

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОЙ КУЛЬТУРЫ БУДУЩИХ МЕНЕДЖЕРОВ

Мирзоян А. П.

*НОУ ВПО «Русско-Британский Институт Управления»,
Челябинск, Россия (454014, г. Челябинск, ул. Ворошилова, 12) mirzoyan.a.p@rbiu.ru*

В статье подчеркивается актуальность проблемы формирования клиентоориентированной культуры будущих менеджеров в вузе. Автор предпринимает попытку историко-педагогического анализа исследуемой проблемы, проводя его по трем направлениям – развитие теории менеджмента, подготовка менеджеров, а также развитие педагогической мысли в области формирования клиентоориентированной культуры менеджеров. Выделены и охарактеризованы три основных исторических периода становления проблемы: 20–80-е гг. XX века; 90-е гг. – конец XX века; начало XXI века – по настоящее время. Сделан вывод о том, что педагогическая наука только начинает комплексные исследования в данном направлении, чем и объясняется недостаточная разработанность этого вопроса в теории и практике профессиональной педагогики. Представлен терминологический аппарат проблемы формирования клиентоориентированной культуры будущих менеджеров в вузе: уточнены понятия «культура» и «культура личности», предложены авторские определения терминов «профессиональная культура» и «клиентоориентированная культура», «формирование клиентоориентированной культуры будущих менеджеров».

Ключевые слова: профессиональная культура, клиентоориентированная культура.

THE THEORETICAL ASPECTS OF THE PROBLEM OF FORMING OF CLIENT-ORIENTED CULTURE OF FUTURE MANAGERS

Mirzoyan A. P.

*Russian-British Institute of Management, Chelyabinsk, Russia (454014, Chelyabinsk, Voroshilova Str., 12)
mirzoyan.a.p@rbiu.ru*

This article emphasizes the topicality of the problem of developing the customer-oriented culture of future managers in HEIs. The author makes an effort of carrying out the historical analysis of the problem under study with regard to three aspects: development of management theory, training of managers, and also development of the pedagogical thought in the field of forming the customer-oriented culture of managers. The author singled out and characterized the three main historical periods of the problem formation: the 20's – 80's of the 20th century; the 90's – the end of the 20th century; the beginning of the 21st century – the present time. The conclusion stating that the pedagogical science is only at the beginning of a comprehensive research in this field, what explains the insufficient study of this issue by professional pedagogy both in theory and practice, is drawn. The terminological framework of the problem under study is produced: the notions of *culture* and *personal culture* are specified; the author's definitions of the terms “*professional culture*”, “*customer-oriented culture*” and “*development of the customer-oriented culture of future managers*” are proposed.

Key-words: professional culture, client-oriented culture.

Современные требования к подготовке менеджеров выходят далеко за рамки ГОС ВПО по специальности «Менеджмент организации» и профиограмм менеджеров, представленных в научно-теоретической литературе. Рыночная экономика, предполагающая деятельность предприятий в условиях жесткой конкуренции, требует от менеджера высокого уровня компетенции не только в области финансов, маркетинга и управления персоналом, но и грамотного выстраивания коммуникации с потребителями своих товаров или услуг. Поэтому выдвигание клиентоориентированности на одно из первых мест в культуре менеджера стимулирует ученых к исследованию проблемы ее формирования на стадии профессиональной подготовки в вузе.

Изучая проблему формирования клиентоориентированной культуры студентов, следует обратиться к истории ее становления, для чего необходимо провести анализ, как минимум, по трем направлениям: развитие теории менеджмента, подготовка менеджеров, а также развитие педагогической мысли в области формирования клиентоориентированной культуры менеджеров. Выделим следующие периоды: 1) 20–80-е гг. XX века; 2) 90-е гг.– конец XX века; 3) начало XXI века – по настоящее время. Охарактеризуем их более подробно.

