

МАТЕРИАЛЫ УРАЛЬСКОЙ ГОРНОПРОМЫШЛЕННОЙ ДЕКАДЫ

14-23 апреля 2008 г.

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ

ФОРМИРОВАНИЕ ЛИЧНОСТНЫХ КАЧЕСТВ И КОМПЕТЕНЦИЙ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ КАК ТРЕБОВАНИЕ РЫНКА ТРУДА

ЗОТЕЕВ А. В., ЗОТЕЕВА Н. В.

ГОУ ВПО "Уральский государственный горный университет"

В современных условиях развитие любой сферы деятельности, а в особенности системы образовательных услуг, немыслимо без изменений. Перед вузами встает проблема: как выжить и выпускать конкурентоспособных специалистов на рынок труда.

С 1 сентября 2009 г. все высшие учебные заведения России перейдут на двухуровневую систему высшего профессионального образования: бакалавриат и магистратура, суть которой состоит в формировании новых ФГОС, предполагающих формирование профессиональных компетенций специалистов, развитие личностных качеств молодых специалистов.

Сегодня многие работодатели считают, что современное образование не соответствует требованиям рынка. Поэтому не все организации готовы принять выпускников вузов.

Первая проблема, которая остро стоит, – нет опыта по данной специальности, а требования, предъявляемые работодателем молодым специалистам, высоки.

Вторая проблема, которая возникает в дальнейшем – молодой специалист принят на работу, работодатель несет финансовые затраты – на обучение или переобучение молодого специалиста, нагрузка на наставников и сотрудников возрастает, встает проблема коммуникации с людьми разного возраста и статуса, оплаты и т. д.

Третья проблема – отсутствие у молодого специалиста личностных качеств, требуемых для данной профессии. Личностные качества молодого специалиста являются важным признаком того, что успешный работник является самоактуализирующейся личностью, что определяется желанием работать, испытывать прилив сил и эмоций, достигать поставленных целей и задач, стремлением раскрыть свой творческий потенциал, свои способности и выстроить индивидуальную траекторию развития, карьеру, а значит, – и развитие компании, общества.

Вузы, которые осуществляют подготовку специалистов по разным направлениям, пока не готовы в полной мере работать в направлении развития личностных качеств студентов, которыми должен обладать современный специалист, такими как: желание работать и умение брать на себя ответственность; стрессоустойчивость; способность легко адаптироваться к новым условиям; обладание эффективной мотивацией; инициативность и энергичность; коммуникабельность; профессиональная самостоятельность; умение работать в команде.

Многие иностранные компании считают важными качествами молодых специалистов, такие как умение работать в команде и умение взаимодействовать с людьми, способность анализировать информацию и принимать решения [2]. Таким образом, современная система образования должна в большей степени быть ориентирована на нужды и требования работодателей и рынка труда и направлена на развитие нужных компетенций у молодых специалистов.

При совершенствовании учебного процесса вузы должны стремиться сформировать у студентов определенные профессиональные компетенции.

Термин "компетенция" был введен В. Максвеллом и представляет собой совокупность индивидуальных качеств человека и его поведение, обеспечивающие превосходное качество выполнения работы. Компетенция проявляется в поведении и включает в себя определенные знания, навыки и способности специалиста. Для выполнения конкретной работы в организации молодому специалисту необходимо иметь у себя определенные

компетенции, эти компетенции образуют логико-семантическую "модель компетенций", которая позволяет достичь определенных целей и оценить работу специалиста [1].

Организация в современных условиях определяет важные для себя модели компетенций на ближайшую и стратегическую перспективы. Определяя модели компетенций, организация может создавать единую корпоративную модель компетенций для всех сотрудников организации, а также выделять некоторые компетенции, необходимые для отдельных должностей или подразделений.

Для управления компетенциями в совершенствовании работы в организации необходимо:

1. Приобретение компетенций – это прогнозирование потребности в компетенциях на стратегический и тактический период и под каждую должность.
2. Стимулирование компетенций – это стимулирование и мотивирование персонала на овладении той или иной компетенции.
3. Развитие компетенций – это профессиональное обучение и повышение квалификации [3].

Таким образом, формирование сбалансированного механизма формирования у выпускников профессиональных знаний, умений, навыков, личностных качеств и непротиворечивой системы компетенций является сложной и комплексной проблемой для деятельности вузов.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Вотяков И. В. Компетенции и мобильность персонала в условиях инновационного развития кадрового потенциала организации // Управление персоналом. – 2008. – № 4. – С. 55-56.
2. Садарян А., Комарова Т., Хожемпо В. Образование: как достичь компромисса // Управление персоналом. – 2008. – № 3. – С. 54-56.
3. Свергун О., Пасс Ю., Дьякова Д., Новикова А. *HR-практика. Управление персоналом: Как есть на самом деле.* СПб.: Питер, 2005. – 320 с.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ТРУДОУСТРОЙСТВА ВЫПУСКНИКОВ ВУЗОВ

КРАСНОЯРОВА Е. В.

ГОУ ВПО "Уральский государственный горный университет"

Этап становления и роста, который переживает сейчас большинство российских организаций, характеризуется постоянными переменами, что создает определенные трудности для трудоустройства выпускников высших учебных заведений. Среди огромного количества разного рода проблем, касающихся трудоустройства, следует выделить особо психологические аспекты как наиболее сложные.

Сложность устройства молодых специалистов на работу напрямую связана с непростой ситуацией, сложившейся на рынке труда. Все вакансии можно разделить на две большие группы. К первой группе относятся вакансии, на которые идти не хотят: не устраивает малая зарплата или туманные карьерные перспективы. Другая группа – работа для специалистов профессионалов, с серьезной зарплатой, но высокие требования к компетенциям.

Среди способов и методов в процессе поиска работы не следует отметить пути, связанные с обращением к родственникам, а также помощь родителей. Следует стараться поставить в известность о своих планах и намерениях всех, кто может вам реально помочь.

В процессе поиска потенциальных работодателей имеет большое значение грамотное проведение самореклинга. Кто ищет работу, тот выступает на рынке труда продавцом своей рабочей силы и квалификации. Чтобы правильно оценить себя, не занизив и не завывсив цену, нужно:

- определить цели в поисках работы;
- провести работу по доведению информации о себе до потенциального работодателя;
- грамотно провести переговоры и выторговать условия работы;
- выйдя на работу, сделать все необходимое, чтобы закрепиться и быть хорошим специалистом.

Исследование результатов тестирования студентов УГГУ относительно их планов трудоустройства показывает, что большинство студентов не умеют грамотно провести самореклинга. В результате проведенного опроса среди 1450 студентов УГГУ более 50 % претендуют на занятие высокой, хорошо оплачиваемой должности, не имея соответствующих знаний и умений. Часть из них вообще четко не представляют, какой работой они хотели бы заниматься. Решающим является лишь заработок.

В свою очередь, работодателями для оценки и отбора кандидатов, претендующих на получение работы, могут применяться различные методы: интервью, психологическое тестирование, упражнения, деловые игры и т. д. Но чаще всего используется собеседование, в ходе которого оцениваются в основном два аспекта – профессиональный опыт и психологические особенности оцениваемого. Оба аспекта являются очень важными, и любой из них может определить итоговый результат отбора или оценки по конкретному работнику.

Также немаловажную роль в трудоустройстве играет написание резюме. По сути, резюме – это визитная карточка, содержащая информацию о профессиональных достоинствах, квалификации и трудовой биографии. Само резюме может быть составлено разными способами, но в любом случае должны учитываться три основных правила: краткость, аккуратность и ориентация на достижения.

