**«Социальная ориентация современного менеджмента»**

*Курсовая работа по дисциплине «Основы менеджмента»*

**Оглавление**

Введение

1. Проблемы управления и менеджмента в психологической науке
2. Психология социально ориентированной экономики и ее проблемы в России
3. Социальные ориентации современного менеджмента – главный
4. признак их цивилизации.
5. Психологические принципы цивилизованного менеджмента

Практическая часть

Заключение

Список используемых источников

Приложение

**Введение**

Интерес к проблемам эффективного управления возрастает в современную эпоху, приобретая характер одного их важнейших направлений в жизни и развитии экономики, социальной жизни стран и даже международной политики и будущего человечества.

Решение проблем, стоящих перед российской экономикой, и возможности её превращения в социоэкономику неразрывно связаны с преодолением социально-психологической аномии, т.е. отсутствии закона и приоритетным повышением социально-психологической чувствительностив экономической деятельности государства, предпринимательства и менеджмент.

Важнейшим признаком цивилизованности предпринимательства и обслуживающего его менеджмента выступает их социальная ориентированность.

Целью написания курсовой работы явилось изучение социальной ориентации современного менеджмента.

Для реализации указанной цели были поставлены следующие задачи:

1.Раскрытие и анализ проблем управления и менеджмента в научно-теоретической литературе.

2.Изучение психологии социально ориентированной экономики и ее проблемы в России.

3.Раскрытие психологических принципов цивилизованного менеджмента.

4.Исследование социальной ответственности на примере ООО «Управляющей компании торгово-офисного центра «Бум».

Курсовая работа состоит из введения, основной и практической части, заключения и приложения.

В первой главе рассмотрено общее состояние психологических проблем менеджмента.

Во второй главе показаны проблемы психологии в России, обозначены грубые ошибки в осуществлении рыночных преобразований.

Третья глава посвящена социальным ориентациям современного менеджмента.

В четвертой главе описаны психологические принципы цивилизованного менеджмента.

В практической части проведено исследование.

 **1. Проблемы управления и менеджмента в психологической науке**

В нашей стране интерес психологов к проблемам управления начал возникать с конца 60-начала 70-х годов прошлого века после появления первых работ по его общей теории. До этого времени вообще отрицалось, что управление – это особый вид деятельности, который должен выполняться специального подготовленными людьми – управленцами и на основе научного подхода. Полагали, что руководителям достаточно быть верным идеям КПСС и выполнять указания Генерального секретаря решения Политбюро и съездов партии, основные из которых обычно давались на пятилетку.

К предыстории психологических исследований проблем управления можно отнести работы конца 60 – начало 70-х годов, выполненные военными психологами М.И. Дьяченко, Н.Ф. Феденко, А.И. Китовым, изучавшими вопросы деятельности командира в мирное и военное время, управление войсками. Первые психологические исследования разными учреждениями и организациями были проведены В.М. Шепель, Л.И. Уманским, А. Л. Журавлевым, В.Ф. Рубахиным, Ю.В. Шориным, Н.С. Мангутовым.

Особое внимание привлекали работы Л.И. Уманского, скурпулезно, последовательно и, что важно, экспериментально исследовавшего организаторскую деятельность в школе, пионерских организациях и участия на производстве. Им был внесен не потерявший значение и по ныне вклад в изучение эффективности разных видов организации труда и организаторских способностей руководителя, которые он целиком связывал со склонностью и умением выявлять и учитывать психологические особенности людей, расставлять их, понимать настроение в группах, отражать в регулярно составляемых цветограммах и влиять на них. В эти же годы начали публиковаться переводные работы, пользовавшие популярностью, хотя традиционно критиковавшиеся с идеологических позиций. Они, несомненно, положительно повлияли на обогащение управленческих знаний наших специалистов и рост их научно-управленческой культуры.

На рубеже 80-х годов и позже стали появляться целостные психологические концепции, авторы которых сделали попытку представить не отдельные вопросы, а их взаимосвязанную совокупность. Надо сказать, что все они разработаны в советское время, а новые целостные концепции в последующем не появлялись.

Первым такую концепцию разработал в 1974-1979 гг. А.И. Китов. Она представлена в книге «Психология управления» и может быть названа процессуальной – деятельностной. В обще психологическом плане в её основе лежит теория личности и деятельности. Её положения испытали влияние административно-командных взглядов на стиль управления, преобладавших в практике управления тех лет. В концепции делается акцент на психологию личности и деятельности руководителя, а сотрудники организации рассматриваются как исполнители даваемых им поручений. В качестве главного управленческого акта выделено управленческое решение, выступающее ввиде реакции на практическую проблему, возникшую перед руководителем. Поэтому управление в ней представлено как в ситуационное и заключается в принятии управленческих решений руководителем в постоянно сменяющих друг друга ситуациях. Процесс управления представлен в схеме управленческого цикла*:* ситуативная проблема – управленческое решение – организация выполнения решений, связанная с подбором исполнителей, доведением до них задач, контролем за ходом их роботы и оценкой достигаемых результатов. В условиях современной России борьбы за утверждением демократических начал во всех сферах жизни и деятельности часть положений этой концепции устарела.

В 1980-1982гг. А.М. Столяренко была разработана психологическая концепция управления, названная организационно – деятельностной По научным кондициям она носит системный, социально – психологический, демократический характер. Ее приоритеты – человек в системе управления, социальные цели, ценности, психология организации управления и организационного климата, психологические механизмы самоорганизации деятельности коллектива и сотрудников. Реализован отказ от представления о работе организации как единоличной работе руководителя, которому дана власть для использования подчиненных («исполнителей») в качестве средства, «инструмента» при решении поставленных перед ним (руководителем) задач, о руководителе как «погонщике». В основе ее лежит постулат о работе организации как коллективном субъекте, коллективной деятельности единомышленников – профессионалов, стремящихся к единой цели, где работает не один руководитель и все исполняют его волю, а работает каждый сотрудник при координирующей и направляющей роли руководителя, работа которого сравнима с искусством дирижера. Управление исходит из презумпции доверия к возможностям, добросовестной и профессиональной работе сотрудников, отношения к ним как личностям со своими стремлениями, позициями, потребностями, жизненными проблемами, а не как к «средствам», «винтикам», «исполнителям» воли руководителя. Задача руководителя – в создании организации, психологически характеризующей такими отношениями, в сплочении и согласовании совместной и слаженной деятельности сотрудников, в создании таких внутриорганизационных условиях, в которых каждый хотел и мо бы проявить, развить и удовлетворить свои профессиональные и личностные возможности. Обеспечивается равная приоритетность социальных, экономических и человеческих ценностей и задач управления.