Первый период (20–80-е гг. XX века) ознаменовался в США и Западной Европе бурным развитием управленческой науки, на которую большое влияние оказали труды Ф. Тейлора и А. Файоля. Управление впервые стало рассматриваться как универсальный процесс, состоящий из пяти взаимосвязанных функций: планирование, организация, подбор и расстановка кадров, мотивация и контроль. В 30-х гг. XX века Э. Мэйо, А. Маслоу и Д. МакГрегором была выдвинута идея использования моральных и психологических факторов воздействия на трудовое поведение работников, на основе которой была разработана теория мотивации персонала в организации, являющаяся актуальной и в настоящее время.

Эти идеи были известны в СССР, и даже серьезно изучались большевиками, поскольку советская власть искала новые методы управления в условиях социалистической экономики. Страна первой в мире пошла по социалистическому пути развития, не было ни опыта, ни теории, ни специалистов в области управления принципиально новым общественным производством. Широкую известность в это время получили труды крупных советских ученых, таких, как А. К. Гастев, П. М. Керженцев и других, которые легли в основу центральной платформы НОТ, принятой на II Всесоюзной конференции в 1924 г. Однако в конце 20-х – начале 30-х годов научные исследования в области теории и практики управления были свернуты, а проводившие их ученые репрессированы.

Национализированные советской властью фабрики и заводы остро нуждались в профессиональном управлении. В 1939 г. Политбюро ЦК ВКП (б) было принято решение о создании Высшей партийной школы (ВПШ) со сроком обучения 2,5 года, а впоследствии создана система партийных учебных заведений, включавшая в себя республиканские, областные и краевые партийные школы, курсы переподготовки. В учебных планах этих школ превалировала идеологическая составляющая. Тем не менее, начало формированию системы подготовки управленческих кадров с высшим и средним специальным экономическим образованием для предприятий и органов управления было положено.

Ситуация начала меняться только в середине 50-х годов. На XX съезде КПСС Н. С. Хрущев подверг резкой критике партийные учебные заведения, которые «готовили работников, сплошь и рядом не знающих основ конкретной экономики», и потребовал решительной перестройки системы партийного обучения. В 1956 г. структура учебных планов

партийных школ была изменена, в них появились такие дисциплины, как экономика, организация и планирование предприятий, финансы и кредит и другие.

После более чем двадцатилетнего отсутствия исследований, в 60–70-е гг. произошел относительный прогресс в развитии теории управления, предпринимались попытки совместить элементы западного менеджмента и советские традиции управления. Однако советская командно-административная система серьезно сдерживала развитие управленческой науки. Реформы управления народным хозяйством 1965 и 1979 гг. потерпели провал, поскольку оставляли без изменений глубинные отношения производства – отношения собственности. Руководители не имели возможности самостоятельно распоряжаться рабочей силой, нанимать необходимых работников, увольнять лишних или плохо работающих людей. К середине 80-х годов плановая экономика СССР находилась в предкризисном состоянии, в стране был тотальный дефицит товаров и услуг. В подобных условиях вопрос о формировании у менеджеров клиентоориентированной культуры отпадал сам собой. Тем не менее, несмотря на отсутствие на этом этапе научных исследований по вопросам подготовки менеджеров, исследователями проводилось достаточно много педагогических изысканий в области профессиональной подготовки в вузах.

Таким образом, данный период становления изучаемой нами проблемы положил начало формированию системы подготовки управленческих кадров в нашей стране, создав необходимые предпосылки для ее развития и совершенствования в последующие годы. Управление стало восприниматься как самостоятельный вид деятельности, но вопрос формирования у менеджеров клиентоориентированной культуры не являлся предметом изучения, знания о ее содержании практически отсутствовали.

Второй период (90-е гг. – конец XX века) начался принятием в 1990 г. Постановления Верховного Совета СССР «О концепции перехода к рыночной экономике» и «Основных направлений по стабилизации народного хозяйства и перехода к рыночной экономике», предусматривавших постепенную демонополизацию, децентрализацию и разгосударствление собственности, учреждение акционерных обществ и банков, развитие частного предпринимательства и положивших начало развитию частного бизнеса, резко повысив интерес к менеджменту. Вузы ощущали возрастающую потребность экономики в фундаментальной профессиональной подготовке менеджеров и были готовы ее реализовывать. Приказом Комитета по высшей школе Миннауки России от 6 мая 1992 г. было утверждено направление профессиональной подготовки 521500 «Менеджмент», а в июле того же года принят закон РФ «Об образовании», одним из основных положений которого было введение государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования. ГОС ВПО первого поколения по направлению «Менеджмент» был разработан в 1993 г. и сохранял