Пытаясь устроиться на работу, надо трезво оценивать себя и сложившиеся на данный момент условия на рынке труда. Сегодня работодатели хотят получать профессионалов, уже проявивших себя в деле. Успешный опыт и приличный стаж ценятся высоко. На рынке труда достаточно много хороших специалистов, ищущих работу. Выпускники вузов, как правило, не имеют опыта и стажа работы по специальности. Получается замкнутый круг. На самом же деле молодость можно легко представить преимуществом работника. Образование в вузе дает хорошую теоретическую базу знаний, практические же знания набираются в процессе работы. Таким образом, для того чтобы подняться по карьерной лестнице, надо проявить себя как надежный работник, вызывающий доверие у руководства.

Разумеется, необходимо учитывать и следующие качества: внутренняя готовность к работе в организации; понимание того, что серьезные деньги зарабатываются серьезным и кропотливым трудом; способность к освоению навыков и знаний; коммуникабельность; доброжелательное отношение к людям; настроенность на работу в рамках организации; трудолюбие, активность и упорство в достижении поставленной цели; способность планировать свои действия; тщательное выполнение работы; умение работать в команде; клиентоориентированность.

Таким образом, положение выпускников вузов на рынке труда сегодня представляется двойственным: с одной стороны, они обладают новыми, свежими знаниями, идеями и подходами; с другой стороны, на рынке труда ценятся умения и навыки, опыт работы. Поэтому необходимо усилить практическую составляющую обучения.

ОСОБЕННОСТИ РЕКРУТИНГОВОГО РЫНКА Г. ЕКАТЕРИНБУРГА

ПРОЗОРОВА М. В.

ГОУ ВПО "Уральский государственный горный университет"

Всего несколько лет назад слово "рекрутинг" было практически никому неизвестным и чуждым. Сейчас же почти все, кто следит за состоянием современного рынка труда, планирует свою карьеру или развивает собственный бизнес, знают, что рекрутинговые агентства или агентства по подбору персонала – своеобразный регулятор отношений на рынке труда, посредник, помогающий встретиться заинтересованным друг в друге людям. Рекрутинг (рекрумент) – деятельность по созданию условий для заполнения вакансий (вакантных рабочих мест) у компании- заказчика (работодателя) компетентными специалистами, соответствующими по своим качествам требованиям заказчика. Рекрутинг включает комплекс организационных мероприятий, производимых агентством по найму персонала в интересах организации, сделавшей заказ на замещение вакантной должности, заключающийся в формировании и предоставлении заказчику списка отобранных, в соответствии с требованиями заказчика, кандидатов на данную должность с целью последующего приема их на работу. Одной из форм поиска необходимых специалистов для организации является обращение в специализированное агентство по найму персонала (рекрутинговое агентство). Основой существования таких агентств является постоянный дефицит в квалифицированных специалистах. Рекрутинговые агентства – посреднические коммерческие организации, оказывающие услуги по поиску и подбору персонала для других организаций; консалтинговые услуги по отдельным проблемам управления персоналом.

Задачи рекрутинговых агентств условно можно разделить на две группы.

Первая группа – это задачи, относящиеся к клиенту: а) поиск и подбор персонала в соответствии с требованиями работодателя; б) надежность подбора, то есть представляемого специалиста; в) подбор в строго оговоренный контрактом срок.

Задачи второй группы, относящейся к самому рекрутинговому агентству: а) рентабельность деятельности агентства; б) поиск и обучение собственных кадров; в) создание имени и продвижение марки на рынке кадровых услуг.

Среди оказываемых рекрутинговыми агентствами услуг, как правило, выделяют: хэдхантинг, экзекьютив сеч; аутплейсмент; лизинг персонала; подбор персонала.

Существует следующая структура рекрутинговых агентств: агентства делятся на универсальные (подбор управленцев и специалистов среднего уровня) и агентства по подбору высших менеджеров (руководителей). Деление рекрутинговых агентств происходит по виду технологии рекрутинга. Здесь выделяют: агентства прямого поиска; агентства стандартного поиска.

История рекрутмента в Екатеринбурге начинается с 1991 г., когда штаб труда УГТУ-УПИ организовал Свердловскую биржу труда молодежи и студентов (МБТ). Сами организаторы называли свою деятельность временным трудоустройством. Но уже тогда просматривался основной признак рекрутмента: в качестве

клиента выступал работодатель. Бизнес развивался, на екатеринбургском горизонте появились иностранные компании, для которых рекрутмент был совсем не в новинку. Как раз они обеспечили в 1996 г. первые серьезные заказы – *Pepsico Foods, Electrolux, ABB*. К этому времени рынок пополнился несколькими новыми именами – "Анкор" и "Триза". С этого времени рынок стал быстро наполняться новыми участниками. Появились свои лидеры на рынке труда. Отличительной чертой Екатеринбургского рекрутмента стало существование профессионального объединения кадровых агентств – Ассоциации рекрутинговых агентств Урала, которая возникла в 1998 г.

Сегодня основными игроками на рынке труда являются следующие: работодатель (иностранные компании и представительства; федеральные компании; местные компании), кадровые агентства и соискатель (высококвалифицированный персонал; прочий персонал).

Рекрутеры признают, что рынок расширяется и готов вместить как новых участников, так и клиентов. Игроки оценивают бизнес как чрезвычайно затратный, хотя признают, что порог для входа на рынок сравнительно низок и привлекателен для новых инвесторов. Существует мнение, что рекрутинг в Екатеринбурге не дешев, а иногда и дорогое удовольствие. Агентства считают свое занятие информационным бизнесом, клиенты рассматривают рекрутмент как простой товарно-денежный обмен. Иначе говоря, работодатели полагают, что им "продают" людей, а большинство рекрутеров уверено, что торгуют информацией. Отношение к рекрутменту как к информационному бизнесу разделяют не все игроки.

Несмотря на то, что рынок, по общему признанию, находится на стадии роста, екатеринбургские рекрутинговые агентства не используют прямую рекламу. Основная масса работодателей руководствуется рекомендациями. Остальные выбирают агентство по различным источникам (преимущественно это тендеры или исследования ценового предложения). Также существует ряд проблем, например: основная масса клиентов главным критерием выбора считает цену услуги, а уже потом задумывается, какого качества информацию может получить за эту цену, о гарантиях, которые предлагает агентство; современный клиент уже верит в значимость кадровых решений, но часто не может внятно составить свои требования; не все агентства придерживаются так называемого иммунитета – отказ на определенный срок рассматривать фирму клиента как донора специалистов; наконец, в рекрутменте достаточно размыто понятие качества услуг.

Но вопреки перечисленным проблемам, рекрутинг укрепляется экономически, развивается сам заказчик, вырабатывая нормы отношения к профессиональному подбору кадров, и рекрутеры продолжают поиск новых технологий, преследуя свою главную задачу – повышение качества услуг.

АЛЬТЕРНАТИВЫ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

ЕКИНА А. К.

ГОУ ВПО "Уральский государственный горный университет"

На данном этапе развития российская корпоративная культура имеет два основных направления: японское и американское. С одной стороны, для России характерна ориентация на западные страны и Америку, которая имеет наиболее долгую историю и развитие не только науки управления персоналом, но и практики, которая включает в себя внедрение и развитие корпоративной культуры. С другой стороны, это японская модель, которая является очень эффективной и наиболее близкой нам по характеристикам, на которых она основывается.

Американская модель корпоративной культуры базируется на взаимной выгоде, в равной степени как руководителями от подчиненных, так и подчиненными от компании. Все преследуют личные цели, которые в некотором роде зависят от успехов компании, но могут и не зависеть. Другими словами, работников мотивируют на выполнение определенных функций, необходимых для компании, и в то же время, если это высоко квалифицированный специалист и занимает высокую должность, он может быть заинтересован только в личном обогащении и использовать компанию для этого. Также для данной модели характерна практическая и теоретическая проработка. Отношения в компании между сотрудниками формальные.

