

ФОРМУВАННЯ МОРАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ

УДК: 37.034:378.14

М. М. Видиш
В. О. Цибулько

Особливої актуальності зазначена проблема набуває в нинішніх умовах підготовки майбутніх менеджерів із відповідним рівнем професійної компетенції та ділової культури спілкування у підприємницькій діяльності, для якої характерна нестабільність та суперечливість моральної атмосфери. Сьогодні суспільство стоїть перед якісно новою моральною ситуацією, необхідністю оцінки й вибору моральних цінностей, етикету ділового спілкування, здатністю підприємців пов'язувати власні ціннісні орієнтації із загальнолюдськими (гуманністю, справедливістю, миролюбністю, добротою тощо).

Взаємовідносини культури менеджерів складаються з культури управління, підприємництва та менеджменту, а також ціннісних орієнтацій, очікувань, прихильності, які лежать в основі відносин як у самій підприємницькій діяльності, так і поза нею.

В Україні останнім часом з'явилась низка публікацій щодо досліджуваної проблеми, її вивчають, Т. Аболіна, В. Єфименко, О. Лінчук, О. Вишневський, М. Вачевський, Н. Примаченко, В. Грищенко, В. Здоровенко, В. Мадзігон та інші дослідники. Т. Аболіна, І. Бекешкіна, В. Білоусова, Я. Радевич-Винницький, Т. Ткачова, О. Шпак працюють у рамках інтегрального підходу до предмета діагностики, брали вже не набір якостей, що характеризують акти зовнішньої поведінки, а інтегральний показник, що виражає сутність морального аспекту особистості, а Л. Божович, А. Вербицький, О. Зосимовський, Т. Коннікова пропонували вивчати рівні моральної вихованості на основі спрямованості діяльності. Л. Божович підкреслює, що сам процес засвоєння моралі має розглядатися як формування суспільної спрямованості особистості [1]. Рівень спрямованості є показником моральної вихованості.

Мета статті полягає у висвітленні проблеми формування моральної культури менеджерів у студентів вищих навчальних закладів (ВНЗ) та визначенні критеріїв і рівнів її сформованості.

Розвиток підприємницької діяльності в основному залежить від типу і рівня культури менеджерів у суспільстві. Там, де в її основі лежать порівняльні

тенденції і зумовлена ними заздрість до чужого успіху, де вся надія при розв'язанні навіть власних проблем не на себе, а на державу, там немає твердого ґрунту для встановлення підприємництва. Базування моделі культури менеджерів на ініціативі, свободі й відповідальності – вирішальні умови розвитку і становлення підприємництва.

Значущість культури менеджерів у підприємницькій діяльності визначається тим, що вона виступає регулятором поведінки людей, є гарантом шанобливого ставлення до культурної спадщини всіх народів і націй. Головне її призначення – сприяти найбільш адекватному вираженню моральних почуттів людини, пробудженню у ній моральної рефлексії, забезпечувати психологічний комфорт спілкування серед підприємців, викликати взаємну доброзичливість, увічливість, толерантність взаємин у бізнесі та підприємстві тощо.

Вища школа як одна з визначальних ланок освіти покликана забезпечувати розв'язання цієї важливої проблеми, вести підготовку та навчання культури майбутніх менеджерів. Адже студентська молодь у майбутньому є потенційними підприємцями, керівниками сфери виробництва, установ культури, освіти. І від рівня їх культури вирішальною мірою залежить організація праці, продуктивність та ефективність виробництва, якість, морально-психологічний клімат у творчій інтелектуальній діяльності трудового колективу і, найголовніше, – здоров'я людини в сприятливому культурному середовищі на ринку праці [9].

Необхідно зазначити і той факт, що підготовка студентів ВНЗ – майбутніх менеджерів до сучасних умов ринку праці є важливим джерелом відтворення класу інтелігенції, носієм високого рівня культури й освіченості майбутніх підприємців.

Культура менеджера пронизує всі сфери діяльності людини, у тому числі й економічну. Тому формування цього якісного утворення у студентів економічних спеціальностей ВНЗ є дуже важливим і необхідним процесом у сучасній соціально-педагогічній ситуації підготовки висококультурних підприємців [10].

Нині в Україні проблемі вибору взаємовідносин культури менеджерів приділяється, на жаль, ще недо-

статньо уваги. Навіть у великих економічних словниках рідко зустрічаються терміни “культура менеджера”, “формування культури майбутнього менеджера”, “культура бізнесу”, “етикет підприємця” тощо.

Моральна культура особистості, як зазначено вище, розглядається нами як якісна характеристика морального розвитку, моральної зрілості особистості, високого рівня моральних відносин, які виявляються в культурі моральної свідомості, культурі моральних почуттів та культурі поведінки.

