

**Клиент-ориентированный бизнес: психологические основания выбора клиентом тренера**

**Научный руководитель – Захарова Людмила Николаевна**

**Царева Светлана Александровна**

*Студент (бакалавр)*

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, Нижний Новгород, Россия

*E-mail: tsareva\_svet@mail.ru*

Самоактуализация человека относится к важнейшим условиям успешности многих видов профессиональной деятельности. В первую очередь, это можно видеть в сфере индивидуального предпринимательства и малом бизнесе. В сложных условиях ведения бизнеса в современной России самоактуализация является часто почти единственным фактором, заставляющим человека продолжать начатое дело. Индивидуальное предпринимательство фитнес-тренеров является типичным примером профессиональной деятельности, основанной на самоактуализации. Эта деятельность относится к бизнесу заботы и требует высокого уровня личностной вовлеченности, основанной на ценности другого человека [1].

Цель исследования: выявить психологические основания выбора клиентом фитнес-тренера.

Испытуемые: 25 персональных тренеров, 25 тренеров групповых программ и 150 клиентов (по 3 клиента от каждого тренера).

Методы: наблюдение, включенное наблюдение, авторский опросник направленности самоактуализации, методика Г.Айзенка метод ранговой корреляции Спирмена, критерий Манна - Уитни.

На первом этапе была разработана и проверена теоретическая модель самоактуализации, выделены 4 ее типа в сфере индивидуального предпринимательства, различающиеся по двум основаниям: альтруизм-эгоизм и прагматизм-личность, получившие условные наименования: «Профессионал», «Добрый человек», «Тиран» и «Эгоист» [2]. На втором этапе изучены сочетания темпераментальных особенностей и типа самоактуализации. Это объясняется тем, что для клиента первичная привлекательность тренера проявляется в темпераментальных характеристиках личности, но направленность самоактуализации придает специфическое содержание общению, которое приводит клиента к выбору конкретного тренера.

Результаты. Установлены статистически значимые положительные корреляции экстраверсии персональных тренеров и клиентов ( $r_s=0,475$ ,  $p\leq 0,01$ ), а также групповых тренеров и их клиентов ( $r_s=0,328$ ,  $p\leq 0,01$ ), что указывает на значимость близости темпераментальных характеристик клиентов и тренеров. При этом характеристики экстраверсии-интроверсии тренеров «профессионалов» не являются препятствием для успешного посещения их занятий клиентами с противоположными характеристиками экстраверсии-интроверсии (Э-И). Корреляции эмоциональной устойчивости (ЭУ) не достигают уровня статистически значимых ( $r_s=0,174$  для характеристик персональных тренеров и  $r_s = -0,092$  для характеристик тренеров, ведущих групповые занятия). Поэтому в дальнейшем анализе используются только темпераментальные характеристики Э-И. Факт отсутствия значимой корреляции ЭУ тренеров и клиентов объясняется тем, что часть эмоционально неустойчивых клиентов стремится к эмоционально-устойчивым тренерам. Другая их часть желает работать с тренерами близкими с ними по уровню ЭУ, что характерно для направленности клиентов на приятное времяпрепровождение в клубе, а не на результаты.

Различия уровня проявления самоактуализации среди персональных тренеров и тренеров групповых программ значимы ( $p \leq 0,01$ ). Следовательно, ценностная направленность самоактуализации оказывает более сильное влияние на выбор тренера, чем темпераментальные характеристики.

Более половины опрошенных клиентов (66%) занимается у «профессионалов». Установлена значимая положительная корреляция Э-И тренеров «Профессионалов» с их клиентами (для персональных тренеров  $r_s = 0,516$ ,  $p \leq 0,01$  и для тренеров групповых программ  $r_s = 0,658$ ,  $p \leq 0,01$ ). Среди персональных «профессионалов» встречаются как обладатели экстраверсивных характеристик, так и обладатели интроверсивных, в то время как «профессионалы», ведущие групповые программы, обладают исключительно экстраверсивными темпераментальными характеристиками. Различия уровня проявления профессиональной альтруистической самоактуализации в сравниваемых группах статистически не значимы. Установка индивидуального предпринимателя как личности на реализацию желаний клиента, обеспечивает закрепление клиента за ним.

«Добрые люди» встречаются только среди персональных тренеров. У них занимается около трети опрошенных клиентов. Установлена значимая положительная корреляция

Э-И этих тренеров с их клиентами (для персональных тренеров  $r_s = 0,614$ ,  $p \leq 0,01$ , для тренеров групповых программ  $r_s = 0,560$ ,  $p \leq 0,01$ ). Эти тренеры больше внимания уделяют личностному развитию клиента и не отвечают потребностям тех, кто ориентирован на достижение результатов в фитнесе, среди них нет ведущих групповых программ.

У персональных тренеров-«тиранов», обладающих исключительно интроверсивными характеристиками, занимается менее 10% опрошенных клиентов, в то время как у «тиранов», ведущих групповые программы, занимается 20% посетителей занятий. Установлена значимая положительная корреляция Э-И тренеров «тиранов», ведущих групповые занятия, с их клиентами ( $r_s = 0,558$ ,  $p \leq 0,01$ ), что свидетельствует о том, что специфика проведения занятий, присущая этим тренерам, находит отклик у части посетителей групповых программ, но не у желающих заниматься персонально. И у тренеров, работающих персонально, и у тренеров, ведущих групповые программы, с данным типом направленности самоактуализации и клиентов, тренирующихся у «добрых людей» обнаружена значимая отрицательная корреляция Э-И ( $r_s = -0,596$ ,  $p \leq 0,01$ ), что свидетельствует о том, что эти тренеры категорически не отвечают потребностям клиентов, преследующих цель общения в большей степени, нежели улучшение физических показателей.

У «эгоистов», ведущих групповые программы, занимается чуть более четверти (27%) опрошенных клиентов, посещающих их занятия. К этим тренерам клиенты попадают, в большей степени, по воле случая, нежели в связи с психологическими характеристиками или особенностями персонального тренинга, что объясняет нестабильность их клиентской базы. Среди тренеров с этим типом самоактуализации встречаются обладатели исключительно экстраверсивных темпераментальных характеристик.

### **Вывод**

В основе эмоционального выбора клиентом тренера лежат темпераментальные характеристики в части экстраверсии-интроверсии, но определяющее значение в закреплении клиента за тренером имеет направленность самоактуализации.

### **Источники и литература**

- 1) Захарова Л.Н. Бизнес заботы: организационная культура и социально-психологический потенциал развития предприятий // Вестник ННГУ им.Н.И.Лобачевского. 2010. №. 5. С.388-395.
- 2) Захарова Л.Н., Царева С.А. Социально-психологическая типология самоактуализации индивидуальных предпринимателей (на примере фитнес-тренеров) // Вестник