лучшие традиции советского образования – фундаментальность и широту подготовки. Одним из основных недостатков данного стандарта, разрабатывавшегося в период стагнации российской экономики, явилось то, что он исходил из требований академических сообществ и не учитывал интересы работодателей. В 1996 г. был принят Федеральный закон «О высшем и послевузовском профессиональном образовании», где констатировалось, что одним из принципов, на которых основывается государственная политика в области образования, является интеграция системы высшего и послевузовского профессионального образования Российской Федерации, при сохранении и развитии достижений и традиций российской высшей школы, в мировую систему высшего образования. Тем самым, государством была признана необходимость изучения международного опыта в подготовке квалифицированных кадров для рыночной экономики.

С 1997 г. по указу Президента РФ начала реализовываться Президентская программа подготовки управленческих кадров, стратегической целью которой является содействие развитию управления предприятиями для повышения их конкурентоспособности и эффективности, повышение качества. При всех очевидных преимуществах программа рассчитана лишь на повышение квалификации специалистов, уже работающих на руководящих должностях. Поскольку традиций бизнес-образования, как и современных теорий управления, в России не было, в страну хлынул поток информации из-за рубежа. Большой популярностью стали пользоваться проводимые западными специалистами по менеджменту семинары и тренинги, а также издававшиеся многотысячными тиражами мировые бестселлеры по управленческому искусству. Имея несомненную практическую пользу, данная информация, тем не менее, нуждалась в серьезной адаптации к условиям зарождающейся рыночной экономики России, тем самым создавая обширное поле деятельности для проведения научно-теоретических и прикладных исследований.

В середине 90-х гг. российскими учеными начали проводиться научные изыскания в области менеджмента, в том числе педагогические исследования в области теории и методики профессионального образования по менеджменту. Их тематика в основном касалась общих вопросов подготовки менеджеров: анализ подготовки менеджеров в высших учебных заведениях за рубежом, в частности, в США [4]; экологическая подготовка менеджеров [2]; подготовке спортивных менеджеров [1] и т.д. В конце 90-х годов, накопив определенный опыт подготовки менеджеров, исследователи приступили к изучению более узких профессиональных вопросов. Появляются исследования по проблемам формирования различных аспектов профессиональной культуры, в частности, профессиональной художественной культуры, профессиональной инженерной культуры, профессиональной правовой культуры, коммуникативной культуры менеджеров и др. Несмотря на развитие частного бизнеса в этот

период, необъятный рынок страны был далек от насыщения, поэтому реальной конкуренции между производителями еще не было. Клиентоориентированность бизнеса по-прежнему не являлась актуальной проблемой, поскольку владельцы бизнеса и сотрудники знали, что потребители будут приобретать их продукцию и услуги в любом случае.

Таким образом, несмотря на отсутствие соответствующей терминологии и комплексных разработок, данный период становления проблемы формирования клиентоориентированной культуры менеджеров играл важную роль для ее дальнейшего исследования, поскольку создал необходимые социальные предпосылки: во-первых, осознание потребности фундаментальной профессиональной подготовки студентов по направлению «Менеджмент»; во-вторых, введение государственного образовательного стандарта по данному направлению; в-третьих, появление научно-педагогических исследований процесса формирования отдельных аспектов культуры менеджеров в процессе их профессиональной подготовки в вузе.

Третий период (начало XXI века – по настоящее время) характеризуется бурным развитием малого и среднего бизнеса. В наиболее динамично развивающихся сегментах рынка, таких, как торговля и сфера услуг, постепенно возрастает конкуренция, и как следствие – борьба за потребителя. Потребность рынка в квалифицированных управленцах любого уровня как никогда высока. Получение квалификации менеджера (в том числе, в качестве второго высшего образования) становится модным «трендом».

