

КОММУНИКАТИВНЫЙ ПРОЦЕСС «МЕНЕДЖЕР - ПОКУПАТЕЛЬ» В БИЗНЕС-СРЕДЕ И МЕЖКУЛЬТУРНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Ковалькова Т. А., кандидат педагогических наук, доцент кафедры психологии, высшее учебное заведение «Университет экономики и права «КРОК», Украина, г. Киев

Коммуникация – это межличностное и межгрупповое взаимодействие, в основе которого лежит знание другого человека и обмен определенными результатами умственной деятельности (информацией, мыслями, чувствами, оценками и т.д.). Общение – это взаимодействие двух или более людей, направленное на примирение и объединение сил для установления межличностного контакта и достижения общего результата. Общение людей всегда носит импровизационный характер для каждого из его участников. Благодаря диалогической направленности общение стремится увидеть в другом партнере уникального собеседника, а коммуникационное сообщение – это обращение к любому адресату, находящемуся в определенной ситуации, отвечающему определенным требованиям.

Мы определяем общение как процесс взаимодействия и взаимосвязи субъектов, в котором произошел обмен информацией, действиями и навыками. Причем общение носит субъектно-субъективный характер в индивидуально-личностном проявлении. Однако общение нельзя определить только с помощью сообщений; это также форма общения, процесс передачи информации с помощью технических средств (СМИ, телефон и т.д.). Следовательно, это определенный акт общения. Коммуникация носит социально-институциональный характер и может иметь разные формы: субъект-субъектную и субъект-объектную. Следовательно, общение – это не акт общения в целом, а акт взаимодействия. Общение предшествует взаимоотношениям. А взаимосвязь, являющаяся актом общения, происходит из общения [7].

Менеджер – это профессионально подготовленный специалист, занимающийся организацией работы коллектива людей на основе специальных методик и процедур [1, с. 73]. Личность менеджера – это главный фактор обеспечения эффективного развития бизнес-среды.

Возможность адекватного общения помогает менеджеру понять социальную активность покупателя. Компонент коммуникации – это коммуникативный акт, то есть акт передачи информации от одного человека к другому человеку или группе людей. Есть много разных способов общения, каждый из которых играет важную роль в обмене информацией. Мы используем общение каждый день практически в любой среде, в том числе на рабочем месте. Коммуникативный процесс «менеджер – покупатель» жизненно важен для здорового и эффективного рабочего процесса. Коммуникация абсолютно необходима в бизнес-среде, когда менеджеры строят процесс общения со своими покупателями и коллегами, делятся идеями, делегируют обязанности, управляют командой. Таким образом, предотвращение конфликтов на работе и улучшение

коммуникации – это психолингвистические стратегии, снижающие риск эмоционального выгорания на рабочем месте.

Другими психолингвистическими стратегиями снижения риска синдрома выгорания есть: улучшение общения на работе; предотвращение конфликтов; точное определение целей; подготовка доказательств на вопросы покупателей; подготовка контраргументов на вероятные возражения коллег и покупателей; необходимость заранее решить, на какой компромисс пойти; нужно становится более ориентированным на задачи предприятия в бизнес-среде. Развитие коммуникативного процесса «менеджер – покупатель» может помочь менеджеру добиться успеха в карьере. Межличностное общение можно улучшить, безусловно, с помощью повышения интенсивности коммуникативного процесса «менеджер – покупатель», что может помочь менеджерам почувствовать, что их работа ценится, и, тем самым, они избавятся от негативных эмоций.

Межкультурный менеджмент – это изучение менеджмента в межкультурном контексте. Он включает изучение влияния социальной культуры на менеджеров и управленческую практику, а также изучение культурных ориентаций отдельных менеджеров и членов организации [7].

Культура – это характеристики и знания определенной группы людей, включая язык, религию, кухню, социальные привычки, музыку и искусство [8].

Существуют разные типы культуры: западная культура, восточная культура, латинская культура, ближневосточная культура, африканская культура. Культура бывает организационной и национальной. Организационная культура предполагает организационную приверженность, а национальная культура – социальную ответственность.

Культурные различия влияют на организации. С усилением глобализации в мире обучение межкультурной компетенции стало инструментом предотвращения трудностей в культурном разнообразии и межкультурном диалоге.

Общение между культурами – это обмен смыслами. Общение включает в себя наше поведение, мысли, обычаи и традиции, недопонимание, создание препятствий. Общение состоит из вербального и невербального типов и включает выражение лица, тон голоса и поведение. Перевод невербального общения основан на культурном происхождении человека и у каждого человека свой [6].