В 1987-1988 гг. коллективом авторов под руководством
В.И. Черненилова (Я.Я. Белик, В.А. Зозуль, Е.В. Петухов, В.П. Трубочкин и др.) предложена концепция психологического потенциала организации. Основу этой концепции составляют идеи гуманистической психологии о человеке, его жизненном потенциале, необходимости и возможностях его актуализации. Психологический потенциал организации авторов концепции - это интегральная характеристика актуализированных и остающихся незадейственными внутри - и внеорганизационных психологических явлений и процессов личности и групп соотнесения с масштабом профессиональных и социальных требований к ним. Главной задачей системы управления выступает формирование и использование не только внутриорганизационного, но и внеорганизационного психологического потенциала взаимодействующих организаций.

В работах А.Н. Занковского конца 1990-х годов развивается концепция, в которой решающая роль отводится организационной власти, определяемой как «процесс, обеспечивающий устойчивую приоритетность общей цели над индивидуальными целями работников и использующий для этого широкий набор средств, включая насилие». Роль организационной власти состоит в превращении индивидуальной цели в общую. Субъектом власти являются люди, находящиеся на «капитанском мостике», и их качества имеют решающее значение.

В этих концепциях, имеющих и нечто общее, в качестве главных отдельные психологические феномены, реально существующие в системе управления.

Число исследований и публикаций по вопросам управления начиная с 90-х годов резко возросло. Новая обстановка в стране, необычная и ещё малоосознанная, в первые годы сдерживала их, и преобладали перевозные изделия, которые сыграли положительную роль уяснении отечественными психологами новых для всех проблем рыночной экономики, предпринимательства и бизнеса. Вплоть до начала XXI в. публикациях освещались преимущества традиционные вопросы управления. Наибольшее внимание уделялось:

* Психологии труда;
* Организационной психологии;
* Психологии профессий, профессионала и профессионализма;
* Акмеологии профессионализма;
* Мотивации, работы с кадрами;
* Личности и деятельности руководителя;

Приведенные в ссылках работы не исчерпывают всего перечня, но отлично видно, что число их значительно превысило все то, что было сделано психологами до 90-х годов. Это отвечало реальной потребности, но не смогло полностью удовлетворить её, ибо специфика управления в рыночных условиях не находила ещё достаточного отражения в них. Однако проработка проблем управления прокладывала путь к разработке проблем менеджмента.

В 1990-х годах – начале нового века заметно возросло число работ, в названии которых употреблялись слова «рыночная экономика», «бизнес», «предпринимательство», «менеджмент». В них стали подниматься вопросы, которые раньше почти не затрагивались. Это вопросы психологии:

* экономики;
* особенности и проблемы рыночной экономики;
* труда, деятельности, предпринимательства условиях рыночной экономики;
* имиджа, рекламы;
* делового общения, взаимоотношений и переговоров;
* менеджмента (управления) персонала;
* общих вопросов менеджмента;
* личности и деятельности менеджера, предпринимателя.

Обобщая и оценивая общее состояние исследованности психологических проблем менеджмента, можно констатировать следующее.

* 1. Психологическая наука не хочет отставать от происшедших в Росси экономических и связанных с ними социальных перемен, что находит отражение в резком увеличении числа публикаций, выражающих стремление психологов осмыслить их и оказать активную помощь практике в их отношении.
	2. Менеджмент – составная часть рыночной экономики, вопросы психологии менеджмента неразрывно взаимосвязаны с пониманием сущности рыночной экономики и её психологии.
	3. Задача познания психологии рыночной экономики чрезвычайно сложна, но обязательна для решения.
	4. Специфика менеджмента как особого вида управления, как уже отмечалось, велика, а поэтому и перенос в него того, что традиционно рассматривалось в рамках административного управления, не в полной мере оправдан. Называть менеджмент просто управлением либо под словом «управление» без прилагательного «рыночное» подразумевать менеджмент вряд ли целеобразно. Приходиться считаться с тем, что наша экономика носит смешанный характер, а управление фактически делиться на два во многом несовпадающий вида – управление в государственных учреждениях (органы государственной власти, муниципального управления, правоохранительные органы, органы социального обеспечения, бюджетные предприятия и учреждения и пр.) и на предприятиях, относящихся к частной собственности. На особенности первого пока мало сказываются законы рынка, а второй по сути дела почти целиком подчинен им. Поэтому понятия «управление» и «менеджмент» не синонимичны, хотя семантически и близки. Правильнее говорить об административном управлении и рыночном управлении (менеджменте). Употребление же их как равнозначных вносит путаницу, сдерживает исследование и мешает раскрытию специфики менеджмента, столь важной для современных экономических и социальных условий и практики предпринимательства.
	5. Значительной части отечественных публикаций по менеджменту свойственен спокойный, повествовательный, благостный стиль, характерный и для многих зарубежных изданий. Но наша экономика и рынок существенно отличаются от тех устоявшихся, которые имеются в благополучных, развитых, цивилизованных странах. Предпринимательство и менеджмент функционируют в условиях слабости регулирующей роли государства в экономике, корпорации чиновничества, экономической нестабильности, постоянных угроз криминала, при наличии многочисленных фактов мошенничества, падении нравов, снижении культуры, профессионализма и образованности. Разработать психологию менеджмента с игнорированием этих реалий – значит заниматься фантазиями.
	6. В публикациях непосредственно мало уделено внимания острым, сложным и чрезвычайно важным для будущего России психологическим проблемам сбалансирования чисто деловых, хозяйственных, производственных вопросов предпринимательства и менеджмента с социальными проблемами, с необходимостью создания социально – ориентированной экономики, с нравственностью в предпринимательстве. Есть работы по этике, но дело сводится зачастую только к этике общения или просто к этикету, т. е. внешне благостному поведению.