Щоб визначити результативність виховної роботи із забезпечення ефективного формування моральної культури особистості студента, слід мати чітке уявлення про виміри у рівнях вихованості студентів, у їх свідомості та поведінці.

Виявлення рівня вихованості студентів дасть змогу оцінити ефективність застосування форм і методів педагогічної взаємодії; дієвість певних технологій навчання допоможе з'ясувати відхилення у моральному розвитку особистості, визначити недоліки, а також знайти нові шляхи формування цієї якості особистості.

Вихованість – це властивість особистості, що є сукупністю достатньо сформованих соціально значущих якостей, які виявляються у ставленні людини до природи, суспільства, до людей, до себе, до продуктів людської діяльності.

У вихованні моральної культури майбутніх менеджерів виявляються, з одного боку, моральні вимоги суспільства, які відображаються у моральній свідомості особистості, у нормах, принципах, ідеалах, а з іншого – засвоєні кожною людиною принципи, які спрямовують, регулюють і контролюють її дії та вчинки в процесі підприємницької діяльності, зокрема менеджерів у конкурентному ринковому середовищі.

Для визначення рівня моральної культури розробляють відповідні критерії, що виступають у ролі мірила, норми. Критерій є найвищим, ідеальним рівнем явища, що вивчається. Зіставляючи наявний рівень моральної культури менеджера з нормою або ідеалом, можна спостерігати динаміку формування тієї чи іншої якості професійної компетенції менеджерів, які виявляються у ринковому середовищі.

У психолого-педагогічній літературі є чимало методик і програм діагностики моральної вихованості, формування професійної компетенції у майбутніх менеджерів: М. Вачевський [3], В. Здоровенко [6], Я. Радевич-Винницький [5], О. Кубрак [7]. За спрямованістю, способом і місцем застосування критерії сформованості моральної культури та професійних компетенцій менеджерів умовно можна поділити на дві групи:

критерії моральної культури, що пов'язані з виявом результатів у зовнішній формі – у судженнях, оцінках, учинках, діях особистості;

критерії моральної культури, що пов'язані з явищами внутрішнього світу особистості – мотивами, настановами, переконаннями, орієнтаціями.

Незважаючи на деякі розбіжності у підходах до визначення критеріїв моральної культури у майбутніх менеджерів, дослідники солідарні в головному: осно-

вними показниками оцінювання поведінки особистості вони вважають справи, дії, вчинки, ставлення. Зазначимо, що для майбутніх менеджерів у процесі навчання за найоб'єктивніший критерій моральної вихованості майбутніх менеджерів та сформованості професійної компетенції слід приймати ставлення, яке виявляє себе у різних формах діяльності та поведінки (М. Вачевський, Н. Примаченко) [4].

Усебічно вивчаючи критерії ефективності виховання учнівської молоді, О. Олексюк зазначає, що проблема формування духовного потенціалу студентів пов'язана з розвитком духовної культури, прищепленням сакральних напрямків, традицій духовної культури спільноти, що сукупно складають критерії оцінки розвитку конкретних якостей особистості і формують стійкі ставлення, специфіку тієї чи іншої якості особистості, а також чітко виражені результати її звичайних дій [8].

Цей висновок набуває особливої актуальності тому, що найголовнішою якістю, що характеризує вихованість особистості, виступає гуманність, як відзначає О. Вишневський [2]. Традиційне поняття “виховання” включає елемент влади над людиною. Виховання, побудоване на владі сильного над слабшим, бере свій початок у глибинах феодально-деспотичних відносин. Тут можна стверджувати, що кожна людина намагається поширити свої погляди і свій вплив на інших. Виховання та його сутність полягають у ставленні особистості до інших людей, яке передбачає повагу, любов і вимогливість до людини, чуйність і доброзичливість, співчуття й співпереживання, тактовність та попередливість, готовність прийти на допомогу кожному, хто її потребує.

Професор О. Вишневський зазначає, що більшовицька система виховання була одним із найреакційніших виявів авторитаризму і глибоко ввійшла у свідомість вчителя та батьків. Тому й досі в деяких закладах освіти, не задумуючись, користуються макаренківською формулою, відповідно до якої виховання – це цілеспрямований вплив на особистість з метою формування в ній наперед визначених якостей. Людину і суспільство не можна ні виховати, ні “зіпсувати” в короткі проміжки часу. Причина в іншому. За комуністичного режиму людина постійно перебувала під пресом страху, за нею наглядали, вона жила в полі страху і доносу на неї, а тому й вела себе помірковано [2].

