

Профессиональная компетентность менеджера как составляющая профессионального успеха

Мясищева Юлия Николаевна¹

аспирантка

Белгородский государственный университет, Белгород, Россия

E-mail: mysis@yandex.ru

Введение

Прогноз профессиональной успешности персонала, определение потенциала профессионального роста являются важными задачами управления человеческими ресурсами любой организации. И такой же важной задачей для специалистов по управлению персоналом является диагностика уровня профессиональной компетентности сотрудников организации в связи с отбором, развитием и обучением персонала. Особенно актуальной является проблема оценки компетентности специалистов банковской сфере, работающих в сложных условиях, в которых требуется ориентироваться в информационных потоках, финансовых вопросах, быть социально-компетентным.

Несмотря на большое значение объективных факторов в возникновении конфликта, они всего лишь создают предпосылки для его проявления. Так, выступая в качестве представителя определенного трудового коллектива, менеджер преобразует имеющиеся в коллективе противоречия и особенности социально-психологического климата в своеобразную поведенческую форму, проявляющуюся как во взаимодействии с коллективом, так и во взаимодействии с клиентами. Субъективная сторона возникновения конфликтных ситуаций связана с наличием у индивидов предрасположенности к конфликтному поведению, которая «аккумулирует и природные задатки индивида, и его социальный опыт, являясь своего рода итогом всего жизненного опыта человека» (Ядов, 1975).

Цель нашего исследования состояла в изучении субъективных характеристик менеджеров, создающих основу для возникновения конфликтов с клиентами. Для изучения субъективной составляющей конфликтного поведения менеджера по работе с клиентами использовался комплекс методик, определяющий уровень социально-коммуникативной компетентности (КСК), уровень субъективного контроля Дж. Роттера. А так же методика исследования самоотношения В.В.Столина (шкала «Внутренняя конфликтность» и «Самопринятия»), методика диагностики межличностных отношений Т.Лири (описание «образа Я» и создание портрета клиента), методика социально-психологической самооаттестации группы как коллектива.

Методы и результаты

Исследование проводилось с участием 110 операционистов (менеджеров, непосредственно работающих с клиентами) Белгородского отделения Сбербанка России.

В результате математической обработки данных с использованием коэффициента ранговой корреляции Спирмена обнаружена прямая корреляционная зависимость между некоторыми характеристиками «образа Я» менеджера и характеристиками портрета клиента. Так, если менеджер оценивает клиента как уверенного, властного и доминантного, эгоистичного, то в оценке себя доминируют такие характеристики как «деликатный по отношению к людям», «ответственный», «мягкий», «бескорыстный и отзывчивый» ($r=0,8$, $p=0,01$). То есть, определенный образ клиента создает предпосылки

¹ Автор выражает признательность доценту, к.психол.н. Тарабаевой В.Б. за помощь в подготовке тезисов.

для соответствующего способа поведения менеджера. Выделен еще один возможный вариант видения себя и клиента, в котором оценки клиента как эгоистичного, властного и агрессивного коррелируют с образом себялюбивого, склонного к соперничеству, заносчивого и переключивающегося на других трудности менеджера ($r=0,61$, $p=0,01$). Как нам кажется, именно такое сочетание образов создает предпосылки для возникновения конфликтных ситуаций в ситуации общения менеджера и клиента банка.

Так, получена значимая прямая корреляционная зависимость между показателями внутренней конфликтности менеджера и такими показателями социально-коммуникативной компетентности как «ориентация на избегание неудач» ($r=0,64$, $p=0,01$), «чрезмерное стремление к конформности» ($r=0,51$, $p=0,01$), «социально-коммуникативной неуклюжести» ($r=0,52$, $p=0,01$), а так же выделена значимая обратная корреляционная зависимость между показателями внутренней конфликтности и такими характеристиками коллектива менеджеров как «коллективность» ($r=-0,5$, $p=0,01$), «открытость» ($r=-0,48$, $p=0,01$), «ответственность» ($r=-0,46$, $p=0,01$).

Проведенный факторный анализ позволил выявить структуру психологических причин возникновения конфликтов в системе «менеджер-клиент». Наиболее весомыми являются два основных фактора. В первом факторе сгруппированы характеристики образа клиента («властный», «эгоистичный», «агрессивный»), разноплановые характеристики «Я образа» менеджера («ответственный», «мягкий», «бескорыстный», «отзывчивый» и «себялюбивый», «склонный к соперничеству», «заносчивый»), а так же показатели интернальная направленность в области достижений и в области межличностных отношений. Доминирующей является факторная нагрузка властно-лидирующего октанта в образе клиента.

Во втором факторе сгруппированы такие показатели как «внутренняя конфликтность», «нетерпимость к неопределенности», «чрезмерное стремление к конформности», «ориентация на избегание неудач», а так же характеристики социально-психологического климата – «контактность», «открытость», «организованность», «ответственность и коллективность». Доминирующей является факторная нагрузка такой характеристики коллектива как ответственность.

Таким образом, внутренняя конфликтность, формируемая под воздействием социально-психологических факторов, а так же создаваемый менеджером образ клиента, обуславливают запуск определенного набора поведенческих реакций менеджера, способствующих возникновению конфликтной ситуации.

Литература

1. Ядов В.А. (1975) К построению диспозиционной концепции регуляции социального поведения личности // Методологические проблемы социальной психологии. – М., 1975.
2. Грошев И.В. (2005) Гендерные, половые и личностные различия поведения в конфликтах // Мир психологии, 2005. № 2.
3. Чижов Н.А. (2002) Клиентские технологии. - М.: Экзамен, 2002.
4. Самоукина Н.В. (1997) Искусство управления персоналом банка. – М, 1997.