

Десфонтейнес Лариса Григорьевна

кандидат психологических наук, доцент
Высшей школы товароведения и сервиса
Санкт-Петербургского политехнического
университета Петра Великого

ЗНАЧЕНИЕ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ИНТЕЛЛЕКТА ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ ЛИЧНОСТИ РУКОВОДИТЕЛЕЙ И СПЕЦИАЛИСТОВ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация:

В статье рассматриваются различия в темпераменте, эмоциональном интеллекте и интернальности менеджеров и бухгалтеров торговых предприятий, выявленные в результате авторского исследования. Сделан вывод об интегративной роли эмоционального интеллекта в формировании профессиональной направленности личности.

Ключевые слова:

эмоциональный интеллект, интернальность, темперамент, ответственность, личность, сплоченность, команда.

Desfontaines Larisa Grigorievna

PhD in Psychology,
Assistant Professor,
Higher School of Merchandising and Service,
St. Petersburg Polytechnic University

THE VALUE OF EMOTIONAL INTELLIGENCE FOR THE FORMATION OF PERSONAL PROFESSIONAL ORIENTATION OF MANAGERS AND SPECIALISTS AT TRADE ENTERPRISES

Summary:

The article discusses the differences in temperament, emotional intelligence and internality of managers and accountants at trade enterprises identified as a result of the author's research. The conclusion is made about the integrative role of emotional intelligence in formation of professional orientation of personality.

Keywords:

emotional intelligence, internality, temperament, responsibility, personality, cohesion, team.

Формирование рабочего коллектива всегда подчинено цели достижения организацией максимальной эффективности. Эффективность предполагает продуктивность, производительность, прибыль, повышение конкурентоспособности. В современных экономических условиях основными условиями для достижения последнего являются гибкость и адаптивность организации, опирающиеся на подобные качества персонала этой организации. При подборе и расстановке кадров в торговых организациях особое значение уделяется именно способности сотрудника быстро адаптироваться к требованиям рынка и его гибкости в поведенческих реакциях. Можно предположить, что эти качества являются результатом развития интеллекта, а именно эмоционального интеллекта.

Эмоциональный интеллект в научной литературе рассматривается как способность к бесконфликтному общению, достижению жизненного успеха путем манипулирования собственными эмоциями и эмоциями других людей. Подбирая профессионалов для совместной деятельности, руководители торговых предприятий часто выдвигают требование максимального взаимопонимания: чтобы «понимали друг друга с первого слова», «чувствовали мысли друг друга», «видели ситуацию одинаково».

Деятельность торгового предприятия отличается повышенной конфликтностью, частыми стрессами, эмоциональной напряженностью в сочетании с материальной ответственностью и обязанностью соблюдения корпоративных стандартов поведения. Это обязывает тщательно подбирать сотрудников в команду. Особое внимание уделяется руководителям и специалистам, работающим на ключевых должностях, от которых зависит успех предприятия в целом.

Требования к руководителям сферы торговли заключаются в том, что они должны уметь разбираться в своих чувствах, отдавать себе в них отчет, выражать их адекватно, сообразно сложившейся ситуации, уметь подчинять свои эмоции реализации намеченных целей и иметь оптимистичный подход к жизни. Это же относится и к распознаванию чувств других людей, умению вызывать у других желаемую эмоциональную реакцию, достигать взаимопонимания, сотрудничать, побуждать других к достижению своих целей, то есть уметь влиять на других людей. Прогнозирование развития ситуации социального взаимодействия обеспечивает успех в межличностном общении. Кроме того, имеет значение адекватная самооценка, которая позволяет руководителю использовать свои сильные стороны и скрывать слабые.

Обобщая все перечисленные требования к руководителям в сфере торговли, можно сделать вывод о ведущем профессиональном качестве – эмоциональном интеллекте. В научной литературе эмоциональный интеллект рассматривается как способность адекватно оценивать собственные эмоции и эмоциональное состояние других людей, использовать их в сложившейся ситуации [1].