Нові умови життя передбачають таке виховання, котре забезпечувало б формування у характері розкутої людини механізмів самоконтролю, самокорекції, самообмеження, самоорієнтації – не під впливом страху, а на основі власного погляду на життя, особистої волі та розуму, власної релігії та віри. Але це можливо лише в тому разі, якщо її виховання буде здійснюватися з самого початку в умовах свободи – у сім'ї, школі та ВНЗ. Свобода – це вроджена потреба людської душі. Підприємницька діяльність має належний розвиток, коли є повна свобода дії вибору професійної діяльності. Хоча повної свободи не може бути – людина постійно залежна від навколишнього середовища, а в ринковій економіці свобода обмежу-

ється як політичними законами держави, економічними чинниками, конкурентами, фінансовою системою, до яких підприємець пристосовує свою діяльність. Ця діяльність безпосередньо матиме успіх, якщо у менеджерів сформовано високий рівень культури професійної компетенції до діяльності в умовах конкурентного ринкового середовища.

У процесі визначення критеріїв і рівнів моральної культури студентської молоді ми спиралась на виділену нами структуру моральної культури і критеріальну систему оцінювання моральної вихованості особистості, розроблену М. Шиловою [12].

Слід зазначити, що українській педагогічній традиції завжди була властива схильність йти “середнім шляхом”, керувати вихованням, але не шкодити цьому керівництву. К. Ушинський цю проблему розглядає як виховання характеру і пише: “Щоб у дитини утворювався характер або нагромаджувалися для цього великі матеріали, слід, щоб дитина жила серцем і діяла волею, а цьому часто перешкоджають старші своїм втручанням у виховання дитини: або замикаючи дитину на цілий день у школу, або безперестанними моральними всякого роду обмеженнями” [11].

Зазначимо, що підхід до вивчення моральної вихованості студентської молоді – майбутніх менеджерів як комплексно-віковий підхід припускає вичленення основного комплексу соціально значущих якостей особистості, урахування вікових можливостей. Вихованість дає основу формування високої професійної компетенції у стосунках в підприємницькій діяльності, і це визначається не окремими якостями, а сукупністю якостей особистості, моральним змістом учинків, спрямованістю особистості на досягнення успіхів у підприємницькій діяльності. Ці ж характеристики є основою для визначення рівнів моральної вихованості, набуття професійної компетенції.

Моральна вихованість майбутніх менеджерів включає: усвідомлення випускником ВНЗ моральних норм, правил, дотримання їх у поведінці та трудовій діяльності.

Моральна культура майбутніх менеджерів як якісна характеристика професійної компетенції розвитку розкриває ставлення людини до суспільства, зовнішнього середовища, оточення, до себе, до продуктів людської діяльності, до діяльності на будь-якому сегменті ринкового середовища.

У процесі самоконтролю, саморегуляції та діяльності моральні норми закріплюються і стають нормами професійної компетентності, що характеризують її моральну вихованість у стосунках із партнерами, діловими колами, фінансистами, банкірами, тими партнерами ринку, від стосунків яких із менеджером залежить у майбутньому успіх та бажані матеріальні вигоди для підприємства чи організації, у якій здійснює свою діяльність менеджер.

Самостійність менеджера в прийнятті рішення, в організації діяльності із партнерами та конкурентами та саморегуляції поведінки розглядається нами як основні ознаки становлення моральної вихованості

та набуття відповідного рівня професійної компетентності.

Ми визначили комплекс особистісних якостей, які є критеріальними показниками моральної культури особистості студента. Це такі основні чинники: відповідальність, справедливість, толерантність, миролюбність, повага людської гідності, самоповага, милосердя, доброзичливість.

Визначені критерії знаходять відображення й характеризують активну позицію майбутніх менеджерів у професійній діяльності, пасивну, нестійку або негативну позицію, що відповідає рівням сформованості моральної культури менеджерів у ринковому середовищі і дає можливість приймати рішення, до якої сфери трудової діяльності доцільно залучати менеджера із відповідним рівнем моральних чинників.

Основною відмінною рисою цих авторів є виділення ними як предмета діагностики рівнів моральної вихованості складу певних моральних якостей. До першого рівня моральних якостей професійної компетенції менеджерів належить такий, що характеризується наявністю неповних або фрагментарних знань та епізодичним виконанням моральних обов'язків, пов'язаних із зовнішнім контролем і вимогами. Поведінка носить пристосовницький характер. Такий рівень може характеризуватись як рівень “роздвоєння моралі”, знання моральних норм і принципів носить формальний характер за суттю не реалізується у діяльності. Діяльність має характер, що суперечить прийнятим у суспільстві моральним вимогам. Такий рівень професійної компетенції у менеджерів доцільно використовувати у діяльності на конкретному промисловому підприємстві, де традиційно налагоджено серійне виробництво, канали збуту, сформовано коло споживачів, і підприємство не має намірів просувати свою продукцію на міжнародні ринки чи завойовувати широкі сегменти внутрішнього ринку.

