гармонію у сім'ї.

Психологічна сумісність створює основу для взаєморозуміння, співпраці та підтримки. Партнери, які відчувають, що їхні емоції та думки розуміють та підтримують, відчуваються в безпеці та зрозумілій обстановці. Це робить родинне життя більш гармонійним і стабільним.

Психологічна сумісність також сприяє розв'язанню конфліктів та подоланню труднощів. Партнери, які добре розуміють одне одного, здатні швидше знайти компроміси та

ЗМІСТ

Архипова Юлія Умови та особливості психологічної готовності юнаків до батьківства.....	3
Галело Тетяна Адаптація внутрішньо переміщених осіб як психологічна проблема	5
Грицюк Карина Вплив участі у бойових діях на психоемоційний стан військових збройних сил України	8
Данильченко Олександр Психологічні особливості впливу інтернет-технологій на студентську молодь.....	11
Дульнєва Анна Особливості емоційного самопочуття дітей під час війни.....	13
Ільчук (Смик) Олена Сутність поняття «емоційна стійкість» у психолого-педагогічних дослідженнях.....	15
Коновалов Артем Передумови психологічної реабілітації працівників Державної служби України з надзвичайних ситуацій в умовах війни.....	16
Косяк Тетяна Емоційна регуляція станів дітей дошкільного віку методом терапії іграшкою.....	20
Котяш (Ряба) Леся, Безлюдна Валентина Ставлення молоді до представників нетрадиційної орієнтації.....	22
Марковець Юстина Особливості психологічної готовності особового складу військ (сил) ЗСУ до участі в бойових діях	25
Мартинюк Ольга Шляхи подолання стресу в підлітковому віці	27
Маснюк Тетяна Психологічні особливості прояву тривожності в юнацькому віці під час війни	29
Масюк Василина Психодіагностика агресивності у молодшому підлітковому віці.....	32
Мацкевич Ольга Вплив емоційної сфери на активність особистості в юнацькому віці	33
Мельничук Оксана Психологічні аспекти інформаційного впливу на населення під час війни	36
Миронець Ірина Психологічні особливості емоційної сфери в підлітковому віці...	38
Натина Ганна Підходи до вирішення проблеми запобігання професійному вигоранню	41
Пантелюк Марія Психологічні особливості мотивації навчальної діяльності студентів	43

Панько Аліна Катерина Психологічні чинники вибору професії старшокласниками.....	46
.....	
Парчук Софія, Юрчук Олена Відновлення психічного здоров'я особистості засобами арт-терапії	48
Пацкова Галина Психологічні особливості реабілітації військовослужбовців, які пережили посттравматичний стресовий розлад (ПТСР).....	51
Пермінова Наталія, Яцюк Наталія Психологічні методи управління персоналом як чинник підвищення його ефективності.....	55
Поліщук Максим Особливості розвитку міжособистісної комунікації в юнацькому віці	57
Польняк Ольга Поняття «травматичного стресу» в психолого-педагогічній літературі та його особливості.....	59
Попружок Софія Специфіка корекції мовлення у дітей з ДЦП.....	62
Рожко Олена Особливості розвитку літературних здібностей в підлітковому та юнацькому віці.....	64
Солоп Тетяна, Піонтковська Діана Теоретичний аналіз розвитку національної самосвідомості студентської молоді.....	68
Стащук Анна Детермінація психоемоційної сфери особистості природними чинниками.....	71
Тадесв Гордій Роль невербальної комунікації в процесі продажу.....	76
Тулупов Сергій Подружня психологічна сумісність як фактор благополуччя і щастя родини	78
Хома Людмила Формування медіагігієни українського юнацтва у період війни	81
Чорноус Яна Класифікація синдрому дитячого аутизму.....	85
Шалівський Павло Особливості переживання дитиною кризи в сім'ї	90
Юдко Вікторія Сутність психологічної готовності особистості до участі у бойових діях та її детермінації	92
Юрчук Олексій, Кравчук Анна Дитячо-батьківські взаємовідносини як провідний чинник розвитку ідентичності дитини.....	94
Юрчук Олена, Рижа Мирослава Робота психолога закладу дошкільної освіти в умовах воєнного стану.....	96
Юрчук Олена, Стеблюк Яна Феномен життєстійкості у поглядах вітчизняних та зарубіжних вчених	99