В проведенном исследовании использовались методики, оценивающие качества личности, необходимые для работы в сфере торговли, обеспечивающие эмоциональную стабильность, гибкость в принятии решений, способность к конструктивному разрешению конфликтов, ответственность за совершенные поступки. Эмоциональность человека основана на свойствах нервной системы, как и темперамент. Интернальность как свойство личности образует взаимные связи с интеллектом. Эмоциональный интеллект недостаточно изучен в психологии. Однако гипотетически можно предположить его интегрирующее значение для интеллектуальных и эмоциональных качеств личности [2].

Требования к профессии включают в себя два аспекта:

- подробное описание деятельности человека по определенной профессии;
- профессионально важные качества личности, которые необходимы для достижения эффективности в деятельности по определенной профессии, а также психологические противопоказания.

Перечень профессиональных психологических способностей и психологические противопоказания представлены в психограмме. Обобщенная психологическая характеристика с оптимальным сочетанием профессионально важных качеств профессионала – представителя конкретной профессии является ядром психограммы. Профессия бухгалтера в области торговли предъявляет следующие требования к специалисту: аккуратность, ответственность, устойчивость к монотонии, математические способности, аналитическое мышление, эмоциональная устойчивость, дисциплинированность, устойчивость и концентрация внимания. Выделены и противопоказания: низкая самооценка, низкие логические способности, невысокий культурный уровень, склонность к конфликтам. Перечисленные качества на психическом уровне можно оценить через темперамент, эмоциональный интеллект и интернальность.

Для достижения эффективности деятельности организации, бесконфликтного общения и высокой степени взаимопонимания между ее сотрудниками важно не только подобрать кадры и осуществить их расстановку в соответствии с требованиями профессии, но и сформировать команду. Команда – это коллектив единомышленников, объединенных общей целью. Высокоэффективные команды характеризуются:

- гибкостью и адаптивностью и, как следствие, всегда имеют хороший конечный результат своей деятельности;
- высокой срабатываемостью и низкой внутренней конфликтностью;
- оптимальной сбалансированностью ролей, выполняемых членами команды [3].

В торговле и сфере услуг работа в команде имеет следующие преимущества перед традиционными формами рабочих групп:

- повышение ответственности за конечный результат деятельности;
- повышение стрессоустойчивости персонала за счет ощущения безопасности и поддержки со стороны команды;
- увеличение креативности, готовности к инновациям;
- рациональное распределение ролей.

Первым обязательным условием преобразования рабочей группы в команду является ее высокая сплоченность. Б. Басс подчеркивает значение формирования общности ценностей и правил поведения для повышения сплоченности, то есть единство мировоззрения членов группы [4].

Второе условие – взаимное дополнение в знаниях. Члены команды должны владеть «неперекрывающимися» знаниями, чтобы каждый был специалистом в своей области. Недостаточные знания и способности одних компенсируются высокими способностями других [5]. Например, хороший организатор, менеджер использует знания специалиста-бухгалтера, не обладающего такими организаторскими способностями, но являющегося экспертом в своей области.

Третье условие – сочетание гибкости персонала и стабильности организационных ценностей.

Таким образом, эффективная деятельность торговой организации обеспечивается:

- грамотным подбором и расстановкой кадров;
- созданием сплоченной команды на основе мировоззренческой совместимости в сочетании с дифференциацией профессиональных ролей и взаимным дополнением в способностях и навыках;
- устойчивой системой организационных ценностей и поведенческих норм, сочетающейся с решительностью и гибкостью руководства [6].

Для выявления значения психических коррелятов эффективной деятельности работников торговых предприятий было проведено исследование психологических особенностей менеджеров и специалистов (бухгалтеров). И те и другие занимают «ключевые» должности, от результатов их деятельности зависит успех всего предприятия. Кроме того, менеджеры и бухгалтеры являются обязательными членами команды. Поэтому задачей исследования было не только описание качеств личности, обеспечивающих эффективность профессионального взаимодействия,

но и выявление психологических оснований для формирования сплоченности команды. Практическая значимость полученных результатов заключается в определении нового ракурса не только в отборе на должности руководителей и специалистов, но и в механизме выбора жизненного пути человека, его мировоззренческой направленности.