До другого – середнього рівня, що характеризується повними чи неповними моральними знаннями менеджера, належать переважно такі моральні обов'язки, які не залежать від зовнішнього контролю, де моральна діяльність ще не набула достатньо систематичного характеру: у випадку конфліктних, проблемних ситуацій можливе невиконання моральних обов'язків. У зв'язку з цим даний рівень можна назвати “ситуативним”. Такий рівень моральних цінностей у менеджерів можна використовувати у діяльності із дослідження ринку, вивчення конкурентів, вироблення стратегій діяльності на ринку, укладання партнерських угод на внутрішньому ринку діяльності.

До третього – високого рівня культури менеджерів, на нашу думку, належить моральна вихованість, що характеризується певними високими моральними знаннями, які формують високий рівень професійних компетентностей, і систематичною моральною діяльністю щодо реалізації їх на практиці, що дає можливість характеризувати даний рівень як рівень “єдності моралі”, єдності слова і діла. Такий склад менеджерів доцільно рекомендувати на діяльність у міжнародній

справі, дослідженні міжнародного середовища, діяльності у банківській сфері, митній діяльності, тих галузях, де створюється добра репутація держави, привабливість міжнародних споживачів товарів і послуг.

Отже, необхідно поважати особистість, яку виховуємо, постійно оберігати право вибору, власну гідність, право бути такою, якою вона хоче бути, а не такою, якою хоче бачити її вихователь-педагог. Такі стосунки формуються там, де майбутні менеджери об'єднані із навчальним процесом і педагогами спільними прагненнями у досягненні високого рівня професійної компетенції і виробленні високих моральних чинників.

Добрі та людські стосунки засвоюються майбутнім менеджером як норма майбутньої професійної компетенції. "Раз добром нагріте серце вік не прохолоне", – ці слова Тараса Шевченка вказують на одвічний закон гуманістичного виховання: атмосфера добра формує добру людину, авторитарність і жорстокість – сприяють розвитку мізантропічних рис у її характері, бо нема в раба вищого прагнення, ніж стати деспотом.

Гуманізація, виховання культури, моралі передбачає навчання менеджерів тих предметів, що дають людині знання з історії, літератури, мистецтва, релігії, українознавства тощо. При цьому виходимо з переконання, що добрими спеціалістами є лише ті лікарі, менеджери, бізнесмени тощо, у яких високо розвинуті духовні якості, прагнення добра, краси, правди. Крізь призму добра оцінюється і зміст та призначення всіх наук у підприємницькій діяльності, їх призначення – служити людині, суспільству, а не цілям збагачення, далеким від потреб духовності особистості.

Список використаної літератури

1. Божович, Л. И. *Личность и ее формирование в детском возрасте* / Л. И. Божович. – М. : Педагогика, 1968. – 463 с.
2. Вишневський, О. І. *Теоретичні основи сучасної української педагогіки* / О. І. Вишневський. – Дрогобич : "Коло", – 2003. – 528 с.
3. Вачевський, М. В. *Теоретико-методичні засади формування у майбутніх маркетологів професійної компетенції* / М. В. Вачевський. – К. : Професіонал, 2005. – 364 с.
4. Вачевський, М. В. *Маркетингова культура у підприємстві : навчальний посібник* / М. В. Вачевський, Н. М. Примаченко, М. М. Баб'як. – К. : ЦУЛ, 2005. – 128 с.
5. Радевич-Винницький, Я. *Етикет і культура спілкування* / Я. Радевич-Винницький. – К. : Сполом, – 2001. – 223 с.
6. Здоровенко, В. В. *Культура ділового спілкування* / В. В. Здоровенко. – Дрогобич : НВЦ Каменяр, 2002. – 147 с.
7. Кубрак, О. В. *Етика ділового та повсякденного спілкування* / О. В. Кубрак. – Суми : Університетська книга, 2002. – 208 с.
8. Олексюк, О. М. *Проблема формування духовного потенціалу студентів. Наукове повідомлення* / О. М. Олексюк. // *Практична психологія та соціальна робота*. – 1999. – № 2. – С. 47–48.
9. Примаченко, Н. М. *Специфіка і типологія маркетингової культури як маркетингової категорії* / Н. М. Примаченко // *Актуальні проблеми економіки*. – 2004. – № 7(37). – С. 88–98.
10. Примаченко, Н. М. *Сервіс як культура взаємовідносин у маркетингу* / Н. М. Примаченко // *Актуальні проблеми економіки*. – 2004. – № 2(32). – С. 154–165.
11. Ушинський, К. Д. *Твори в шести томах* / К. Д. Ушинський. – К., 1952. – Т. 5. – С. 321–322.
12. Шилова, М. И. *Учителю о воспитанности школьников* / М. И. Шилова. – М. : Педагогика, 1990. – 144 с.

*Рецензент – кандидат педагогічних наук, доцент
Сінкевич С. В.*