Уровни духовной культуры менеджера

## Введение

Духовная культура менеджера - это уровень воспитанности и образованности, степень развития творческих сил и способностей человека, выраженный в типах и формах организации жизни и деятельности, а также в создаваемых им материальных и духовных ценностях. Для данного этапа социально-экономического развития общества необходима новая генерация менеджеров конкурентоспособных и высокоразвитых духовно, способных сохранить национальную культуру и преумножить духовное наследство Украины.

Именно поэтому актуальной является тема исследования уровня духовной культуры менеджера.

Проблема адекватного управления современным обществом может быть успешно решена лишь при условии, если в духовной сфере, жизнедеятельности управленца любого ранга и уровня будет развит не один экономико-технологический уровень духовной культуры, а и чувственно-интуитивный уровень, но главное - будет развит разумный, нравственно-мировоззренческий уровень социального управления.

Эти три уровня духовной культуры управленца должны находиться в диалектическом взаимодействии, взаимно определять и дополнять друг друга.

Рассмотрим подробнее уровни духовной культуры менеджера.

Естественно-природной основой чувственно-интуитивного уровня управленческой деятельности являются инстинкты, рефлексы человека на природные и социальные воздействия. Поэтому естественная реакция человека на эти воздействия носит интуитивно-инстинктивный характер. На этом управленческом и самоуправленческом уровне господствует в основном биологическая целесообразность, которая является важным регулятором отношений между человеком и окружающей средой. Эта адаптационная способность дана каждому человеку от рождения, передается по наследству и не носит социального характера. Как установлено наукой, именно в этой бессознательной сфере рождаются новые идеи, великие научные открытия и технические изобретения. Вся сложность проблемы творческого акта состоит в том, чтобы, во-первых, раскрыть сам "механизм" зарождения новой идеи и, во-вторых, понять каким образом "всплывают" эти новые идеи и затем логически осознаются в рассудочном. мышлении человека.

Ответ на вопрос, каким образом возникает интуитивная истина, каковы истоки интуитивного познания человека дает закон опережающего отражения действительности, впервые сформулированный советским философом Э. Ильенковым. Формирование личности менеджера должно исходить из биолого-физиологических и психологических особенностей того или иного субъекта социального управления, то есть из его витальных инстинктов. В любом коллективе-организации важное значение имеют

Эффективные высшие менеджеры считают себя "политиками", которые должны представить свои планы перед клиентами компании для обзора и поддержки. Исполнительный комитет из пяти членов превращается в Стратегическую конференцию с 500 участниками. В одной крупной французской компании 500 менеджеров определили стратегию, проголосовав за нее. Канадский директор назвал свою деловую поездку ради встреч со служащими фирмы "политической кампанией", в ходе которой он должен заручиться их поддержкой.

## Взаимозависимость и межфирменные отношения. Внешние клиенты - жизненно важные союзники в осуществлении изменений

Одна из важнейших особенностей компании Wal-Mart состоит в тесной работе с поставщиками, чтобы уменьшить затраты на складирование и ускорение поставок. Розничный торговец и производитель делятся друг с другом данными с помощью электронных средств связи, а графики производства отражают динамику потребительского спроса. Фирма Whirlpool, которая является многолетним партнером компании Sears в США, развила подобные отношения и в Европе.

Руководство межфирменными отношениями отнимает у высших менеджеров все больше времени.

Такие отношения создают множество связей между организациями: системщики планируют совместимость обмена данных; маркетологи и производственники договариваются о стандартах качества; финансисты готовят систему прохождения счетов (например, Whirlpool Europe частично финансирует товарные запасы своих розничных торговцев).

Директор одной американской компании шутит, что у него в офисе нет ни одного свободного стула: какое бы решение не принималось, его офис всегда переполнен "аутсайдерами".

Ориентация на партнерство требует уважения к другой компании и готовности вложить капитал на продолжительный срок. В Stride RiteАрнольд Хайатт делал упор на тесные связи с дилерами и брал долгосрочные обязательства перед азиатскими производителями, что было необычно для отрасли в то время. Он искал компании, чья культура совместима с культурой работы Stride Rite.