Японская модель основывается на других принципах, в частности, приверженности персонала идеям фирмы. Основным показателем приверженности является групповая ориентация, которая порождает у японца ощущение включенности в деятельность той организации, куда входит его группа. Поскольку группа не может функционировать сама по себе, она тяготеет к более высокой форме социальной общности, уподобляя этой общности свои социальные ценности и свою психологию.

Группа принимает цели и задачи этой общности, нацеливается на деятельность, способствующую ее возвышению и консолидации. Словом, группа, а с нею все ее члены идентифицируют себя со своей организацией. Так происходит всюду, разница только в степени выраженности этих феноменов. У японцев она самая высокая. Это хорошо заметно по их поведению.

Приверженность японца к организации, которая, естественно, выражается через групповую ориентацию, ощущается им как существенная и необходимая реальность. Поэтому работа в организации, в частности в фирме, воспринимается не как работа "на кого-то", а как работа "на всех", в том числе и на

себя. В связи с этим японец считает себя не каким-то работником или сотрудником, а неотъемлемой составной частью фирмы.

Для российской модели корпоративной культуры характерна незаинтересованность подчиненных в процессе из-за низкой мотивации и ориентации на себя, что присуще американской модели, но японская модель ближе нам по "духу". Исторически сложилось так, что мы более восприимчивы к групповым ценностям, а не индивидуалистическим, хотя в долгосрочном плане следует учитывать общемировую тенденцию к сближению моделей корпоративной культуры, появлению транснациональных компаний, которые требуют особого устройства и формирования, в том числе и корпоративной культуры. России необходимо также двигаться в направлении некой смешанной модели. В прикладном плане это означает нецелесообразность (невозможность) такого оформления национальной модели корпоративной культуры, которое бы соответствовало тому или иному классическому образцу (которые сами становятся все более размытыми).

Фундаментальная задача с точки зрения руководителей — это рассмотрение и выбор наиболее приемлемой корпоративной культуры в контексте и специфики условий, обеспечение баланса интересов всех участников корпоративных отношений.

ЛОЯЛЬНОСТЬ ПЕРСОНАЛА КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ КАДРОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

КУДИН Е. И.

ГОУ ВПО "Уральский государственный горный университет"

В современных условиях для российских организаций все большее значение приобретают вопросы кадровой безопасности персонала, основным фактором которой выступает лояльность персонала к организации. Современный бизнес испытывает колоссальные потребности в лояльности персонала, на наш взгляд, по двум причинам: первая – рост уровня квалификации и уровня ответственности персонала, вторая – рост удельного веса коммерческой тайны в экономике фирмы. Политика по формированию лояльности на каждой конкретной фирме имеет свои особенности. Поддержание лояльности и ее развитие должно опираться на понимание причин проявления лояльности по отношению к своей фирме. Итак, дадим рабочее определение понятия лояльность.

Лояльность (от франц. *loyal* – верный) означает преданность, верность. Это эмоционально окрашенное отношение к компании, желание быть полезным, нужным, делать как можно больше хорошего, предупреждать об опасности. Лояльный сотрудник всегда стремится быть честным и искренним по отношению к компании, выполнить свою работу наилучшим образом и готов даже приносить определенные жертвы во имя успехов компании, испытывая чувство гордости за ее победы; имеет сильное желание оставаться членом данной организации, несмотря на возникающие проблемы и сложности в ее работе; полон энтузиазма и желаний помогать в решении этих проблем.

Приверженность (лояльность) работников организации выражается через:

- повышение эффективности работы, включая производительность труда, эффективное использование рабочего времени и других ресурсов;
- повышение удовлетворенности работника условиями и результатами труда;
- возможности управления организацией как единым организмом посредством правил и норм, поддерживающих ценности;
- установление оптимальных уровней доверия и взаимопонимания между менеджментом и персоналом;
- привлечение и удержание в организации талантов, работников с высоким уровнем профессионализма, которые имеют возможность выбирать место и условия своей работы.

Приверженность организации складывается из следующих компонентов: 1) принятия организационных ценностей и целей; 2) готовности прилагать усилия ради организации; 3) сильного желания оставаться членом коллектива организации. За приверженностью стоят соответствующие установки, определяющие отношение к работе, к клиентам, к руководству и к организации в целом.

Можно выделить некоторые индивидуальные характеристики работников, оказывающие влияние на степень их приверженности организации:

- мотивы выбора работы (главный мотив – содержание работы, а не заработок);
- мотивация труда и трудовые ценности (множественность мотивов труда и высокая ценность для работника содержания труда способствуют приверженности);
- особенности трудовой этики (ориентация на работу как основную сферу самореализации, ответственность за результаты выполняемой работы);
- уровень образования (чем выше уровень образованности, тем ниже привязанность);
- возраст (чем человек старше, тем выше его приверженность организации);
- семейное положение (семейные люди более привержены организации);

– удаленность места жительства от места работы (чем дальше, тем ниже приверженность).

Кроме вышеназванных источников формирования приверженности выделяют также организационные факторы, влияющие на степень приверженности организации:

- степень информированности работников о проблемах организации;
- возможности, которые созданы в организации для удовлетворения основных потребностей персонала (условия труда, оплата труда, социальные программы);
- уровень рабочего стресса, т. е. в какой степени работа связана с переутомлением, загрязнением рабочей среды, эмоциональным и физическим напряжением;
- степень вовлеченности и благоприятный моральный климат в коллективе, доброжелательность и поддержка коллег;
- возможности профессионального роста, признание и оценка достижений.

Препятствиями на пути формирования приверженности персонала выступают:

1. Плохая информированность работников по широкому кругу значимых вопросов.
2. Неразрешенность социальных проблем, социальная незащищенность работников, неуверенность в завтрашнем дне.
3. Неэффективная система стимулирования труда (задержка выплаты заработной платы, низкая заработная плата и т. п.).
4. Недостаточное внимание руководителей к подчиненным и к их проблемам (необъективность, отсутствие равных взаимоотношений между руководителями и их подчиненными, недостаточность внимания к проблемам сотрудников).
5. Низкий уровень развития деловых, моральных и личных качеств руководителя (равнодушие, грубость, неготовность поощрять добросовестное отношение к работе, расхождение между словом и делом, плохие организаторские способности).
6. Неблагоприятные условия труда.
7. Отсутствие профессиональной перспективы, возможностей для роста профессиональной самореализации.
8. Недостатки в управлении и в организации работы (нечеткое планирование, неритмичная работа и т. п.).
9. Несоответствие квалификации работников и сложности выполняемой ими работы.
10. Плохой моральный климат в коллективе.

В заключение хотелось бы отметить, что необходимо разрабатывать меры повышения уровня приверженности персонала своей организации. Опыт успешных организаций показывает, что добиться высокой приверженности персонала можно лишь в том случае, если руководство организации придерживается таких принципов управления, при которых учитываются цели и интересы работников, когда обеспечивается широкое их вовлечение в процесс решения организаторских проблем и участие в прибылях, когда им дают почувствовать, что они являются частью команды, создаются условия для развития карьеры внутри компании.

КОУЧИНГ КАК НОВЫЙ СТИЛЬ МЕНЕДЖМЕНТА (УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ)

МАКАРОВА М. М.