Вместе с тем имеющиеся в психологической науке наработки в сочетании с психологическим анализом опыта создания и функционирования рыночной экономики в других странах и нашем отечестве, а также с учётом современных творческих поисков и находок в других отраслях науки позволяют внести целесообразные приемлемые усовершенствования в современную практику построения новой России.

**2. Психология социально - ориентированной экономики и её проблемы в России**

В условиях современной человеческой цивилизации и положения дел с экономикой в России часто и справедливо ставится вопрос о необходимости направления её развития и функционирования в цивилизованное русло. Слово «цивилизация» происходит от лат. civilis - гражданский, государственный. В широком значении – это отличие от дикости и варварства, синоним высокого уровня развития чего-то, воплощенности в нем достижений человеческого ума, нравственности, успешного опыта и проявления культуры. Согласно этому общему определению цивилизованная рыночная экономика – это состояние экономической сферы жизни общества, деятельность государства, субъектов рынка, экономическая деятельность граждан, отличающиеся социальной ориентированностью, воплощенностью выше достижений опыта хозяйствования, человеческой цивилизации, науки, нравственности, культуры, которые обеспечивают их эффективность стабильность, выживание и перспективы на будущее.

Такое состояние коренным образом отличается от:

* хаотического, стихийного, анархического и неадекватно управляемого;
* дикого бизнеса;
* варварских нравов, необразованности и бездуховности;
* подчиненности предпринимательского поведения граждан только животным инстинктом, индивидуальному эгоизму с игнорированием интересов других, будущего своих детей, внуков, отечества и даже человечества;
* вседозволенности в стремлении к максимальному личному обогащению, выдаваемому за свободу и либерализм;
* нанесения вреда предпринимательством духовным ценностям, интересам, целостности, безопасности и международному престижу России, межнациональным отношениям, историческим достижениям своих отцов, дедов, предков, здоровью людей, природы, подготовке подрастающего поколения к лучшему продолжению дел, что имеет место сейчас в экономической сфере;
* в зависимости от криминала;
* защищенности от произвола чиновничества.

Интегральной и важнейшей характеристикой цивилизованности экономики, отличной от этого состояния выступает социально ориентированная рыночная экономика(«социальная рыночная экономика», «социоэкономика»). Можно назвать семь главных признаков ее цивилизованности:

1. равные возможности для всех граждан в самореализации и самоутверждении себя в труде и обеспечении достойной жизни;
2. гуманная, демократичная, правомерная и нравственная организация хозяйствования;
3. оптимальное сочетание интересов субъектов экономической деятельности (индивидуальных и групповых), других участников ее и всего общества;
4. в соответствие хозяйствования национальным, культурным, историческим особенностям населения; удовлетворение духовно и физически здоровых потребностей граждан в интересах их самих и благополучия будущего российского народа и его поколения;
5. внесение вклада в укрепление могущества государства, способного обеспечить все виды безопасности страны, необходимую социальную поддержку и помощь своим гражданам, предпринимательству, а при необходимости и населению других стран, попавшему в беду;
6. недопущение вреда работникам, населению, природе, экологии, сохранности природных богатств, другим странам и внесения максимально возможного вклада в снятие угроз выживаемости человечества и самой жизни на Земле в условиях нарастающих экологических, техногенных, природных, террористических и военных угроз;
7. поддержка и уважение международных соглашений и связей, не наносящих ущерба своей страны и ее народа.

Встав на путь создания цивилизованной рыночной экономики позднее других высокоразвитых государств, Россия способна взять из их опыта все лучшее, не повторять их ошибок, избежать негативных направлений деформаций рыночной психологии – индивидуального и группового эгоизма, расслоение общества на конфликтующие социальные группы, превращение денег в единственную ценность и безудержной погоне за максимальной прибылью, падению духовности, распространения безнравственности и бескультурья, роста экономической и иной преступности, нанесения вреда природе, здоровью людей, национальной безопасности в и др.

Российская философская социальная мысль издавна отличалась преимущественной направленностью на поиск справедливого социального обустройства общества, отвечающего интересам всего народа, и сейчас такое время и условия, которые позволяют России в относительно короткие исторические сроки войти с новыми идеями и примером построения социально ориентированной рыночной экономики в авангард прогрессивных сил человечества. Сегодня это связано с радикальным исправлением многих совершаемых с начала 90-х годов грубых ошибок и промахов в осуществлении рыночных преобразований, которые:

* изначально выстраивались по схеме «экономическая экономика», без понимания роли, готовности населения, без опросов об отношении его к осуществляемым радикальным преобразованиям и без «человеческого фактора»;
* создали рыночную экономику, которая функционирует и развивается под доминирующим (скорее всего) влиянием не экономических законов, а преимущественно нецивилизованных человеческих и морально-психологической атмосферы, мало благоприятствующей в своих преобладающих характеристиках её успешному развитию;
* изначально были далеки от действительного создания социально ориентированной рыночной экономики, концепция которой преобладает в мире, а основывались преимущественно на абзацах дикого бизнеса двух – трёхвековой давности;
* осознанно и неосознанно подчиняли развитие экономики влиянию лиц и групп зачастую с морально и криминально деформированной психологией, отличавшихся мошенническим и криминальным обретением собственности и её пределами, недобросовестной конкуренцией с использованием чёрного пиара, силовым подчинением или физическим устранением конкурентов, криминальным паразитированием («крышевание», «рэкет»), теневой деятельностью, укрытием доходов от налогов, коррупцией в государственном аппарате, лоббированием и др.;

