

УДК 37.013.77

Представлены результаты обследования особенностей стилей делового общения (СДО) менеджеров двух российских компаний: «Максвелл» и «Ротер-Хаус» – и одной зарубежной компании «Кока-Кола». Показано, что СДО менеджеров коммерческих компаний характеризуется высокой выраженностью отдельных компонентов. При этом показатели представителей двух отечественных разно-профильных компаний различаются в меньшей мере, чем аналогичные в одно-профильных компаниях – отечественной и зарубежной. Условия социальной микро- и мезосреды можно считать важными факторами формирования и закрепления СДО менеджеров.

Ключевые слова: стили; деловое общение; менеджеры; коммерческие компании.

The authors present the survey on business communication styles (SBC) features of managers of two Russian companies: «Maxwell»-51 persons and «Rotor House»-28 pers. and a foreign company («Coca Cola»-62). The findings display that SBC managers of commercial companies are characterized by a high degree of individual components of the style. Two representatives of domestic enterprises with different profile differ less than companies of the same profile, but domestic vs foreign. Social conditions of micro-and mezzo-environments can be considered as important factors in the developments and formation of SBC managers.

Keywords: styles; business communication; management; commercial company.

С. В. Шпитонков

E-mail: shpitionkov@mail.ru

Е. А. Палт

E-mail: katerinapalt@gmail.com

Научно-исследовательский институт технической эстетики

Условия среды коммерческой компании в детерминации стилей делового общения менеджеров

Научная статья

S. V. Shpitionkov

E. A. Palt

Scientific Research Institute of technical aesthetics

Conditions Wednesday commercial company business communication styles determination managers

Scientific article

Введение

Стили как психологическое явление стали изучать в первой половине XX ст. В исследованиях стилей (руководства, деятельности, делового общения и др.) до настоящего времени наименее изученными остаются вопросы их детерминации со стороны условий социальной среды (макро-, мезо-, микросреды) [1–4]. Другой актуальный и малоизученный вопрос – детерминация стилей субъектов со стороны возраста, социального

опыта (стажа работы и др.), гендера, в широком смысле – вопрос профессиональной эволюции субъекта [2–6].

Цель, предмет и методы исследования

Цель исследования: изучение детерминации стилей делового общения условиями социальной среды. *Предмет* – стили делового общения менеджеров современных коммерческих организаций. *Гипотеза:* стили делового общения

© Шпитонков С. В., 2017

© Палт Е. А., 2017

субъектов обнаруживают большее или меньшее сходство в зависимости от особенностей корпоративной культуры организаций.

База исследований

Обследовались три выборки менеджеров и линейных руководителей подразделений трех крупных коммерческих компаний («Максвелл» – 51 чел.; «Ротер-Хаус» – 28 чел.; «Кока-Кола» – 62 чел.). Отечественная компания «Максвелл» успешно работала в страховом бизнесе, отечественная компания «Ротер-Хаус» – в сфере продажи напитков, как и американская «Кока-Кола».

Методы исследования: опрос экспертов, методика изучения корпоративной культуры (Д. Денисона), психодиагностика (тест-опросники 16 Р. Б. Кеттелла, УСК), исследовательская методика «Стили делового общения» (СДО). Согласно концепции стилей деятельности В. А. Толочка [4], в них выделяются три иерархических уровня, различающихся по генезису структур, природе образующих компонентов. В структурно-функциональной организации стилей первым иерархическим уровнем являются «субъективно-удобные условия деятельности» (СУУД), определяющие выбор субъектом комфортных для него условий среды, режимов деятельности и т. п. Вторым, средним, блоком стиля выступают «операциональные системы» (ОС) – психологические системы, реализующие практические компоненты деятельности, конкретные когнитивные и предметные действия, опосредующие взаимодействия субъекта с объектом (например, действия и приемы профессиональной деятельности) и субъектами.