ГОУ ВПО "Уральский государственный горный университет"

Коучинг сейчас – это индустрия, услугами которой пользуются сотни тысяч людей во всем мире. Появился он около 20 лет назад (понятие введено Томасом Леонардом в 1980-х годах) как аналогия спортивного тренерства в различных областях деятельности. Он направлен на достижение конкретного результата и основан на партнерских отношениях.

Coaching (сопровождение на рабочем месте) – работа тренера непосредственно на рабочем месте обучаемого, включающая в себя подготовку (собственно обучение в общепринятом смысле), сопровождение (включенное наблюдение за работой обучаемого).

Философия коучинга исходит из того, что Человек от природы безгранично талантлив и обладает огромным потенциалом, который не реализуется им в полной мере. В его голове есть ответы на все вопросы. Умение задавать "правильные" вопросы – это и есть основная задача коуча, ведь когда мы отвечаем на вопросы, мы находим "правильные" решения.

Основная задача коучинга – организовать эффективный процесс самостоятельного достижения стоящих перед человеком целей и задач, включающий в себя профессиональное и личностное развитие, необходимое для достижения данных целей.

Коучинг занимает специфическое место среди методов профессионального развития и в первую очередь предназначен для адаптации человека к конкретным задачам и условиям его профессиональной деятельности.

Наибольший эффект от коучинга достигается в том случае, когда он проводится после тех или иных методов профессиональной подготовки и обучения.

Что касается сопоставления коучинга и классического наставничества, из которого в свое время и произошел коучинг, в этих сферах к мастеру-наставнику и к коучу предъявляются различные профессиональные требования. Наставник должен быть профессионалом в конкретной области бизнеса и, в дополнение к этому, обладать навыками обучения, а коуч техническую специфику бизнеса, естественно, знает менее глубоко. Когда речь идет о групповом коучинге, то акцент делается на практическом внедрении совместной задачи, а консультационная составляющая становится более выраженной. Личностное развитие, наоборот, становится менее явным.

Основу деятельности коуча составляют следующие правила:

- Коуч не дает готовых советов и рекомендаций, а помогает найти собственные решения актуальных проблем. Для этого он делает много чего, в том числе и задает вопросы.
- Коуч обеспечивает личностную поддержку. Он не кричит: "Ты сделаешь это!", зато он обязательно проверит, как вы сможете сделать это. Квалифицированная проверка исключит напрасные траты вашего времени, сил, здоровья и других ресурсов.
- Коучинг-сессии проходят один раз в неделю по 30-60 мин., по выбору клиента. Они могут быть очными, телефонными или в виде электронной переписки.
- Коуч не имеет властных полномочий над клиентом.
- Клиент не подотчетен коучу.
- Коуч гарантирует клиенту уважение и конфиденциальность.

Коуч имеет возможность оставаться объективным, безоценочным и не привязанным к результатам клиента. Именно поэтому он видит всю ситуацию в целом и объективно оценивает ее.

Коучинг как модель развития создан для того, чтобы открыть в человеке дополнительные возможности, а они вырастают из его способности видеть мир таким, какой он есть, и понимать, что с этим делать.

Главными особенностями коучинга являются:

1. Работа по реальной практической задаче Заказчика (это объединяет коучинг с методикой обучения действием).

2. Наряду с развитием навыков, умений и знаний представители заказчика заметно продвигаются в решении различных задач.

3. Коучинг включает в себя обязательные фазы: предварительную диагностику; решения практической задачи; содержательный анализ результатов (промежуточных или окончательных); анализ и супервизия процесса; рекомендации по дальнейшему решению данной или последующих задач; рекомендации по решению аналогичных видов задач; рекомендации по саморазвитию представителей заказчика.

По мере своего развития, в рамках коучинга появились различные специализации. Например, индивидуальный коучинг для руководителей высшего звена, коучинг в области оптимизации бизнес-процессов или маркетинга и психологии рекламы. Весьма перспективно применение методов коучинга и в области управления проектами с целью повышения профессионального уровня руководителей и участников проектов.

Важно учитывать, что далеко не все проблемы и задачи можно решить одним методом – коучингом. Коучинг никогда не заменит собой ни тренинг, ни процессный консалтинг, ни психотерапию.

По нашему мнению, сейчас в России у коучинга больше перспектив в среднем бизнесе, в тех компаниях, где владельцы занимаются управлением самостоятельно. В крупных компаниях коучинг в расчете "на душу населения" нужен даже в меньшей мере, чем бизнес-тренинги или узко специализированный консалтинг. Тем более, что в нашей стране мода на коучинг появилась, но практически нет еще специалистов такого уровня, чтобы проводить коучинг для высшего руководства крупных корпораций без оказания личностного влияния и при этом способных охватить весь спектр задач столь глобального уровня.

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ МАСТЕРСТВО КАК ОСНОВА КАРЬЕРЫ

АБРАМЕНКО А. М.

ГОУ ВПО "Уральский государственный горный университет"

Настоящая звезда выделяется из когорты профессионалов благодаря продолжительности и качеству подготовки и практики. А еще такая звезда убедительно свидетельствует в пользу того, что мастерами не рождаются, а становятся.

Правда, нетерпеливым и робким следует трижды подумать, прежде чем ступить на путь, ведущий к совершенству: чтобы стать лучшим, надо бороться и чем-то жертвовать, честно оценивая самого себя, что зачастую бывает довольно трудно и даже болезненно. С насюда ничего не получится. Чтобы стать специалистом международного уровня, нужно не покладая рук трудиться лет десять — не меньше, расчетливо планировать это время, тратить его на целенаправленную подготовку — и при этом сознательно очень высоко

установить планку, понимая, что с нынешним опытом и умением ее не взять и что ради этого придется отказаться от спокойной жизни. Также необходим наставник, который не только будет направлять — готовить к рывку, но и научит, как самому формировать себя.

Подлинный мастер своего дела должен отвечать четырьмя требованиями. Во-первых, работать лучше остальных коллег по цеху. Во-вторых, работать безупречно всегда, а не "как-то раз". В-третьих, он должен безупречно выполнять всю работу, связанную со своим делом, а не только какую-то ее часть. Наконец, настоящее мастерство измеримо и воспроизводимо в ходе эксперимента. Как говорил в 1906 г. английский физик лорд Кельвин, "то, что нельзя измерить, нельзя улучшить".

Со стороны часто кажется, что лучшие профессионалы делают свое дело хорошо просто благодаря ежедневной практике. Но не всякая тренировка приводит к совершенству. Чтобы стать мастером, нужно упражняться целенаправленно: только так можно набить руку и достичь высот в профессии. Целенаправленная практика предполагает, что человек постоянно, упорно учится делать то, что прежде не умел.

Истинный профессионал целенаправленно не только тренируется, но и думает – он постоянно разбирает собственные ошибки. У такой подготовки две задачи: усовершенствовать уже имеющиеся навыки и углубить (или расширить) свое мастерство. Для выполнения этой двойной задачи требуется огромная концентрация внимания и сил, и потому слишком долго этим заниматься невозможно.

Большинство ученых и преподавателей отводят на самую напряженную интеллектуальную работу, например формулирование новых идей, всего пару часов в день, как правило, утром. Руководители и менеджеры вряд ли тратят столько времени на собственное развитие — ведь они целые дни проводят на всякого рода встречах и совещаниях. За год эта разница вырастает до 700 часов, а за десять лет — до 7000. А ведь за это время с помощью целенаправленной подготовки так много можно было бы достичь и так далеко продвинуться.