Отношения доверия складываются через людей. Партнерства развиваются, потому что руководители разных компаний с удовольствием работают вместе, как и их подчиненные. Один из уроков, преподанных процветающими германскими компаниями, обслуживающими иностранные рынки, заключается в том, что отношения работают через цепочки людей.

## Снижение уровня самоуспокоенности. "Эмоциональная температура" внутри организаций

Лидеры все чаще должны иметь дело с культурными и политическими различиями между странами, компаниями и группами их собственных работников. Различия и вызываемые ими конфликты снижают уровень комфорта и самоуспокоенности.

Традиционные компании минимизировали различия среди служащих, чтобы обеспечить легкое общение и высокий комфорт. Это было особенно заметно в высших эшелонах управленцев, где часто преобладала замечательная этническая и социальная однородность. Но компании больше не могут позволить себе издержки сегрегации - например, обращение со служащими-женщинами как с балластом. Возможность сексуального преследования, вероятно, является самым сильным фактором дискомфорта по сравнению с любой другой проблемой, помимо расовой. Это означает, что подобное поведение, ранее игнорировавшееся или считавшееся допустимым, сегодня следует немедленно искоренить. Сложные проблемы расового и сексуального различия между сотрудниками впервые обрушились на американские компании, но они становятся все серьезнее и в Европе, и в Азии. Способность противостоять им ускоряет совершенствование многих аспектов людских ресурсов. Руководители должны способствовать обеспокоенности подчиненных. Чувство комфорта может создать ощущение ложной безопасности. Любование прошлыми успехами и изящно сформулированные заявления о миссии компании не позволили фирме Mentor Graphics - если взять только один этот пример - увидеть изменения в конкурентном окружении в бурный период ее собственного развития. Рядовые менеджеры создают себе комфорт, избавляясь от проблем слишком быстро - даже прежде, чем сумеют понять их полное значение. Лидеры, напротив, создают неспокойные рабочие места с эмоциональными подъемами и спадами.

За вышеперечисленными закономерностями следует еще одна - и это желательность изменений. Видение лидера - это несовершенный движущийся объект. Так и должно быть. Чтобы сохранить лучшее из того, что компания может осуществить, руководители должны изменяться вместе со временем. Это совершенно определенно, и в отношении уровня духовности были проведены исследования духовной культуры менеджеров как духовного уровня развития личности.

Исследование духовного уровня развития личности осуществлялось при участии лаборатории психолого-педагогических исследований кафедры философии и психологии Донецкого государственного университета управления. Решением проблем духовного развития личности в психологии занимались Грот НЯ., Франк С.Л., Чудновский В.Э., Шадриков В.Д., Знаков В.В., Петровский В.А. Духовное развитие личности, согласно Гроту НЛ., понимается как становление устоев нравственности в жизни и деятельности человека [3; 402]. Согласно Франку С.Л., вопросы духовности человека - это вопросы смысла жизни. Большинство людей уходят от решения этой проблемы, откладывают в сторону решение вопроса о смысле жизни. Этот вопрос не выдуман людьми, потому что на смену одним поколениям приходят другие и жизненные блага (богатство, здоровье, слава, общественное положение) шатки и ненадежны. Смысл жизни - это Слово Божие, которое есть истинный, насыщающий нас хлеб жизни [3; 408]. Искание смысла жизни есть, таким образом, собственно "осмысление" жизни, раскрытие и внесение в нее смысла, которое вне нашей духовной действительности не может быть найдено. Проблема духовности, согласно Чудновскому В.А. - это проблема смысла жизни. Смысл жизни понимается им как проблема относительной эмансипированности от "внешнего" и "внутреннего". Кроме того, духовность связывают с духовной сущностью человека, с духовным началом, в качестве которого выступает "дух", "душа". Под духовными способностями в этом случае понимаются свойства духа, некоего идеального познающего начала [3; 420]. Одним из главных аспектов решения данной проблемы является поиск духовности человека. Как указывает Знаков В.В., факторами, которые способствуют духовному развитию человека, являются уровень развития духовных способностей, а также возникновение у человека духовных состояний. Под духовным состоянием человека понимается психологический феномен, когда он сосредоточен на осмыслении и переживании духовных ценностей, то есть познавательных этических и эстетических аспектов бытия [3; 431]. Понимание сущности духовности отражено в словаре Дьяченко М.И. и Кандыбовича Л.А., как высших сторон внутреннего мира, которые проявляются в человечности, сердечности, доброте, искренности, теплоте, открытости для других людей.