**3. Социальные ориентации современного менеджмента – главный признак их цивилизованности**

Глубоко ошибочно рассматривать специфику, способы реализации и критерии цивилизованности в отрыве от реалий социальной и экономической жизни, проблем и задач российского общества и государства. Нельзя рассматривать и проблемы цивилизованности, а отрыве от предпринимателя, собственника, единоличного или коллективного. Менеджер, в том числе и топ-менеджер – генераный директор, президент, председатель совета директоров и т.д., - в подавляющем большинстве случаев наёмные работники. Нельзя заблуждаться по поводу их полной самостоятельности. Они вправе творить все что угодно, не считаясь с договорными условиями при найме, разработанной до них или без них миссии предприятия, игнорируя указания и рекомендации нанимателя, не вмешивающегося в мелочи текущей деятельности, но дающего принципиальные установки, оценивающего по важнейшим критериям его работу. Если менеджер будет игнорировать это, не будет действовать с оглядкой на установки и оценки предпринимателя, то он потеряет работу. Поэтому проблема цивилизованного менеджмента – это и проблема цивилизованности предпринимателя, его взаимоотношений с топ – менеджерами, единства подходов по принципиальным вопросам. Именно поэтому проблемы цивилизованного менеджмента могут решаться лишь в единстве с предпринимательством.

Важнейшим признаком цивилизованности предпринимательства и обслуживающего его менеджмента выступает их социальная ориентированность. В широком понимании социальные ориентации – это проявляемое в экономической и менеджерской деятельности постоянное стремление его субъекта (владельца собственности, предпринимателя, менеджера) приносить пользу не одному себе, но и одновременно и наемным работникам, способствовать решению текущих и перспективных задач, которые стоят перед российским обществом и государством, иначе говоря, обеспечивать гармоничное сочетание собственных интересов с общественной полезностью. Предприниматели и менеджеры, достигая своих целей, зависят от окружающих социальных факторов, от их благоприятности для себя, и вместе с тем, желая или не желая этого, влияют на них. Выживание предприятий зависит от сбалансированности взаимодействия с окружающей средой, другими организациями, людьми, нормами, от решения вопросов взаимовыгодности существования и деятельности друг перед другом.

В развитых странах вопрос о социальной ориентированности перерос в вопрос о социальной ответственности предпринимателей и менеджеров. Она, как пишет П. Дракер,…не может более основываться на предположении о том, что личные интересы ведут к общественному благу и что личные интересы и общее благо могут рассматриваться независимо и не имеют никакого отношения друг к другу. Напротив, она требует от менеджера принятия на себя обязательств перед обществом и подчинение своих действий этическим стандартам. Он также должен сдерживать свои личные интересы и побуждения, если это идёт вразрез с общественным благом.

Любое предприятие находится в системе социально-экономических связей, зависимостей и влияний, внутренних и внешних, близких и отделенных. Их можно наглядно представить в виде социально-экономических кругов (рисунок 1). Предприятие зависит от происходящего в этих кругах и само влияет на них, вне зависимости от того, понимают это предприниматель и менеджер или нет.

1. Предприятие вносит свой полезный вклад в жизнь граждан региона, а частично и общества, государства (круги второй и четвертой)производимой и предлагаемой потребителям продукцией, способствуя повышению качества жизни, благосостояния и развитию. Необходимо цивилизованное использование права на свободу предпринимательства для предложения товаров и услуг, отвечающих разнообразным жизненным потребностям граждан и общества и способствующих преодолению проблем. Этот вклад социально полезен, если выпускаемая продукция качественна и отвечает стандартам рынка. Не допустима личная нажива путем причинения вреда людям, условиям их жизни, обществу, природе и государству.

Социальная ответственность перед потребителями ныне включает: психологически культурное и этическое обслуживание, честное информирование покупателей об особенностях товара и предложений, безопасность и долговременность товара, предпродажное послепродажное обслуживание, вежливую и немедленную реакцию на претензии, гарантийный ремонт или замену, долгосрочное удовлетворение потребностей покупателей (например, поставкой специальных для данного товара расходных материалов, запасных частей, периодического обслуживания, ремонта с предоставлением льгот), честную рекламу, признание прав лиц, органов и организаций, которым законодательно вменена обязанность контроля предпринимательской и управленческой деятельности.