Пренебрегая постоянным совершенствованием своего мастерства, легко выпасть из обоймы. Нередко оказывается, что специалисты высочайшего уровня повторяют то, что делали раньше. Их реакции становятся автоматическими, и в любых обстоятельствах они начинают полагаться исключительно на чутье. В результате они часто не знают, как поступить в нетипичной ситуации — ведь привычка анализировать утрачена. Естественно, им трудно бывает понять, что, рассчитывая только на интуицию, они мало-помалу загоняют себя в ловушку: в один прекрасный момент этот навык даст сбой, а то и вовсе приведет к непоправимым последствиям.

Таким образом, может, от интуиции и есть прок, когда речь идет о знакомых и привычных ситуациях, но интуиция интуиции рознь. Интуиция, основанная на знании, — результат целенаправленной практики. Невозможно постоянно совершенствовать свои решения без основательной тренировки, размышлений и анализа.

Также важной частью обучения является обратная связь. И настоящие профессионалы выбирают себе в учителя и наставники людей, способных высказывать конструктивную критику, пусть даже жесткую. Ведь только так хороший учитель поможет понять, что именно сейчас мешает взять очередную высоту и что необходимо исправить.

Что касается случаев из жизни, выборочных воспоминаний и разовых достижений — все это еще не доказывает мастерства, а нередко они только вводят в заблуждение. Обманам памяти, бессознательному стремлению выглядеть "хорошим" в собственных глазах и подтасовкам при воспоминании, которые происходят под влиянием нынешних убеждений или за давностью времен, посвящено немало книг. Рассказывать о своих успехах и исследовать их — отнюдь не одно и то же.

Мастерство нельзя приобрести и с помощью систем управления знаниями, которое подразумевается вроде "склада" понятий, документов, процедур; внешняя информация, которую можно изучать и интерпретировать при попытках найти решение. Коротких путей к обретению подлинного мастерства попросту нет.

Учеба, годы тренировки, благоприятные обстоятельства, везение — все это хорошо, но в первую очередь будущему мастеру надо разделаться с мифом о том, будто бы гениям все дается само собой, потому что идея о том, что гениями рождаются, а не становятся, очень уж крепко засела в умах.

ИССЛЕДОВАНИЕ УРОВНЯ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ТРУДОМ В ОАО "ПЕРВОУРАЛЬСКИЙ ЗАВОД ГОРНОГО ОБОРУДОВАНИЯ"

ШАЙХУТДИНОВА В.Т.

ГОУ ВПО "Уральский государственный горный университет"

Мотивация персонала служит основным причинным фактором успешной деятельности организации. Высокую результативность можно стимулировать, и тогда успехи индивида скажутся на результатах деятельности группы и организации в целом. Исследование заключается в изучении мотивационной структуры

трудовой деятельности, ее стимулирования с целью разработки предложений по совершенствованию системы мотивации и стимулирования труда, повышению эффективности управления трудом. Для исследования статистические данные получены на конкретном предприятии – ОАО "Первоуральский завод горного оборудования" (ОАО "ПЗГО") – и самостоятельно путем анкетирования сотрудников.

На сегодняшний день ОАО "ПЗГО" – перспективное предприятие, которое является давним и постоянным поставщиком продукции для заказчиков, как в России, так и в странах ближнего и дальнего зарубежья. Успех акционерного общества во многом определен слаженной и четкой работой коллектива. Мы провели исследование состояния мотивации трудовой деятельности на предприятии ОАО "ПЗГО" в августе 2007 г. Анкетирование проводилось в отделах управления персоналом среди работников, занятых кадровыми вопросами и вопросами материального и морального стимулирования. Изучались представления о своей работе на уровне ценностей и практического сознания наличного состава управления. В данной работе исследуются анкеты 10 респондентов, что составляет 20,41 % от числа общей совокупности управленческого персонала на предприятии. Для этого им предлагалось выбрать из предложенного набора суждений о работе те, которые в наибольшей степени соответствуют их мнениям и представлениям. Это позволило выявить общую направленность трудового поведения и сориентироваться в ряде влияющих на него факторов.

Важнейшим элементом социального самочувствия является адаптация к внешним и внутренним условиям жизни. Сама адаптация определяется удовлетворенностью. При обработке анкеты суммируется количество респондентов, ответивших по тому или иному варианту, и определяется индекс удовлетворенности. В наших исследованиях он низкий, что говорит о плохом состоянии мотивации трудовой деятельности в ОАО "ПЗГО". Рассмотрение всех сторон удовлетворенности дает более полную картину.

Исходя из данных, полученных в результате анализа ответов респондентов, мы можем сделать вывод, что приоритетными ценностями труда респондентов являются самостоятельность в работе, всестороннее применение знаний и способностей и интересная, доставляющая удовольствие работа. Оценка возможностей удовлетворения требований к работе на основе соотношения между требованиями, предъявляемыми к работе, и возможностью их удовлетворения показывает стимулирующий потенциал данной группы работников и степень его реализации. Подводя итоги по градации возможностей удовлетворения требований, предъявляемых к работе, хотелось бы отметить, что большинство респондентов отметили низкий балл на вопросы анкеты, связанные с общественной полезностью и особенно оплатой труда. Следовательно, в ОАО "ПЗГО" необходимо улучшить материальное стимулирование труда, повысив номинальную и реальную заработную плату, бонусы, участие сотрудников в прибылях акционерного общества, увеличив планы дополнительных выплат [1].

Проанализируем ответы респондентов, сравним ранг требований, предъявляемых к работе, и возможность их удовлетворения. Для сотрудников являются значимыми возможности обеспечить достаток в доме, приобретать, что захочется; применять свои знания и способности; возможность общения с людьми и интересная, доставляющая удовольствие работа. Однако в ОАО "ПЗГО" возможность удовлетворения этих требований не всегда высока. В результате обработки ответов, очевидно, что на заводе недостаточную роль отводят материальной мотивации. Первому по значимости требованию сотрудников – возможности обеспечить достаток в доме – соответствует лишь двенадцатая по рангу возможность удовлетворения этого требования, по мнению респондентов. Вопросы, касающиеся содержания работы, являются значимыми для респондентов. Иными словами, для основной части опрошенных первостепенную значимость имеют те стороны их работы, которые связаны с материальной стороной жизни. Наименее значимыми являются возможности приносить людям пользу и продвижения по службе – карьера. Другими словами, свои представления о хорошей работе большинство респондентов связывают с заработком, материальными благами и самореализацией в работе. Это и есть смыслообразующие ценности мотивационной сферы этой категории работников [2].

Кроме материального стимулирования на заводе должна существовать и нематериальная мотивация. Однако никакой самый изощренный прием нематериального поощрения не будет действовать, если мы не заинтересуем сотрудников полноценным рублем, не заплатим им адекватную зарплату.

Считаем, что нематериальное стимулирование в ОАО "ПЗГО" можно построить следующим образом:

- проводить мотивационный тренинг при приеме на работу;
- формировать механизмы двусторонней связи внутри акционерного общества.

В условиях, когда экономика страны находится в кризисном состоянии, необходимы четко определенные тактика и стратегия преодоления кризиса. Применительно к трудовой деятельности тактика – это стимулирование, предполагающее ориентацию практики управления на фактическую структуру ценностных установок и интересов работника, полную реализацию его трудового потенциала. У органов управления должен быть набор благ, способных удовлетворить потребности работника. Эти блага используются в качестве вознаграждения за успешную реализацию трудовых функций. Стратегия же преодоления кризиса труда основана на мотивации – долговременном воздействии на работника в целях изменения по заданным критериям существующей структуры ценностной ориентации и интересов, формирования мотивационного ядра, адекватного этим критериям, и тем самым – развитие трудового потенциала.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Даянц Д. Г. Управление персоналом на горных предприятиях: учебное пособие. – М.: Изд-во МГУ, 2007. – 299 с.
2. Зотеева Н. В. Мотивация трудовой деятельности: методические рекомендации по выполнению курсовых работ по дисциплине для студентов специальности 080505 – "Управление персоналом". – Екатеринбург: Изд-во УГГУ, 2007. – 54 с.