Третий уровень стиля – «Идеальные регуляторы/тип организации деятельности» (ИР/ТОД) – рассматривается как высший уровень адаптации субъекта к среде. Концептуальная схема структурно-функциональной организации стилей реализована в анкете «Стили делового общения» (СДО). Методика включает 33 пункта, ориентированных на выявление доминирующих функций в общении субъекта, стратегий поведения, репертуара средств общения и субъективно удобных для него условий общения. Респонденту предлагалось в 10-балльной шкале (от 0 до 9 баллов) оценить меру предпочтения, удобства и частоты использования представленных в анкете компонентов стилей. Для уточнения роли социально-демографических факторов использовались данные «шапки» анкеты СДО.

Для анализа применялись описательные статистики и t-сравнение.

Результаты исследования

Выборки были сопоставимы по числу респондентов, а также по их социально-демографическим характеристикам (табл. 1). На 1-м этапе изучался состав СДО – мера выраженности компонентов стилей. Очевидно, что менеджеров, представителей социномической профессии, можно а-приори считать профессиональными коммуникаторами; профессионалами, успешность деятельности которых напрямую связана именно с успешностью их активных коммуникаций. Ожидалось, что параметры стилей по всем изучаемым компонентам СДО будут выше среднего, что и подтвердилось (табл. 2.). Для большей части переменных

Таблица 1

Социально-демографические особенности менеджеров трех коммерческих компаний («Максвелл», «Ротер-Хаус», «Кока-Кола»)

Социально-демографические особенности	«Максвелл»				«Ротер-Хаус»				«Кока-Кола»			
	Min	Max	M	SD	Min	Max	M	SD	Min	Max	M	SD
Возраст	22	46	28,31	5,11	23	49	28,12	5,17	21	47	29,47	5,29
Состояние в браке	0	1	0,63	0,44	0	1	0,64	0,38	0	1	0,61	0,49
Семейный стаж	0	22	5,35	6,07	0	24	5,66	6,12	0	25	5,70	6,21
Дети	0	3	0,83	0,77	0	3	0,86	0,81	0	3	0,86	,89
Стаж работы	1	28	9,98	5,69	1	29	10,13	5,87	1	29	10,01	5,81
Стаж на руководящей должности	0	10	0,78	1,91	0	19	0,79	1,74	0	12	0,81	1,96
Должность	3	5	3,22	0,89	3	6	3,41	0,95	3	6	3,47	0,95

Примечание: Min – минимальные значения, Max – максимальные значения, M – средние, SD – стандартные отклонения.

**Статистики стилей делового общения выборок менеджеров
трех коммерческих компаний («Максвелл», «Ротер-Хаус», «Кока-Кола»)**