Из-за культурных различий часто возникают конфликтные ситуации. Межличностные конфликты являются социально-психологическим явлением, ведь предусматривают взаимодействие двух или более людей, характеризующееся их столкновением вследствие различий характеров, взглядов, ценностей. Специфика межличностных конфликтных взаимоотношений заключается в том, что они возникают при наличии как минимум двух конфликтующих сторон, интересы, ценности и намерения которых несовместимы, а поведение и действия направлены на блокирование активности противоположной стороны [2, с. 182].

В психологической литературе конфликт понимается как столкновение противоположных интересов или взглядов, что определяет содержание

конфликтной ситуации. При этом последняя является типичным явлением для процесса, участники которого работают для достижения единой цели. Конфликтная ситуация обычно возникает из-за разных точек зрения, разных взглядов на решение проблемы и достижения наилучшего результата [5].

Также конфликты возникают в коммуникативном процессе «менеджер - покупатель» в бизнес-среде. Г. Ложкин среди характерологических факторов возникновения конфликтов в отношениях людей называет: чрезмерную критичность и нетерпимость к недостаткам других, пониженную самокритичность, несдержанность в чувствах, негативные коммуникативные стереотипы в отношении людей, импульсивность, личностную предрасположенность к агрессивному поведению, склонность подчинять себе других, невоспитанность, отсутствие внутренней духовной культуры, невнимательность к другим людям, корысть и эгоизм [3, с. 67-68].

По утверждению Л. Котловой, возникновения межличностных конфликтов обуславливается объективными и субъективными причинами. К объективным причинам относятся преимущественно те обстоятельства социального взаимодействия людей, которые привели к столкновению их интересов, мнений, установок и тому подобное. Объективные причины приводят к созданию предконфликтных обстоятельств – объективного компонента предконфликтной ситуации [4, с. 445].

Субъективные причины связаны с теми индивидуально-психологическими особенностями личности, которые приводят к выбору именно конфликтной, ни любой другой формы взаимодействия с другими людьми для разрешения сложившейся ситуации. Человек, который является инициатором межличностного конфликта, не идет на компромиссное решение проблемы, не уступает, не избегает конфликта, не пытается вместе с оппонентом взаимовыгодно решить противоречия, а наоборот – выбирает стратегию противодействия, конфронтации [4, с. 445].

Итак, межличностный конфликт в коммуникативном процессе «менеджер – покупатель» в бизнес-среде – это столкновение несовместимых желаний, стремлений, установок партнеров по общению. Так как возникновения межличностных конфликтов обуславливается объективными и субъективными причинами, характерологические особенности людей влияют на возникновение конфликтных ситуаций в сфере «менеджер – покупатель» значительно. Развитие коммуникативного процесса «менеджер – покупатель» может помочь менеджеру добиться успеха в работе.

Рост культурного разнообразия порождает новые экономические, социальные и политические проблемы. Диалог между культурами – это самый фундаментальный тип демократического разговора. Его цель – дать нам возможность развить чувство общности и конструктивно жить вместе.

Литература:

1. Діденко М. С. Професійно значимі якості особистості менеджера організацій: теоретичний аспект. Міжнар. наук. форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент: зб. наук. праць. Ред. кол.: Євтух В. Б. (гол. ред.). Київ : Фенікс, 2013. Вип. 13. С. 201-211.

2. Лисенко-Гелемб'юк К. Актуальні проблеми особистісного становлення в період юності. Освітній простір України. 2018. Вип. 12. С. 178-185.
3. Ложкин Г. В., Повякель Н. И. Практическая психология конфликта : учеб. пособие. К. : МАУП, 2000. 256 с.
4. Котлова Л. О. Психологічні особливості конфліктних форм поведінки студентів та їх особистісного статусу. Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія «Педагогіка і психологія». Вінниця : ТОВ фірма «Планер», 2010. Вип. 32. С. 444-450.
5. Сорока І. А., Сингаївська І. В. Практичні рекомендації щодо профілактики конфліктів у колективі організації. Гуманітарний вісник ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет ім. Григорія Сковороди». Додаток 2 до Вип. 35, том III (15): Тематичний випуск «Міжнародні Челпанівські психолого-педагогічні читання». К. : Гнозис, 2015. С.193–199.
6. Adler N. International dimensions of organizational behavior, 5th ed., Thomson South Western, 2008. ISBN 978-0524-36075-2 or 0324360754
7. Kovalkova T. O. Training intercultural competence as a tool for prevention difficulties in cultural diversity and intercultural dialogue. Revista Dilemas contemporáneos: Educación, Política y Valores 2020. <https://www.dilemascontemporaneoseducacionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/2406/2451>
8. Thomas D., Peterson M. Cross-cultural management. Essential concepts. 4th ed. 2017. 336 p.