ГУМАНИЗАЦИЯ ТРУДА – ОСНОВА ВЫСОКОЙ МОТИВАЦИИ РАБОТНИКА

ТИМОФЕЕВ С. В.

ГОУ ВПО "Уральский государственный горный университет"

Осуществляемая в стране радикальная экономическая реформа формирует новые условия мотивации труда. В настоящее время в формировании мотивов трудовой деятельности большую, а часто и определяющую роль, играют такие факторы: формы собственности, которые ранее не имели значения ввиду почти полного ее огосударствления; степень занятости, которая в большинстве регионов не существовала как реальная проблема; социально-культурные характеристики, существовавшие всегда, но действие которых носило латентный характер. Раскрывая сущность трудовой мотивации как сложной и многогранной политэкономической категории, следует учитывать следующие обстоятельства:

1). Человек в экономической жизни общества выступает одновременно во многих социальных ролях, определяющих в совокупности мотивы его трудового поведения: как участник трудового процесса, обладающий определенной квалификацией, опытом; как продукт культуры, образования, общественных настроений; как субъект хозяйствования, принимающий определенные решения; как объект воздействия со стороны других объектов экономических отношений.

2). В трудовой мотивации находит выражение вся система экономических отношений, включающая в себя отношения производств, распределения, обмена и потребления.

3). Трудовая мотивация объединяет в себе потребности, интересы и мотивы конкретной личности, которые выстраиваются в сложную иерархическую систему.

Достижение высокой трудовой мотивации очень тесно взаимосвязано с гуманизацией труда. Гуманизация труда как общее понятие означает адаптацию той или иной стороны трудовой жизни к человеку. Наиболее концентрированное выражение это понятие получает применительно к условиям труда, гуманизация которых предполагает создание условий труда, в максимальной мере благоприятных для человека.

Под условиями труда понимается совокупность факторов трудового процесса, производственной среды, внешнего оформления места работы и отношения работника к выполняемой работе, оказывающих влияние на функциональное состояние организма человека, работоспособность и удовлетворенность трудом, воспроизводство рабочей силы и эффективность труда. Формирование первых трех факторов — трудового процесса, окружающей среды и внешнего оформления места работы — зависит от работодателя, и поэтому адаптация условий труда к человеку — его обязанность. Что касается четвертого фактора — отношения работника к выполняемой работе, то он, естественно, зависит, в первую очередь, от самого работника, хотя определенное влияние на его адаптацию к условиям труда оказывает работодатель (например, в части контроля соблюдения требований охраны труда и техники безопасности). Взаимные обязательства работодателя и работника, вытекающие из целей гуманизации условий труда, должны найти конкретное отражение в коллективном и индивидуальных трудовых договорах.

Существует множество методов гуманизации труда, в т. ч.:

1) Внедрение новых форм организации труда (например, гибкий график рабочего времени);

2) Обогащение содержания труда за счет расширения сферы труда (рабочий выполняет ряд обязанностей мастера и ряда вспомогательных подразделений); чередования рабочих мест, которое снижает монотонность работы, психологическую усталость; изменения ритма труда – внедрение системы, при которой ритм труда задают сами работники, они сами могут чередовать труд и отдых в течение рабочей смены;

3) Создание условий для профессионального продвижения по карьерной лестнице, создание условий для профессионального роста;

4) Обеспечение безопасных условий труда, так как человеческий потенциал не может быть реализован в полной мере, если условия производства неблагоприятны и человек испытывает страх и беспокойство за свое здоровье;

5) Вовлечение работников в процесс разработки и принятия управленческих решений, то есть выработка средств и методов устранения и смягчения бюрократических форм управления трудом;

6) Усиление стимулирующей роли заработной платы – достижение справедливого и надлежащего вознаграждения за труд. Чтобы заработная плата стала действенным мотиватором к труду, необходимо обеспечение двух условий: заработная плата должна соответствовать стоимости рабочей силы и обеспечивать работнику достойные условия жизни; заработная плата должна зависеть от полученных результатов.

КАДРОВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

БАЧУРИНА Ю. А. КАЙГОРОВА Е. В.

ГОУ ВПО "Уральский государственный горный университет"

Кадровая безопасность – это процесс предотвращения негативных воздействий на экономическую безопасность предприятия за счет рисков и угроз, связанных с персоналом, его интеллектуальным потенциалом и трудовыми отношениями в целом. Персонал является основной составляющей любой организации, поэтому кадровая безопасность занимает доминирующее положение по отношению к другим элементам системы безопасности. Таким образом, служба персонала – более важный субъект в кадровой безопасности. Вся деятельность служб персонала может быть поделена на этапы: поиск, отбор, прием, адаптация, увольнение и т. д. И на каждом этапе присутствует масса вопросов безопасности, решаемых именно менеджерами по персоналу, любое его действие на любом этапе — это либо усиление, либо ослабление безопасности компании. Около 80 % ущерба материальным активам компании наносится их собственным персоналом. Только 20 % попыток взлома сетей и получения несанкционированного доступа к компьютерной информации приходит извне. Остальные 80 % случаев спровоцированы с участием персонала компании. Также существует следующая статистика по российским предприятиям: 10-15 % всех людей являются нечестными по определению, 10-15 % абсолютно честны, остальные 70-80 % — колеблющиеся, то есть те, кто поступит нечестно, если риск попасться будет минимальным. Еще немного американской статистики, очень близкой отечественным показателям. Стоимость преступлений, совершенных должностными лицами и работниками американских компаний, в 1980 г. составила \$50 млрд., в 1990 — \$250 млрд., в 1998 — \$400 млрд., в 2007 — \$700 млрд. Кстати, последняя цифра означает, что каждый работник каждой американской организации (в исследовании участвуют частные и государственные учреждения и предприятия) крадет у своего работодателя больше 12 долларов в день круглый год. Мошенничество сотрудников стало основной причиной вынужденного закрытия около 100 американских банков за последние 20 лет. 95 % ущерба, понесенного в банковской сфере США, образуется при непосредственном участии персонала банков и только 5 % — за счет действий клиентов и иных лиц. В среднем, все эти заграничные и подобные им отечественные проблемы стоят от 6 до 9 % прибыли. Эти данные – только об умышленном нанесении ущерба персоналом, а стоимость ошибок, неграмотного использования ресурсов, стоимость непрофессионализма и отсутствия компетентности, бездействия, нелояльности? И никакая служба безопасности не решит эти проблемы самостоятельно, без помощи подразделения, чья деятельность прямо направлена на работу с персоналом. Специалисты кадровых служб имеют возможность почти на 60 % снизить убытки компании, связанные с персоналом и трудовыми отношениями в целом.

Следует различать внешние и внутренние угрозы. Внешние негативные воздействия – это действия, явления или процессы, не зависящие от воли и сознания работников предприятия и влекущие нанесение ущерба. В свою очередь, к внутренним негативным воздействиям относятся действия (умышленные или неосторожные) сотрудников предприятия, также влекущие нанесение ущерба.

Внутренние опасности:

- несоответствие квалификации сотрудников предъявляемых к ним требованиям;
- слабая организация системы обучения;
- неэффективная система мотивации
- ошибки в планировании ресурсов персонала;
- снижение количества рационализаторских предложений и инициатив;
- уход квалифицированных сотрудников;
- сотрудники ориентированы на соблюдение интересов подразделения;
- отсутствие или "слабая" корпоративная политика;
- некачественные проверки кандидатов при приеме на работу.