Компоненты стиля	Средние			Коммерческие компании					
	M1	M2	M3	«Максвелл»/ «Ро-тер-Хаус»	«Ротер-Хаус»/ «Ко-ка-Кола»	«Максвелл»/ «Кока-Кола»	«Максвелл»/ «Кока-Кола»	«Максвелл»/ «Кока-Кола»	«Максвелл»/ «Кока-Кола»
Функции общения									
Информация	7,10	6,57	7,16	,144	,100	,074	,044	,837	,839
Эмоция	6,33	6,46	7,37	,774	,724	,005	,001	,005	,007
Управление	6,51	6,36	6,48	,668	,629	,721	,674	,936	,936
Развитие	6,84	6,57	6,44	,471	,384	,716	,641	,252	,252
Стратегии поведения									
Соперничество	4,31	6,21	5,27	,000	,000	,050	,020	,046	,045
Уход	3,33	4,29	3,71	,079	,059	,331	,261	,457	,451
Уступка	5,14	5,75	5,47	,180	,143	,522	,473	,405	,406
Компромисс	7,00	6,43	7,16	,083	,043	,016	,004	,576	,579
Сотрудничество	7,65	7,39	7,94	,426	,348	,030	,014	,264	,278
Действия общения									
Сила	4,16	6,25	5,66	,000	,000	,156	,058	,000	,000
Аргументация	7,24	7,21	7,55	,948	,939	,216	,147	,251	,260
Использование невербальных средств	6,29	6,07	6,26	,642	,614	,630	,626	,922	,924
Привлечение	4,90	5,96	5,71	,022	,010	,536	,485	,040	,042
Организация времени	5,90	6,36	6,82	,218	,176	,163	,129	,003	,004
Предоставление времени партнеру	5,73	6,11	6,23	,313	,272	,692	,690	,086	,095
Фиксация времени переговоров	4,69	6,11	5,71	,003	,001	,356	,285	,013	,013
Фиксация времени решения задачи	5,37	6,00	6,19	,152	,120	,614	,592	,022	,024
Использование параметров решения задачи	6,41	6,57	7,23	,712	,664	,027	,020	,014	,020
Обозначение проблемы	5,82	6,25	6,10	,312	,285	,703	,685	,440	,442
Организация пространства общения	6,22	5,71	5,40	,248	,244	,519	,483	,041	,037
Использование документов	7,24	6,64	6,79	,071	,069	,696	,665	,148	,139
Использование писем	6,22	6,57	5,56	,426	,370	,027	,010	,113	,112
Содействие	7,47	6,71	7,03	,014	,014	,409	,341	,156	,143
Просьба	6,92	6,75	7,13	,620	,557	,171	,115	,467	,478
Поощрение	6,24	6,29	6,90	,904	,890	,137	,076	,082	,082
Угрозы	2,67	5,00	4,47	,000	,000	,331	,248	,000	,000
Субъективно удобные условия									
Экстремальность	5,02	4,82	6,02	,683	,638	,005	,002	,015	,017
Активность	5,73	6,29	7,21	,215	,135	,001	,001	,000	,000
Темп	5,33	6,25	6,40	,011	,003	,610	,556	,000	,001
Время	5,65	5,39	6,00	,498	,461	,112	,073	,294	,292
Динамика	6,04	5,57	6,34	,183	,156	,026	,016	,319	,319
Дистанция	5,72	5,36	6,21	,392	,347	,047	,024	,202	,200

Примечания: M1 – средневыборочные данные менеджеров компании «Максвелл»; M2 – «Ротер-Хаус»; M3 – «Кока-Кола».

средние были выше 5,00 баллов (при 0 – минимальном значении и 9 – максимальном), т. е. выше более 67 % диапазона шкалы для 82–94 % анализируемых компонентов [7; 8]. Сравнительно низкие оценки по отдельным шкалам отражали не функциональные ограничения стилей обследуемых менеджеров, а относились к социально- и профессионально-этическим ограничениям (к которым условно можно отнести акцентированное использование менеджерами стратегий соперничества и избегания, демонстрацию силы и угрозы). Из 33 анализируемых компонентов стилей в выборке менеджеров «Максвелл» таких невыраженных компонентов было шесть (или 18 % от общего числа анализируемых компонентов), у менеджеров «Ротер-Хаус» и «Кока-Колы» лишь по два (или 6 %).

Если сравнительно высокие значения выраженности компонентов СДО профессиональных коммуникаторов были ожидаемыми результатами НИР, то различия, нередко достигающие уровня статистической значимости, у успешных менеджеров, работающих в разных компаниях, оказались яркими и важными научными фактами (табл. 2). Так, при сопоставлении выраженности компонентов СДО у менеджеров двух российских компаний («Максвелл» и «Ротер-Хаус») значимые различия имели место в отношении 7 компонентов (или 21 %) (табл. 2). У менеджеров двух отечественных разнопрофильных компаний различия были менее выражены, чем у менеджеров отечественной компании и зарубежной, сходных по ведению бизнеса, но «имеющих разные порты приписки» – российский и американский.