1. Очевиден и значителен социальный вклад в удовлетворение *интересов и потребностей персонала* (круг первый): предоставление возможности трудиться и гарантий занятости; справедливое вознаграждение за труд; социальная поддержка при трудностях; обеспечение достойных условий труда, соблюдение трудового законодательства, гарантированное соблюдение конституционных и трудовых прав граждан распоряжаться своим трудовым ресурсом, повышать его и продавать с максимальной выгодой для себя; исключение превышения своих прав предпринимателем и менеджером; создание в организации демократической культуры работы на предприятии и уважение права работников принимать участие в общественных формированиях и влиять на управление, права на информацию, права быть выслушанным и др. Цивилизованный менеджмент персонала- способствование самореализации и самоутверждению работника, их социальному, интеллектуаль ному , нравственному и физическому развитию, овладению профессионализма и повышению. Важное значение имеет так же социальная поддержка персонала в различной форме: снабжение рабочей одеждой, возможность помывки после работы, организация питания и продажа товаров по льготным ценам, частичная оплата транспортных расходов или доставка на предприятие работников собственным транспортом, безвозмездные ссуды работникам, попавшим в трудные обстоятельства частной жизни, организация коллективных выездов на отдых в выходные дни, полная или частичная оплата туризма, лечение и пр. Вообще же социальные аспекты взаимоотношений с персоналом и достижения социального результата выходят далеко за пределы соблюдения формальных норм и отношения.
2. Обязательным в социальной ориентации и действиях предпринимателя и менеджера является *сотрудничество с органами государственной власти и местного управления, а так же некоммерческими организациями* (круг второй), содействие им в решении социальных проблем занятости, образования, медицинской помощи, помощи инвалидам и ветеранам, оказание посильной материальной и финансовой поддержки в общественно значимых программ по улучшению жизни, повышению культуры, нравственности и безопасности и др. Необходимо нормальное сотрудничество с профсоюзами, поставщиками, партнерами, общественными формированиями. Нельзя допускать принесения вреда здоровью граждан, экологии, воде, почве, воздуху, природе, сооружениям, дорогам (например, перегоном по ним тяжелой и гусеничной техники), окружающей среде различными технологиями, отходами, плохими очистными сооружениями, использованием недоброкачественного сырья и топлива, необоснованным снижением затрат на меры, обеспечивающие безопасность. Нельзя вызывать недовольство граждан строительством зданий различного назначения в неудобных и вызывающих протест местах, прерывать привычные маршруты движения, создавать помехи отдыху и пр. Социально значимы проявление личной общественной активности, участие в меценатстве, спонсорстве и просветительстве, в различных общественных и попечительских советах, комиссиях, ассоциациях как местного, так регионального и федерального масштаба.
3. Социальный вклад предполагает не только строгое соблюдение предпринимателем и менеджером законов (круг четвёртый), существующих в государстве, регламентирующих экономическую деятельность и поведение, гарантии занятости, права субъектов рынка, защиту интересов потребителей, охрану окружающей среды, но и уважение решений и обращений Президента и правительства . Необходима помощь в решении правительственных программ повышения уровня жизни населения, уровня занятости, борьбы с преступностью, снижения инфляции и др.
4. Несмотря на полную самостоятельность предприятий, они социально принадлежат к предпринимательскому сообществу (круг третий) региона, страны, вносят вклад в его деятельность, его имидж, престиж и вообще увеличивают его жизнеспособность.

Социальный вклад возрастает при построении работы предприятия в соответствии с лучшими чертами российского менталитета и историческими традициями российского предпринимательства, выраженными в общинности, душевности, широте натуры, гражданственности , корпоративной лояльности, соблюдении неписаных норм предпринимательства, корпоративно одобренных кодексов и правил поведения, при недопущении недобросовестной конкуренции, а так же в посильном участии в общих расходах сообщества на социальные программы. Необходимо уважение патентов и авторских прав, соблюдение сроков поставок и расчетов, полное выполнение обязательств перед сотрудничающими организациями, инвесторами, банками, а так же порядочное отношение к конкурентам.

1. Важен вклад предпринимательства и менеджмента в утверждение нравственной атмосферы в обществе, создание здорового морально – психологического климата среди персонала предприятия и на рынке. Не надо ожидать, когда кто- то сделает это, а реализовать на своем предприятии, что целиком в возможностях предпринимателя и менеджера. Такой вклад высоко ценим потому, что он в большой степени не регламентирован законами, но достигается проявлением цивилизованности, культуры, духовности и интеллектуальности личности предпринимателя и менеджера, вызывающих уважение у людей и желание ответить тем же. Одно из распространенных за рубежом правил менеджмента- «никогда не поступай с людьми так, как не хочешь, чтобы они поступали с тобой».
2. С глобализацией экономических связей, развитием международного рынка (круг пятый), а так же с выходом на него российского предпринимательства и товаров приобрело социальное и экономическое значение завоевание на нём доверия, престижа. Интеграция с международной практикой предпринимательства, ориентированной на создание социоэкономики и нашедшей воплощение в Международных правовых актах и соглашениях, требует строгого соблюдения международной торговли и поведения предпринимателей и менеджеров, внимание к запросам международных потребителей и торговых партнеров, строгого соблюдения договоров, недопущение обмана.

Принятый в 1973 году в г. Давосе «Манифест о моральном кодексе менеджера» содержит, например, такие важные для исполнения положения:

* «Профессиональной задачей руководства предприятия является служение заказчикам, сотрудникам, инвесторам и обществу и уравновешивание их противоречащих интересов»;
* «Руководство предприятия должно служить заказчикам, стремиться как можно лучше удовлетворять потребности покупателей, а так же к добросовестной конкуренции между предприятиями, которая обеспечивает соразмерные цены, высокое качество и разнообразие продуктов»;
* «Руководство предприятия должно служить сотрудникам, поскольку работающие в свободном обществе только тогда поддерживают руководство, когда оно со своей стороны учитывает их интересы. Руководство должно стремиться к обеспечению рабочих мест, повышению реального дохода и гуманизации труда»;
* «Руководство предприятия должно служить обществу, обеспечить сохранение окружающей среды. Руководство предприятия должно использовать на благо общества имеющиеся знания и средства, обеспечить возможность получения работниками новых знаний и содействовать техническому прогрессу. Оно должно создавать такое положение, при котором предприятие благодаря своей способности уплачивать налоги обеспечивало бы всему обществу возможность выполнения своих задач. Менеджер должен ставить свои знания и опыт на службу обществу»;
* «Выполнение руководством предприятия своих обязанностей по отношению к заказчикам, сотрудникам, инвесторам и обществу можно только в том случае, если существование предприятия поддерживается в течение длительного срока. Для этого необходимы достаточные прибыли. Поэтому прибыль предприятия является необходимым средством, но не конечной целью руководства предприятия».

Ошибки и недобросовестность отдельных представителей нашего бизнеса ложатся пятном на всё российское предпринимательство, порождают снисходительное, пренебрежительное и подозрительное отношение к нему.

Все социальные ориентации - пустой звук для тех предпринимателей и менеджеров, сознание которых затуманено единственной целью – погоней за максимальной прибылью и которым нет дела ни до чего другого, т.е. социально, интеллектуально и морально ограниченных. Цивилизованное предпринимательство и менеджмент могут быть плодом лишь цивилизованных людей – развитых личностей. Для этого нужно обладать чувством любви к Родине, гражданского долга, верности традициям отцов, подлинной демократичностью, проявлять озабоченность будущим народа и своих наследников и др. Проблема – в психологии предпринимателей и менеджеров. Нельзя не согласиться с мнением, что социальная ответственность предполагает нечто большее, чем трату небольшого количества времени и денег на дела общества. Это особый склад ума, образ мышления, который должен быть принят менеджерами как непременная и естественная часть их профессионального мировоззрения.