В исследовании принимали участие менеджеры и бухгалтеры торговых предприятий Санкт-Петербурга, имеющие опыт профессиональной деятельности, обучающиеся в Высшей школе товароведения и сервиса на заочном отделении, 7 мужчин (25–35 лет) и 35 женщин (21–32 года). Выбор тестов определили задачи исследования. Были применены:

- тест Г. Айзенка на определение типа темперамента, включающий три шкалы: оценка эмоциональной возбудимости (нейротизма), экстраверсии/интроверсии и искренности ответов;

- тест Н. Холла для оценки эмоционального интеллекта, включающий пять шкал: эмоциональная осведомленность как понимание собственных эмоций, собственного внутреннего состояния; управление своими эмоциями, то есть эмоциональная гибкость, произвольное владение эмоциями; самомотивация как способность управлять своим поведением через управление эмоциями; эмпатия – способность к сопереживанию и сочувствию другому человеку; распознавание эмоций других людей – способность манипулировать эмоциями другого человека [7, с. 57–59];

- тест Дж. Роттера «Локус контроля» (УСК) – оценка общей интернальности как ответственности за собственные действия.

Результаты сравнительного анализа менеджеров и бухгалтеров торговых предприятий представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Показатели исследования эмоционального интеллекта менеджеров и бухгалтеров торговых предприятий

		Менеджеры	Бухгалтеры
Темперамент (тест Г. Айзенка)	Экстраверсия	13,2	12,6
	Эмоциональная возбудимость	13,1	14,2
	Ложь	3,5	3,2
Шкалы EQ (тест Н. Холла)	Эмоциональная осведомленность	9,8	9,3
	Управление эмоциями	8,5	–0,1
	Самомотивация	15,2	7,4
	Эмпатия	11,9	9,4
	Распознавание эмоций других людей	9,3	8,9
Общий EQ		55	34,3
Интернальность (УСК)		34,6	32,3

Для сравнения полученных результатов использовался метод сравнения средних значений на основе t-критерия Стьюдента. Сопоставление среднегрупповых значений результатов исследования менеджеров (М) и бухгалтеров (Б) на основе t-критерия Стьюдента выявило значимое различие на уровне $p < 0,01$ по следующим показателям: нейротизм, эмоциональная возбудимость ($M = 13,1$; $B = 14,2$), отдельным шкалам теста Н. Холла: «Управление эмоциями», «Самомотивация», «Эмпатия». Это можно объяснить гендерными отличиями. В группе бухгалтеров были только женщины.

Различия по показателям эмоционального интеллекта значительны:

- Различия по шкалам «Управление эмоциями» ($M = 8,5$; $B = -0,1$) и «Самомотивация» ($M = 15,2$; $B = 7,4$ при $p < 0,01$) можно определить как профессионально важные для отбора руководителей и специалистов. Так, руководителям необходимы эмоциональная гибкость, способность регулировать собственные эмоции, управлять ими соответственно ситуации и эмоциям других людей.

- Неожиданным было отличие по шкале «Эмпатия» ($M = 11,9$; $B = 9,4$ при $p < 0,01$): согласно полученным данным менеджеры в большей степени способны к сопереживанию и сочувствию, чем специалисты. Этот факт можно объяснить более высоким общим эмоциональным интеллектом у руководителей по сравнению со специалистами ($M = 55$; $B = 34,3$) и особенностями профессиональной деятельности, которая обязывает руководителей уделять больше внимания людям.

- Показатель общей интернальности не отличается у менеджеров и бухгалтеров, следовательно, не может выступать как средство отбора на должности руководителя и специалиста. И те и другие обладают высокой интернальностью, то есть готовы отвечать за свои решения.