К внешним опасностям относятся:

- условия мотивации у конкурентов лучше, лучше установка на переманивание;
- давление на сотрудников извне;
- попадание сотрудников в различные виды зависимости;
- инфляционные процессы.

Кадровая безопасность зависит от трех основных факторов:

1. Найм – комплекс мер безопасности при приеме на работу и прогнозирования благонадежности. Здесь работает незатейливая формула — "как примете на работу, такие люди у вас и будут работать". В условное наименование первого фактора "найм" входит рассмотрение вопросов безопасности компании на таких этапах в работе менеджера по персоналу, как поиск кандидатов, процедура отбора, документальное и юридическое обеспечение приема на работу, испытательный срок и даже адаптация. Добавим также процедуры безопасности в деятельности кадровиков при подготовке аттестации, при планировании обучения.

2. Лояльность – комплекс мер по установлению позитивных отношений работников к работодателям. От того, кем ощущает себя сотрудник предприятия, — ненужным элементом или частью общего дела, заменимым "винтиком" или уважаемым передовиком производства, зависят и проблемы предприятия.

3. Контроль – комплекс мер из установленных для персонала, в том числе для администрации, регламентов, ограничений, режимов, технологических процессов, оценочных, контрольных и других операций, процедур безопасности. Этот комплекс уже непосредственно нацелен на ликвидацию возможностей причинения ущерба и отрабатывается, как правило, службой безопасности или другими подразделениями, но в меньшей степени службой персонала.

Существует одна деталь – каждый кандидат на вакансию, каждый работник предприятия должен ежеминутно рассматриваться, в том числе, и как источник риска, потенциальной угрозы.

Таким образом, кадровая безопасность, являясь элементом экономической безопасности компании, нацелена на такую работу с персоналом, на установление таких трудовых и этических отношений, которые можно было бы определить как "безубыточные". Вся эта деятельность не является отдельным направлением в функционале менеджера по персоналу, а лишь органично вписывается в него. И здесь практически не привлекаются какие-либо дополнительные ресурсы, при условии, что в компании присутствуют все этапы организации и управления персоналом.

ОБЗОР РЫНКА КРАТКОСРОЧНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

ЗАХАРЕНКОВА М. А.

ГОУ ВПО "Уральский государственный горный университет"

Рано или поздно любой руководитель сталкивается с проблемой неэффективности сотрудников. Со временем появляются разногласия между службами, возникают личные конфликты, и как следствие, падают продажи, увеличивается текучесть кадров.

Обучение персонала – важнейший элемент процесса восстановления, если механизм работы компании дает сбои.

В современных условиях необходимо постоянно повышать уровень профессиональных знаний и навыков с помощью обучения и развития персонала.

В последнее время появилась новая форма обучения – модульные тренинги. Преимущество модульного обучения состоит в том, что менеджеры не только имеют возможность на протяжении длительного времени отрабатывать практические навыки, но и формировать программу собственного обучения в зависимости от тех задач, которые ставит перед ними руководство. Модульная методика обучения максимально приближена к реальному бизнесу, потому что обучающиеся имеют возможность применять полученные знания непосредственно в работе в перерывах между занятиями.

Сутью любого тренинга является изменение трех основных компонентов квалификации сотрудника: Знания – Навыки – Отношение. Покупая тренинг, компания "приобретает" изменение этих трех параметров.

Анализируя современное состояние рынка тренинговых услуг, можно заметить особенности, присущие сегодняшнему времени. Сегодня крупные российские компании планируют обучение и закладывают в бюджет расходы на проведение семинарских и консультационных занятий. Обучение перестает быть хаотичным и авральным, а становится все более обдуманым, систематичным и ориентированным на долгосрочные цели. Сегодня к крупным компаниям присоединились представители среднего и даже мелкого бизнеса.

Наиболее важным критерием, которым руководствуются организации при выборе компании-тренера, названа тема предстоящего тренинга (3,9 балла по пятибалльной шкале) (см. рис.). Следующими важными критериями были названы такие показатели, как стоимость программы – 3,7; возможность адаптации программы к потребностям конкретной компании – 3,6 и личность тренера – 3,6 баллов. Другие показатели в порядке убывания: имидж и репутация компании – 3,1, выдача международного сертификата по окончании программы – 2,3 и международная аккредитация компании – 1,7 баллов.

Материалы исследования маркетингового департамента Национального Центра человеческих ресурсов на тему "Выявление дополнительных критериев тренинга как маркетингового продукта" дают возможность узнать о тенденции изменения спроса на рынке краткосрочного образования.

При дифференциации спроса по направлениям тренинга отмечаются следующие тенденции: в настоящий момент потребность на программы направления "Базовые бизнес-навыки" выходит на первый план и составляет 14 % от общей потребности в тренингах, по 13 % имеют направления "Менеджмент" и "Human Resources". Затем следуют направления "Продажи" (12 %), "Маркетинг" (10 %) и "Лидерство" (10 %). Долю менее десяти процентов от общей потребности в тренинге занимают следующие направления: "Бухучет и финансы" (9 %), "Логистика" (4 %), "Производство" (4 %). Суммарная потребность в подготовке к международным сертификатам занимает четвертую позицию и составляет 11 % от общего объема потребности в тренинге. Согласно мнению респондентов, в перспективе ближайших 5-ти лет ситуация в среднем изменится

несущественно. Самым заметным изменением будет увеличение спроса на программы направления "Бухучет и Финансы". Этот рост составит 64,3 %. Заметным будет и рост спроса на программы подготовки к международным сертификациям. Этот рост составит в среднем 45 %. Самое существенное сокращение спроса прогнозируется в области программ "Базовые бизнес-навыки". Это сокращение может составить 43 %. Объем потребности в программах направления "Продажи" также заметно сократится (на 33 %) и уступит 3-ю позицию программам направления "Маркетинг", доля потребности в которых возрастет на 20 %.

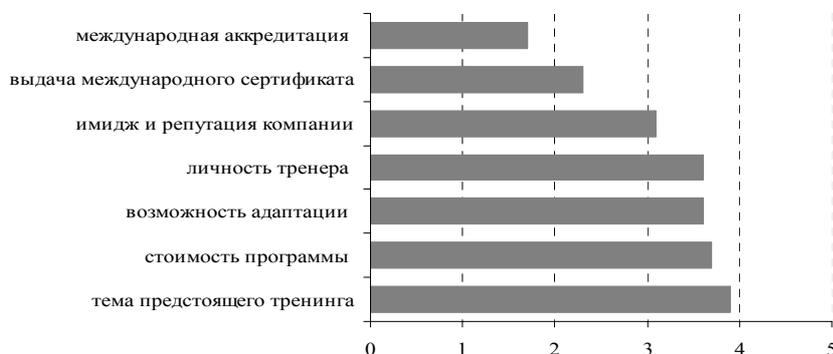


Рис. Факторы, определяющие решение клиента о предстоящем тренинге

Сравнительный анализ материалов тренинговых служб и компаний отчетливо показал: именно точный подсчет предприятием отдачи от тренингов необходим для принятия верного решения в области планирования и мониторинга корпоративных тренингов. Максимальная эффективность тренинга достигается только в тех случаях, когда обучение является частью комплексных мер по совершенствованию работы компании.

ЛИЧНОСТНЫЕ И МОТИВАЦИОННЫЕ ФАКТОРЫ УСПЕШНОГО ОБУЧЕНИЯ

ИВАНОВ В. А., КОТОВА С. С.