Исходным психологическим условием выступает принятие предпринимателем и менеджером социальной ориентированности в число главных ценностей ориентаций своей деятельности, реализация которой обеспечивается достижением удовлетворительного равновесного состояния между прибылью и социальной целесообразностью, а также исключением из своей деятельности всего, что приносит вред людям и общественным интересам.

Было бы не верно надеяться, что большинство предпринимателей и менеджеров, в силу особенностей своей психологии и желания получить прибыль, спокойно отнесутся к убыткам, которые в каком-то объёме нужны при полной реализации своей социальной ответственности. Поэтому важно принять государственные и корпоративные меры, чтобы создать условия, при которых было бы невыгодно быть социально не ответственным.

**4. Психологические принципы цивилизованного менеджмента**

Существуют многочисленные причинно-следственные зависимости действий менеджера, проявляющиеся постоянно и неотвратимо. Эти зависимости существуют объективно и представляют собой закономерности, без учёта которых невозможно добиться успеха. Важное место в их комплексе принадлежит социально-психологическим закономерностям, ибо деятельность организации – это деятельность людей и среди людей, целей её – это цели людей и способы действий, это сложное переплетение интересов, потребностей, напряжение ума и воли. Трудно найти участок предприятия, который освобождал бы менеджмент от необходимости ориентации на интересы людей и принятия во внимание особенностей их психологии.

Наличие закономерных зависимостей не терпит волюнтаристских «телодвижений» («делаю что хочу»), а ставит менеджера перед необходимостью избирать наилучшие, психологически обоснованные и эффективные действия. Свобода – не бесцельное метание, а умная, рациональная, учитывающая всё, что нужно для достижения цели, работа.

В литературе, ориентированной на практиков или готовящихся к практической работе, нередко описываются закономерности и (или) формируются принципы работы. Принцип – рекомендательное положение, которым следует руководствоваться при решении определённых практических задач. Принципы верны и полезны, если они научно обоснованны и проверены практикой. Они не придумываются, а выводятся на основе познания закономерностей, присущих какой-то деятельности, а их формулировка в рекомендательном виде воплощает их в себя. В любой деятельности множество разных закономерностей, поэтому принципы включают в себя основные из них. Это основные ориентиры, вехи на сложном пути к цели, что и определяет фундаментальное значение их для практики. Поэтому они должны постоянно удерживаться в сознании практика, а по ним сверяться все действия. Путь к цивилизованным действиям «высвечен» принципами их осуществления.

В литературе по бизнесу, предпринимательству, управлению, менеджменту приводятся принципы, отражающие преимущественно экономические и производственные закономерности. Но менеджмент имеет дело с многофакторной реальностью, которой присуща и психологическая реальность (подсистема). Она отличается качественно своеобразными феноменами, механизмами и закономерностями – психологическими. С ними надо считаться не в меньшей степени, а вероятно, в большей, чем с любыми другими. Если в условиях плановой экономики все можно было рассчитать почти однообразно, то – психологическая стихия столкновения интересов, потребностей, желаний, целей, намерений и планов. Клубок психологических причинно-следственных зависимостей в рыночной экономике сложен.

Закономерности даже одной природы не равнозначны: есть общие, системные, и есть частные, специальные. Поэтому и принципы не одинаковы.

Общие психологические принципы менеджмента *–* важнейшие рекомендательные положения по менеджменту всей деятельности предприятия, учитывающие её основные психологические закономерности. Эти принципы делятся на две группы.

Первая группа – миссионно-рыночные*,* отражают реальные психологические зависимости успешной деятельности предприятия в рыночной сфере.

Они имеют ценностно-ориентирующее, сквозное значение для всего менеджмента каждого его акта (рисунок 2).

1. Принцип взаимопонимания и доверия руководства, предпринимателя и менеджера. Предпринимательство и менеджмент – взаимосвязанные, но не идентичные явления. У предпринимателя и менеджера немало общего, и прежде всего общий интерес в успехе предприятия, сходство взглядов на способы его достижения. Это сходство на мелких предприятиях приводит нередко к тому, что предприниматель сам выполняет функцию менеджера. Бывает, однако, что предприниматель не доволен чрезмерной щепетильностью менеджера в соблюдение определённых норм и может подталкивать его к нарушениям ради получения максимальной прибыли. По этой причине возможно возникновение противоречий, конфликтных отношений, которые завершают уходом или увольнением менеджера. Поэтому нужно взаимопонимание, единомыслие по принципиальным вопросам, доверие предпринимателя к менеджеру по кругу вопросов его компетентности, предоставление самостоятельности, минимальное вмешательство в его работу.
2. Принцип приоритетности экономической и социальной миссии предприятия. Миссия организации – выпуск продукта, имеющего социальную значимость, устойчивый спрос, приносящий устойчивую прибыль и содействие решению социальных проблем общества.
3. Принцип российской ментальности и предпринимательской традиционности. Важно опираться на лучшие черты российского менталитета: духовность, душевность, общинность, даровитость, широту натуры, национальную и религиозную толерантность. С ментальностью своего народа следует считаться при работе на внутреннем рынке, с ментальностью других народов - в международных экономических контактах, а также иметь в виду, что ментальные особенности могут проявляться у самого менеджера. Надо следовать и столетиями сложившимся традициям российских предпринимателей и развивать: национальную самобытность, духовность, деловитость, порядочность и т.д.
4. Принцип кросс – культурного психологического подхода. В XXI веке при тенденциях к глобализации экономических отношений, более глубокому вхождению экономик отдельных стран в мировую экономику приходится считаться с психологическими особенностями международных партнёров, а также использованием иностранных рабочих на своих предприятиях.
5. Принцип упреждающего, гибкого и мобильного реагирования на динамику состояний рынка. Упреждать, делать всё раньше и лучше, чем это конкуренты, - один из законов достижения успеха в предпринимательстве и менеджменте. Состояние рынка – это не только материальная или финансовая характеристика, но обязательно и социально-психологическая.
6. Принцип законности и нравственности в выборе путей, средств и методов решения рыночных задач. Приведение предпринимательства и менеджмента в строгое соответствие с требованиями законов и нравственными критериями – долговременная и прогрессивная задача. Она определяется не только последствиями уже проведённых реформ, но и мировыми тенденциями развития экономики в странах с высокой культурой. Задача трудна по своей психологической сущности и нуждается в высококомпетентном психологическом решении.