Описанные различия в структуре эмоционального интеллекта представителей разных профессиональных направлений дополняют и конкретизируют научные представления об эмоциональном интеллекте, позволяют кадровым службам и директорам торговых предприятий использовать новый инструмент для отбора и расстановки кадров, формирования команд с высокой сплоченностью. В качестве индикатора предрасположенности к управлению может выступать оценка эмоционального интеллекта по шкалам «Управление эмоциями», «Самомотивация» и «Эмпатия»

как характеристикам мировоззрения человека. Психологическими основаниями для формирования стабильности организационных ценностей команды в сфере торговли может быть адекватность самооценки, понимание собственных эмоций, собственного внутреннего состояния и способность использовать эмоции и настроение другого человека. В качестве психологического основания для формирования сплоченности команды, общих организационных ценностей и норм поведения руководителей и специалистов можно выделить высокий уровень ответственности (общая интернальность) и сходство по двум параметрам эмоционального интеллекта: «Эмоциональная осведомленность» как понимание собственных эмоций, собственного внутреннего состояния и «Распознавание эмоций других людей» как способность использовать эмоции другого человека.

Результаты сравнительного анализа психологических особенностей руководителей и специалистов показали отличия в структуре эмоционального интеллекта, которые можно объяснить не только особенностями деятельности, профдеформацией, но и индивидуальными различиями в способностях, которые приводят молодых людей к выбору сферы деятельности. Высокий показатель эмпатии у менеджеров объясняется не только высокой общей реактивностью, но и большей ценностью для них позитивных межличностных отношений. Можно предположить различия и в ценностно-смысловой сфере личности, на самой ее «вершине», которую составляют направленность и мировоззрение.

В заключение можно сделать вывод о существенных различиях на уровне сознания у людей, выбирающих управленческую деятельность и работу специалиста. Эти различия касаются не только интеллекта, но и ценностей и эмоционально-волевой сферы. Полученные результаты позволяют выдвинуть гипотезу об интегрирующей роли эмоционального интеллекта (соединяющего эмоции и интеллект) в механизме формирования жизненных выборов и целей, направленности личности. Это требует дополнительного глубокого изучения как различных сторон интеллекта, так и эмоциональности для уточнения механизма формирования стиля жизни, жизненного выбора и направленности человека, его мировоззрения, что представляет неоспоримый интерес для психологической науки.

Ссылки:

1. Гоулман Д. Эмоциональный интеллект в бизнесе. М., 2013. 512 с.
2. Там же.
3. Interview: C.K. Prahalad // *Business Strategy Review*. 2004. Vol. 15, no. 2. June. P. 13–16.
4. Шамхалов Ф.И. Американский менеджмент. Теория и практика. М., 1993. 176 с.
5. Кузьмин Е.С. Основы социальной психологии. Л., 1967. 173 с.
6. Prahalad C.K., Ramaswamy V. Co-opting customer competence // *Harvard Business Review on Customer Relationship Management*. Harvard, 2001. 192 p.
7. Фетискин Н.П., Козлов В.В., Мануйлов Г.М. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп. М., 2002. С. 57–59.

References:

- Fetiskin, NP, Kozlov, VV & Manuylov, GM 2002, *Social and psychological diagnosis of personality and small groups development*, Moscow, pp. 57-59, (in Russian).
- Goleman, D 2013, *Emotional intelligence in business*, Moscow, 512 p., (in Russian).
- 'Interview: C.K. Prahalad' 2004, *Business Strategy Review*, vol. 15, no. 2, June, pp. 13–16, <https://doi.org/10.1111/j.0955-6419.2004.00307.x>.
- Kuzmin, ES 1967, *Fundamentals of social psychology*, Leningrad, 173 p., (in Russian).
- Prahalad, CK & Ramaswamy, V 2001, 'Co-opting customer competence', *Harvard Business Review on Customer Relationship Management*, Harvard, 192 p.
- Shamkhalov, FI 1993, *American management. Theory and practice*, Moscow, 176 p., (in Russian).