В 2000 г. был утвержден ГОС ВПО по направлению «Менеджмент» второго поколения, значительно расширивший академические свободы вузов в формировании образовательных программ. Это дало учебным заведениям возможность учитывать современные требования рынка для подготовки менеджеров, более адаптированных к экономическим реалиям. И некоторые вузы, среди которых были и негосударственные, начали предпринимать такие попытки. Однако, несмотря на явный прогресс, произошедшие изменения не оказали существенного влияния на культуру проектирования содержания высшего образования, поскольку сохранили ориентацию на информационно-знаниевую модель высшего профессионального образования. Таким образом, отрыв от требований работодателей в условиях бурно развивающейся экономики страны и отдельных регионов остался не преодоленным, что препятствует эффективной подготовке специалистов для конкретного потребителя.

Стремительно меняющаяся экономическая ситуация требует от менеджеров решения все более сложных задач, проявления большей гибкости и лояльности. Многие менеджеры признают, что клиентоориентированный бизнес становится единственным конкурентным преимуществом, которое есть у компании, работающей в отрасли, где большинство компаний предлагают, по сути, одинаковые товары и услуги. Стать клиентоориентированным в

один момент невозможно, особенно учитывая российский менталитет и содержание образования. Это отдельная культура, которой должен обладать, прежде всего, менеджмент компаний, чтобы впоследствии прививать ее своим сотрудникам. Культура, которой нужно учиться. Однако анализ дисциплин учебных планов государственного стандарта по направлению «Менеджмент» (циклы ГСЕ и ОПД) позволяет сделать вывод, что понятие «клиентоориентированная культура менеджера» в них отсутствует. В отечественной педагогике большинство исследований посвящено формированию профессиональной культуры. Тем не менее, исследование проблемы формирования клиентоориентированной культуры будущих менеджеров прослеживается в некоторых научных трудах. При этом анализ существующих научных работ привел нас к выводу, что понятие «клиентоориентированная культура» используется исследователями крайне редко, уступая место «профессиональным компетенциям» и «профессиональным ценностям». Клиентоориентированность, в лучшем случае, выступает как одна из составляющих профессиональных компетенций либо ценностей будущих менеджеров. Например, по утверждению Н. Н. Шуляк, составляющими полифункциональной профессиональной компетентности менеджера являются социально-педагогическая компетенция (владение социально-педагогическими технологиями взаимодействия с категориями клиентов различных возрастных и социальных групп) и мониторинговая компетенция (умение осуществлять мониторинг качества предоставляемых услуг, определять индекс удовлетворенности клиентов, служащих, социальных партнеров) [5]. По мнению исследователя Е. Д. Разумовой, значимой составляющей системы ценностей будущих менеджеров являются этические ценности: знания общих моральных принципов, принятых в организации; умения применять нормы поведения при выполнении должностных обязанностей и взаимоотношений с коллегами, подчиненными, клиентами, партнерами; готовности к поступкам в соответствии с корпоративными кодексами и правилами организации [3] и т.д. Данные составляющие компетенций и ценностей по сути своей являются клиентоориентированными. Тем не менее, формирование собственно *клиентоориентированной культуры* будущих менеджеров в рамках профессиональной подготовки управленческих кадров в вузе фактически не рассматривается.

Таким образом, проведенный историко-педагогический анализ проблемы формирования клиентоориентированной культуры будущих менеджеров показал, что педагогическая наука только начинает комплексные исследования в данном направлении, чем и объясняется недостаточная разработанность этого вопроса в теории и практике профессиональной педагогики. В частности, до настоящего времени не уточнено понятие «клиентоориентированная культура менеджера».

Для раскрытия понятия «клиентоориентированная культура» целесообразно уточнить значение ключевого термина «культура». На сегодняшний день в научной справочной литературе существует множество трактовок, среди которых выделяются несколько основных направлений в его понимании: 1) уровень, степень развития какой-либо отрасли хозяйственной или умственной деятельности; 2) образованность, воспитанность, широкий кругозор человека; 3) совокупность достижений человеческого общества в производственной, общественной и духовной жизни. Основываясь на данных характеристиках, с позиций проблемы нашего исследования мы определяем **культуру** как совокупность производственных, социальных и интеллектуальных достижений человечества, выраженных в материальных и духовных ценностях.