Вторая группа **–** организационно-маркетинговые – психологические рекомендательные положения по внутрифирменному управлению, обеспечивающие его рациональную организацию, а также маркетинговую организацию производства, эффективную деятельность персонала (рисунок 3).

1. Принцип социально-психологической системности. Любое предприятие, фирма, общество, корпорация и другие организации уже при своём создании несут некоторые черты системы, ибо им присуща целостность, внутренняя структура и др., но подлинными социально-психологическими системами им предстоит ещё стать.
2. Принцип двуединой цели внутрифирменного менеджмента. Очевидна цель экономического управления предприятием - рациональная организация производства и различные виды его материального, энергичного и финансового обеспечения для выпуска достаточного количества качественной, пользующейся спросом продукции. Но достижение этой цели в решающей степени зависит от того, как работники предприятия создают продукцию, как они трудятся, насколько проявляют свои возможности, в какой степени они удовлетворены и настроены на эффективный труд, насколько они привязаны к предприятию.
3. Принцип постоянной и разносторонней мотивации добросовестного труда и работы с персоналом. На предприятии должна существовать гибкая и многокомпонентная система мотивации работников.
4. Принцип демократизма. Демократизм определяет необходимость менеджмента во всех построениях, видах, формах, решениях, способах быть человечным, опираться на уважение прав и личного достоинства каждого работника, считаться с мнениями других и др.
5. Принцип взаимосвязи организующие - психологического и ситуационно-психологического менеджмента. Функционирование предприятия как сложной социально-психологической системы характеризует иерархичностью, разноуровневостью. Поэтому линейный подход к решению проблем менеджмента не адекватен его реальностям. Исследования показывают, что вся социально-психологическая системность предприятия функционирует на двух взаимосвязанных уровнях:
	* организующем – относительно устойчивом, глубинном, внешне малозаметном, но проявляющемся во всех психологических явлениях системы предприятия**;**
	* обслуживающем – динамичном, ситуативном, поверхностном.

Каждый из них и их взаимосвязи нуждаются в управленческом контроле и оптимизации, а поэтому и менеджмент может быть эффективным, если строится по уровнено, ввиде налаживания и поддержания организованности работы предприятия и обеспечение гибкого мобильного реагирования на возникающие ситуации.

**Практическая часть**

По теме «Социальная ответственность» проведено исследование методом анкетирования. Разработана анкета, проведён опрос шести учредителей ТОЦ «Бум».

Таким образом, получились следующие выводы:

На первый вопрос «Приносит ли деятельность ТЦ «Бум» пользу обществу?» 5 человек ответили «Да», 1 человек затрудняется ответить.

На второй вопрос ответили таким образом: 3 человека считают, что ТЦ присуща такая черта социальной ответственности, как гарантийный ремонт или замена, 2 человека считают, что существует вежливая и немедленная реакция на претензии, 1 человек считает, что психологически культурное и этическое обслуживание.

На третий вопрос 2 человека ответили, что сотрудники управляющей компании ТОЦ «Бум» имеют такую социальную гарантию, как предоставление возможности трудиться и гарантии занятости, по мнению одного человека сотрудники имеют «справедливое вознаграждение за труд», по мнению трёх человек - в компании имеет место «соблюдение трудового законодательства».

На четвертый вопрос лишь один из опрашиваемых считает, что руководство компании оказывает социальную поддержку сотрудникам. Остальные ответили «нет», либо «затруднились ответить».

При ответе на пятый вопрос мнение опрашиваемых собственников было единогласно: «ТОЦ «Бум» взаимодействует с органами государственной власти местного самоуправления».

При ответе на шестой вопрос также все считают, что компанией «соблюдаются все нормы российского законодательства в отношении защиты интересов потребителей, охраны окружающей среды».

Ответы на седьмой вопрос, в большинстве, показали, что для ТОЦ «Бум» не присуще распространённое за рубежом правило менеджмента «Никогда не поступай с людьми так, как не хочешь, чтобы они поступили с тобой».

Исходя из ответов на восьмой вопрос, можно сделать вывод, что собственники не определились, в чём же заключается профессиональная задача руководства, созданной ими компании.

На девятый вопрос 4 человека ответили: «руководство ТЦ учитывает интересы сотрудников», 1 человек «затруднился ответить», 1 человек выбрал «другой ответ».

При ответе на десятый вопрос 4 человека видят конечную цель деятельности компании «получение доходов», 2 человека - «сделать ТЦ узнаваемым».

Из проведенного исследования видно, что вопрос о социальной ответственности ещё полностью не раскрыт, и работники ТОЦ «Бум» социально не ответственны.

Для того чтобы работники ТОЦ «Бум» были социально ответственны, выработаны следующие рекомендации:

1. Работники ТОЦ «Бум» должны иметь прочные, морально и по-деловому зрелые социально-психологические взаимосвязи между работниками, так как это неотъемлемый компонент социальных связей, лежащих в основе сообществ людей, которые сближают и объединяют работников, влияя на поведение каждого, на взаимодействие и результаты труда.

2. Должны обладать единством в понимании и реализации целей и задач организации.

3. Необходимы доброжелательные взаимоотношения, а также общение и взаимопонимание.

4. Должна присутствовать атмосфера активного поиска всеми и каждым работником путей улучшения дела на рабочих местах.