В психологическом решении проблемы сущности духовности человека выделяют несколько направлений. Для первого направления характерно понимание духовности как результата привлечения человека к общечеловеческим ценностям духовной культуры; для второго направления присуще рассмотрение духовности в аспекте возникновения у человека духовных составляющих; согласно третьему направлению, " духовность - это наличие у человека стремления к саморазвитию и самореализации; согласно четвертому направлению, духовность - это жизнь с Богом и неразрывная связь с ним [1, 72].

Менеджер своим отношением к служебным обязанностям и к другим людям служит примером для рядовых сотрудников и других менеджеров. Нарушение им этических и моральных норм может быть воспринято сотрудниками как возможность делать то, чего нельзя. Любое действие, поступок менеджера имеют не только сиюминутный эффект. Своими действиями, в течение некоторого времени, он формирует комплекс моральных устоев окружающих его людей: подчиненных, потребителей (клиентов или покупателей), поставщиков и даже конкурентов. Представлення об этичности в управлении, в свою очередь, оказывают воздействие на этические нормы других людей. То есть, имеет место эффект рассеяния во времени и в пространстве. Кроме того, деятельность менеджера одновременно и духовно-практическая, и духовно-творческая. Менеджер создает новые духовные ценности - он формирует культуру отношений в коллективе, к производимой им продукции, нравственные устои общения сотрудников друг с другом, моральные основы контактов "менеджер - подчиненный".

## Какова же стратегия ведущих менеджеров фирм?

Кроме того, что руководство должно обеспечивать успешную работу организации, планировать будущее развитие компании, личность руководителя должна стать образцом для этического подражания, а обобщенно можно подчеркнуть, что они являются подражанием для подчиненных во всех сферах взаимодействия.

Директора могут стать более яркими образцами для подражания, когда учатся сами, а не учат других. Дэвид Дворкин, будучи главой британской розничной компании BhS, произнес много речей о важности применения технических средств в торговом зале, чтобы помочь продавцам лучше обслуживать клиентов. Но этот призыв дошел до персонала только тогда, когда он и его ближайшее окружение сами стали учиться работать на новых кассовых аппаратах.

Важным качеством менеджера является способность усовершенствовать процессы. Сосредоточение на производственных процессах столь же важно, как и сосредоточение на изделиях. Процессы не только создают сегодняшнюю эффективность, но также обеспечивают будущее благодаря приобретению работниками опыта и квалификации, что влияет на новую продукцию.

Сравним расходы на НИОКР в Японии и в США по данным, полученным профессором Льюисом Брэнскомбом с факультета государственного администрирования Гарвардского университета. Японские компании вложили 70% своих фондов НИОКР в усовершенствование технологических процессов. Американские компании 70% своих фондов НИОКР вложили в усовершенствование продукта. Однако японские компании также сделали упор на усовершенствование продукции в начале технологической цепочки с тем, чтобы обеспечить и высокое качество, и низкую конечную цену. Они были уверены, что такое сочетание поможет им добиться доминирования на рынке.

Новая основная продукция может удовлетворить самолюбие руководства, но слишком большие затраты на нее - далеко не лучший способ построить будущее компании. Быстрое обновление технологического процесса, напротив, может открыть возможность разрабатывать новые изделия быстрее. Хорошо подобранные пошаговые инновации могут привести к крупным техническим прорывам. Разнообразие в пределах общей структуры изделия позволяет измениться самой этой структуре.

Необходимо добиваться абсолютного превосходства, а не относительного качества. С усилением глобальной конкуренции достижение самых высоких стандартов становится более важным, чем надежда на самые простые общие решения. Директора строят возможности компании, стремясь к абсолютному превосходству, а не пытаясь выиграть что-то у сегодняшних конкурентов или выполнить сегодняшние нормы регулирования. Один из японских секретов качества состоит в том, чтобы искать совершенство, а не делать изделие на один балл лучше, чем конкуренты. Хотя эта философия, изначально обходится дороже, в конечном счете она более жизнеспособна.