Обсуждение результатов исследования

Выявленные результаты, а именно: 1) большее сходство выраженности компонентов СДО у менеджеров двух российских разнопрофильных компаний («Максвелл» и «Ротер-Хаус») и, напротив, выраженное различие компонентов СДО у менеджеров двух однопрофильных компаний (российской и зарубежной); 2) выраженность различий разных компонентов СДО у менеджеров трех коммерческих компаний – можно считать убедительным свидетельством в пользу гипотезы детерминированности стилей (в данном случае СДО) условиями социальной среды (в данном случае социальной микросреды рабочих групп и субкультуры организации) [7; 8].

Сходство представителей трех выборок по основным социально-демографическим характеристикам снимает альтернативные гипотезы о влиянии гендерных и возрастных характеристик, семейной среды и т. п. на СДО. Высокая текучесть персонала в трех изучаемых компаниях косвенно отражает, с одной стороны, факты требований большего соответствия кандидатов на работу корпоративной культуре компании, с другой – закрепление в них и успешную карьеру именно тех лиц, которые соответствуют по своему стилю требованиям деятельности и корпоративной культуры организации. Выраженное внутригрупповое сходство (стандартные отклонения по всем компонентам невелики), с одной стороны, статистически значимые различия между представителями трех выборок – с другой, можно считать достаточными для отклонения альтернативных гипотез. Результаты представленного исследования убедительно свидетельствуют в пользу гипотезы о важной роли корпоративной культуры организаций в формировании стилей делового общения сотрудников.

Выводы:

1. Стили делового общения профессиональных коммуникаторов – менеджеров коммерческих компаний – характеризуются сравнительно высокой выраженностью отдельных компонентов стиля;

2. По выраженности отдельных компонентов стилей делового общения представители двух отечественных разнопрофильных компаний различаются в меньшей мере (статистически значимо в отношении 21 % компонентов), чем менеджеры однопрофильных компаний – отечественной и зарубежной (статистически значимо в отношении 33 и 42 % компонентов);

3. Условия социальной микро- и мезосреды можно считать важными факторами формирования и закрепления стиля делового общения менеджеров.

Ссылки

1. Карпов А. В., Маркова Е. В. Стилевые особенности процесса принятия управленческих решений // Вестник Ярославского государственного университета им. П. Г. Демидова. Серия Гуманитарные науки. 2016. № 3 (37). С. 80–86.

2. Маркова Е. В. Динамика стилевых особенностей управленческой деятельности в карьере руководителя // Вестник Ярославского государственного университета им. П. Г. Демидова. Серия Гуманитарные науки. 2016. № 4 (38). С. 112–114.
3. Толочек В. А. Профессиональная успешность субъекта: психологические и социальные контексты // Методы исследования психологических структур и их динамики / отв. ред.: Т. Н. Савченко, Г. М. Головина. М.: Институт психологии РАН, 2007. С. 69–81.
4. Толочек В. А. Стили деятельности: ресурсный подход. М.: Институт психологии РАН, 2015. 366 с.
5. Кашапов М. М. Стадии творческого мышления профессионала: монография. Ярославль: Яросл. гос. ун-т, 2006. 380 с.
6. Толочек В. А. Интерсубъектные, интрасубъектные и внесубъектные ресурсы профессиональной успешности // Вестник университета (Государственный университет управления). 2008. № 2 (40). С. 155–161.
7. Толочек В. А., Палт Е. А., Шпитонков С. В. Сопряженная профессиональная карьера субъекта как феномен и как научная проблема: микро-, мезо- и микроциклы карьеры // Вестник Ярославского государственного университета им. П. Г. Демидова. Серия Гуманитарные науки. 2012. № 3. С. 123–129.
8. Шпитонков С. В. Управление профессиональной карьерой менеджера: практические и теоретические аспекты // Вестник Ярославского государственного университета им. П. Г. Демидова. Серия. Гуманитарные науки. 2014. № 3 (29). С. 94–97.