5. Необходимо четкое распределение прав, обязанностей и ответственности между работниками.

 **Заключение**

Встав на путь создания цивилизованной рыночной экономики позднее других высокоразвитых государств, Россия способна взять из их опыта все лучшее, не повторять их ошибок, избежать негативных направлений деформаций рыночной психологии – индивидуального и группового эгоизма, расслоение общества на конфликтующие социальные группы, превращение денег в единственную ценность и безудержной погоне за максимальной прибылью, падению духовности, распространения безнравственности и бескультурья, роста экономической и иной преступности, нанесения вреда природе, здоровью людей, национальной безопасности и др.

Российская философская социальная мысль издавна отличалась преимущественной направленностью на поиск справедливого социального обустройства общества, отвечающего интересам всего народа, и сейчас такое время и условия, которые позволяют России в относительно короткие исторические сроки войти с новыми идеями и примером построения социально ориентированной рыночной экономики в авангард прогрессивных сии человечества.

Важнейшим признаком цивилизованности предпринимательства и обслуживающего его менеджмента выступает их социальная ориентированность. В широком понимании социальные ориентации – это проявляемое в экономической и менеджерской деятельности постоянное стремление его субъекта (владельца собственности, предпринимателя, менеджера) приносить пользу не одному себе, но и одновременно и наемным работникам, способствовать решению текущих и перспективных задач, которые стоят перед российским обществом и государством, иначе говоря, обеспечивать гармоничное сочетание собственных интересов с общественной полезностью. Предприниматели и менеджеры, достигая своих целей, зависят от окружающих социальных факторов, от их благоприятности для себя, и вместе с тем, желая или не желая этого, влияют на них. Выживание предприятий зависит от сбалансированности взаимодействия с окружающей средой, другими организациями, людьми, нормами, от решения вопросов взаимовыгодности существования и деятельности друг перед другом.

В развитых странах вопрос о социальной ориентированности перерос в вопрос о социальной ответственности предпринимателей и менеджеров. Это явление является новым в нашей стране, и на примере торгово-офисного центра «Бум» я убедилась, что вопрос о социальной ответственности ещё полностью не раскрыт, и поэтому работники ТОЦ «Бум» социально не ответственны. Социальная ответственность не может более основываться на предположении о том, что личные интересы ведут к общественному благу и что личные интересы и общее благо могут рассматриваться независимо и не имеют никакого отношения друг к другу. Напротив, она требует от менеджера принятия на себя обязательств перед обществом и подчинение своих действий этическим стандартам. Он также должен сдерживать свои личные интересы и побуждения, если это идёт вразрез с общественным благом.

Для того чтобы работники ТОЦ «Бум» были социально ответственными им необходимо обладать следующими характеристиками:

* многочисленные прочные, морально и по-деловому зрелые социально-психологические взаимосвязями между работниками;
* общая ценностно-целевая ориентированность, единство в понимании и реализации целей и задач организации, сочетающих ее интересы с интересами работников;
* здоровый социально-психологический и морально-психологический климат, доброжелательные взаимоотношения, общение и взаимопонимание;
* атмосфера активного поиска всеми и каждым работником путей улучшения дела на рабочих местах;
* высокая организованность, четкое распределение прав, обязанностей и ответственности между работниками.

Все социальные ориентации - пустой звук для тех предпринимателей и менеджеров, сознание которых затуманено единственной целью – погоней за максимальной прибылью и которым нет дела ни до чего другого, т.е. социально, интеллектуально и морально ограниченных. Цивилизованное предпринимательство и менеджмент могут быть плодом лишь цивилизованных людей – развитых личностей. Для этого нужно обладать чувством любви к Родине, гражданского долга, верности традициям отцов, подлинной демократичностью, проявлять озабоченность будущим народа и своих наследников и др. Проблема – в психологии предпринимателей и менеджеров. Нельзя не согласиться с мнением, что социальная ответственность предполагает нечто большее, чем трату небольшого количества времени и денег на дела общества. Это особый склад ума, образ мышления, который должен быть принят менеджерами как непременная и естественная часть их профессионального мировоззрения.

В курсовой работе были изучены и раскрыты следующие задачи:

1. Раскрытие и анализ проблем управления и менеджмента в научно-теоретической литературе.

2. Изучение психологии социально ориентированной экономики и ее проблемы в России.

3. Раскрытие психологических принципов цивилизованного менеджмента.

4. Исследование социальной ответственности на примере ООО «Управляющей компании торгово-офисного центра «Бум».

В данной работе рассмотрено общее состояние психологических проблем менеджмента, показаны проблемы психологии в России, обозначены грубые ошибки в осуществлении рыночных преобразований, рассмотрены социальные ориентации современного менеджмента, описаны психологические принципы цивилизованного менеджмента.

В практической части проведено исследование, сделаны выводы и выработаны рекомендации.

Тем самым цель достигнута, задачи выполнены.

**Список использованных источников**

1. *Амаглобели Н.Д., Столяренко А.М.* Психология менеджмента.М., ЮНИТИ-ДАНА,2005.
2. *Кабушкин Н.И*. Основы менеджмента. М.,2006.
3. *Камерон К.С.,* Куин Р.Э. Диагностика и изменение организационной культуры. – СПб., 2001.
4. *Маллинз Л*. Менеджмент и организационное поведение. – Минск, 2003.
5. *Мескон М*.Х, Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. – М.,1992.
6. *Предпринимательство*: социально-экономическое управление: Учебное пособие / Под ред Н.В. Родионовой, О.О. Читанавы. – М.: ЮНИТИ, 2002.
7. *Психология* предпринимательской деятельности./ Отв. Ред. В.А. Бодров.-М., 1995.
8. *Социальная* психология экономического поведения – М., 1999.
9. *Социально-психологическая* динамика в условиях экономических изменений. – М., 1998.
10. *Юликов Л.И., Лрачева Е.Л.* Менеджмент. М.: Издательский центр «Академия»: Мастерство, 2002.