Так как проблема нашего исследования заключается в формировании клиентоориентированной культуры как личностного качества менеджера, представляется логичным уточнение понятия «культура личности». Человек является субъектом культуры: он творит, сохраняет и распространяет созданные им культурные ценности. Культура является характеристикой развития творческих сил и способностей личности. В нашем исследовании под **культурой личности** мы будем понимать личностную характеристику, отражающую меру освоения накопленного человечеством социального опыта и способность к созданию новых социально-значимых ценностей.

Особый интерес для предмета нашего исследования представляет понятие **профессиональная культура**, поскольку мы считаем, что клиентоориентированная культура является ее важнейшей составной частью. Анализ работ показал, что к настоящему времени проведено немало научных изысканий, посвященных профессиональной культуре. Отметим, что в педагогических исследованиях рассматривается как собственно феномен профессиональной культуры менеджера, независимо от рода деятельности, так и профессиональная культура специалистов конкретных сфер деятельности. Феномен профессиональной культуры традиционно трактуется исследователями как совокупность теоретических знаний и практических умений, связанных с конкретным видом труда. Несколько иная точка зрения у исследователя Н. Б. Крыловой, определяющей профессиональную культуру как систему социальных качеств, которые непосредственно обеспечивают уровень трудовой профессиональной деятельности и определяют ее личностное содержание. Непосредственно через профессиональную деятельность каждый специалист достигает максимальных для себя результатов, стремясь выявить и реализовать свои способности.

Учитывая вышесказанное, а также следуя цели нашего исследования, под **профессиональной культурой** мы будем понимать совокупность знаний, умений, профессионально

важных личностных качеств и ценностных ориентаций менеджера, обеспечивающих эффективность его профессиональной деятельности.

Как упоминалось ранее, в отечественной педагогике проблема формирования клиентоориентированной культуры будущих менеджеров долгое время не являлась предметом специального внимания исследователей, но в настоящий период интерес к данному вопросу прослеживается в диссертационных исследованиях. Однако в современной научной литературе мы не встретили однозначного, общепризнанного и полного определения понятия «клиентоориентированная культура», вследствие чего возникла необходимость его сформулировать. Рассматривая **клиентоориентированную культуру менеджера** как важнейшую составляющую его профессиональной культуры, мы определяем ее как вид профессиональной культуры, в которой наиболее полное удовлетворение потребностей клиента выступает основной ценностью профессиональной деятельности.

Формированием клиентоориентированной культуры будущих менеджеров назовем процесс систематизированного накопления в ее содержании позитивных количественных и качественных изменений, позволяющих им эффективно осуществлять управление обслуживанием клиентов.

Проведенный историко-педагогический анализ и разработанный терминологический аппарат являются точкой отсчета, с которой начинается построение системы формирования клиентоориентированной культуры будущих менеджеров, являющейся на сегодня крайне актуальной задачей.

Список литературы

1. Несытов Д. Е. Подготовка спортивных менеджеров в системе высшего физкультурного образования: Дис. ... канд. пед. наук. – Малаховка, 2000. – 154 с.
2. Петракова Т. В. Экологическая подготовка менеджеров туризма в процессе профессионального образования: Дис. ... канд. пед. наук. – Сходня, 2000. – 142 с.
3. Разумова Е. Д. Формирование основ корпоративной культуры будущих менеджеров в процессе профессиональной подготовки в вузе: Дис. ... канд. пед. наук. – М., 2008. – 205 с.
4. Сухиненко Д. Н. Подготовка менеджеров в высшей школе США: Дис. ... канд. пед. наук. – Волгоград, 2000. – 202 с.
5. Шуляк Н. Н. Формирование полифункциональной профессиональной компетентности менеджеров гостиничного хозяйства малого бизнеса санаторно-курортного региона в вузе: Дис. ... канд. пед. наук. – М., 2008. – 195 с.

Рецензенты:

Яковлев Е. В., д.п.н., профессор, первый проректор НОУ ВПО «Русско-Британский Институт Управления», г. Челябинск.

Уварина Н. В., д.п.н., профессор кафедры педагогики и психологии профессионального образования, зам. директора по научной работе профессионально-педагогического института Челябинского государственного педагогического университета, г. Челябинск.