Проблемы экологии - это та сфера, в которой абсолютное превосходство оправданно со всех точек зрения. Рассмотрите попытки европейских стран согласовать нормативы состояния окружающей среды. Даже если Европейский союз договорится о более низких нормативах страны, которые превысят этот минимум, смогут обеспечить преимущества для своих компаний на своих внутренних рынках. И если эти внутренние рынки велики, как в Германии, результатом может быть протекционизм.

Некоторые фармацевтические компании, столкнувшись с различными регулирующими стандартами в разных странах мира, выбирают наиболее строгие для своих новых лекарств. Компания Hewlett-Packard старается производить продукцию в соответствии с самым высоким стандартом, изменив, в частности, дизайн своих офисных машин во всем мире, чтобы соответствовать германским нормативам состояния окружающей среды. Этот подход повсеместно укрепляет репутацию компании в области качества.

Принцип “Политика и открытость”. По мере того как директора становятся открытыми для обучения, они должны также открыть двери своих компаний большему числу клиентов.

Занятие бизнесом больше не сводится к торговым сделкам, заключаемым за закрытыми дверями. Все больше компаний и конкурентоспособной информации становится доступно большему количеству людей. Жаждущие сенсаций журналисты рыщут в поисках внутрифирменных событий, и таким образом директора попадают под лупу исследователей. А когда компании переживают кризис, их директора подвергаются нападкам.

Отмена государственного регулирования во многих странах не деполитизировала жизнь корпораций - как раз наоборот. Возьмем, к примеру, поездку бывшего президента США Джорджа Буша в январе 1992 г. в Японию, куда он отправился вместе с руководителями американской автомобильной промышленности. Эта поездка сделала доходы директоров компаний предметом политических дискуссий. Вытеснит ли новый способ политических действий - дебаты между акционерами и менеджерами относительно управления компанией - приобретение ее активов как метод решения проблемы руководства? Такие дебаты могут быть довольно жаркими и ожесточенными, пока фирмы не пригласят своих клиентов к себе, как это делает компания Avon, проводя регулярные встречи директоров, инвесторов и менеджеров.

В прошлом директора изолировали себя с большей легкостью, чем это можно сделать сегодня. Они окружали себя "придворными", которые говорили им то, что боссы хотели слушать. Руководители корпораций могли отказываться от разговора с прессой. Они не знали тех неудобств, с которыми сталкиваются рядовые граждане, и летали на частных реактивных самолетах, что производитель обуви Арнольд Хайатт однажды уподобил "поездке Ленина в опечатанном вагоне". Сегодня высшие руководители более доступны во всех отношениях. Бесшумный, похожий на храм этаж, где раньше располагались кабинеты директоров-распорядителей, уступает место офисам с дверями, открытыми в любое время.

## Заключение

Таким образом, поведение менеджера, его духовная культура влияют на уровень культуры в обществе и в организации. Поэтому большое значение имеет формирование высокого уровня профессиональной и деловой культуры в процессе обучения студентов в вузе. Поэтому большое значение имеет творческое овладение национальной, мирровой и профессиональной культурой еще в процессе обучения студентов в вузе. С профессиональным ростом менеджер должен проявлять деловые качества с учетом деловых стандартов поведения, разработанных ведущими специалистами в области менеджмента, защищать интересы корпорации и проявлять усвоенные в процессе обучения моральные качества, которые являются неотъемлемой частью деловых качеств личности менеджера.

## Литература

1. Бурега В.В., Любчук O.K. Психологія: в активних методах навчання; Навч. метод, посібник. - Донецьк: ДонДУУ, 2007, 99 с.
2. Дьяченко М.И., Кандыбович Л.А. Краткий психологический словарь: личность образование, самообразование, профессия. - Мн.: "Хэлтон", 2008. - 399 с.
3. Федорчук В.М., Федорчук Е.І. Інтерактивне навчання як основа формування творчого потенціалу майбутнього вчителя // Проблема цілісного розвитку особистості студента як суб'єкта педагогічної взаємодії: Матеріали другої міжнародної науково-практичної конференції (27-28 квітня 2005р) - Донецьк, 2005. - С 25 - 31.