ГОУ ВПО "Уральский государственный горный университет"

Обучение, выражающееся в систематичности и глубине приобретенных знаний, в готовности их актуализировать при встрече с профессиональной ситуацией, в развитии познавательных способностей и в удовлетворенности учебно-профессиональным процессом, определяется множеством факторов, в том числе связанных с индивидуальными особенностями студента и его личностной направленностью. Мы предполагаем, что определенные личностные и мотивационные особенности являются внутренними условиями, обеспечивающими успешность в учебно-профессиональной деятельности.

В качестве таких условий мы рассматриваем:

– во-первых, имплицитные теории интеллекта и личности – представления человека о том, насколько доступными для развития являются его интеллект и личность. Если человек ориентирован на приобретение ценного жизненного опыта и достижение мастерства, то он с большей готовностью будет браться за решение непростых задач и упорствовать в их решении, нежели если он, по большей части, опасается утратить имеющееся представление о себе.

Студенты с преобладанием представлений о неизменности интеллекта склонны выбирать цели, ориентированные на результат, поскольку для них важно внешнее подтверждение уровня их способностей. Те студенты, которые опираются на представление об интеллекте как о динамической системе, склоняются к постановке целей, направленных на обучение. Для них в большей степени характерна любовь к обучению, они ценят возможность научиться чему-то новому.

– во-вторых, мы предполагаем, что способность личности к самоорганизации обуславливает успех в учебной деятельности. В исследованиях, проводимых В. Графом, И. И. Ильясовым и В. Я. Ляудис, обнаружено, что важным фактором успешности любого обучения, в особенности в условиях самостоятельной работы, является наличие навыков самоорганизации учебной деятельности. Процесс самоорганизации характеризуется теми путями, которые личность прокладывает для достижения целей своего развития.

– в-третьих, мы рассматриваем особенности учебной мотивации, исследованные А. А. Реаном, как возможные условия итога обучения.

И, наконец, мы предполагаем, что не только специфические учебные мотивы обеспечивают возможность успеха в учебе, но и общие мотивационные диспозиции. Для исследования влияния неспецифической мотивации на успешность обучения мы взяли 8 видов неспецифической мотивации из модели

А. Эдвардса: мотивация достижения, любовь к порядку, автономия, самопознание, доминирование, чувство вины, стойкость в достижении цели, агрессия.

Определять степень успешности обучения можно разными способами – на основании академической успеваемости, оценки успешности своего обучения самим студентом, экспертной оценки другими студентами и преподавателями, успешности той деятельности, которой обучался испытуемый. В данном исследовании мы использовали два способа оценки – академическая модульная успеваемость (оценки за промежуточное тестирование по ходу семестра по всем дисциплинам) и самооценка успешности обучения.

В исследовании были использованы методика исследования имплицитных теорий интеллекта и личности К. Двек, опросник "Диагностика особенностей самоорганизации", методика Реана "Мотивы учебной деятельности", опросник неспецифической мотивации Эдвардса.

В исследовании участвовало 45 студентов II курса института психологии РГППУ, поступивших в сентябре 2006 г. на дневную форму обучения.

Анализ связи исследуемых личностных и мотивационных параметров (самоорганизация личности, имплицитные теории интеллекта и личности, учебная и неспецифическая мотивация) с академической успеваемостью показывает, что одними из самых важных личностных составляющих успешности обучения являются волевые усилия и стремление принести пользу обществу как мотив учебной деятельности. Наоборот, препятствием для достижения высокого результата в обучении, исходя из анализа корреляций, является стремление к автономии во всех значимых областях жизни.

Принимая во внимание, что исследуемой выборкой являются студенты-психологи, можно объяснить важную роль учебного мотива "стремление принести пользу обществу" как фактора успешного обучения. Студенты-психологи, ориентированные на служение обществу, являются весьма успешными в учебе.

Наименее способствующим успешному обучению фактором в данном исследовании выступило стремление к личностной автономии. Если представить себе студента, который в значительной степени руководствуется этим мотивом, то можно предположить, что такой студент будет ориентирован на трудоустройство и самообеспечение, нежели на успех в учебной деятельности. С одной стороны, личностная автономия – конструктивная способность не прибегать к помощи других в принятии жизненно важных решений. С другой стороны, ярко выраженная ориентация на независимость при несформированности структуры личности может оборачиваться несвязанностью человека вообще с какими-либо правилами и ценностями, что чревато дезорганизацией учебной деятельности и, как результат, низкой академической успеваемостью.

Если оценивать успешность обучения с ее субъективной стороны, то есть опираясь на самооценку самого студента, то такие личностные факторы, как уровень самоорганизации личности и имплицитные теории личности и интеллекта приобретают больший вес как условия успеха в обучении. Также приобретают большее значение такие неспецифические мотивации, как "стойкость в достижении цели" и "любовь к порядку". Вероятно, студенты, обладающие такими качествами, в большей степени склонны оценивать результат деятельности, исходя из субъективных усилий и личностного смысла того, на что эти усилия направлены, нежели исходя из формального результата, выраженного академической оценкой.

Можно предположить, что те мотивационно-личностные параметры, которые оказались статистически связанными с самооценкой успешности обучения, но не связанными с модульной успеваемостью (уровень самоорганизации личности, имплицитные теории наращиваемого интеллекта и обогащаемой личности, любовь к порядку и стойкость в достижении цели), характеризуют как раз личностное развитие студента в процессе обучения.

Важно подчеркнуть, что такие параметры, как "волевые усилия", учебный мотив "принести пользу обществу", показали положительную связь как с модульной успеваемостью, так и с самооценкой успешности обучения. Параметр "стремление к автономии" в обоих случаях обнаружил отрицательную корреляцию. Вероятно, факторы волевых усилий и стремления принести пользу обществу являются способствующими, а фактор автономии – препятствующим для успеха в учебно-профессиональной деятельности.

СПОРТИНГ. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ

ВЕЗНЕР Е. В.

ГОУ ВПО "Уральский государственный горный университет"

Говоря об экономике, мы привычно оперируем такими спортивными терминами как команда, поле, игрок на рынке и т. д. Аналогия бизнеса со спортом витает в воздухе, а основные принципы – аксиомы спорта в экономике и бизнесе очевидны и известны всем: нужны простые и понятные правила игры; нельзя менять правила во время игры; нужны одни правила для всех игроков; необходимо справедливое, квалифицированное и независимое судейство и т. д.

Однако то, что очевидно и бесспорно в спорте – в бизнесе и экономике не всегда является аксиомой, теоретически бесспорным и с большим трудом реализуется на практике.

Под спортигом мы понимаем исследование и практическое использование теории и практики спорта в бизнесе и экономике. Это логика спорта в бизнесе. Это использование опыта спорта в экономике. Идеология, принципы, стратегии и тактики, приемы, аналогии, методы и методики, применяемые в спорте, представляют собой неисчерпаемый ресурс для использования в бизнесе, менеджменте, маркетинге, других экономических и управленческих науках. Кроме того, в спорте накоплен огромный опыт в коммерческой деятельности, в организации и управлении, маркетинге, рекламе, создании имиджа, паблик рилейшенз, корпоративной культуре. Обороты спортивной индустрии составляют миллиарды долларов, поэтому деловой опыт спортивной индустрии также заслуживает изучения.

Однако самое главное, что должен взять бизнес у спорта – это его идеологию, основанную на соревновании, на игре, создающую высокую нематериальную мотивацию в достижении высоких результатов.

Поэтому центральным понятием спортига является матчиг – честное соревнование по правилам. Понятие "конкуренция" в современных условиях устарело, и на смену капиталистической конкуренции пришел постиндустриальный матчиг.

Спортиг объединяет уже существующие спортивные подходы к бизнесу, такие как коучинг и "внутренняя игра", с другими возможностями использования теории и практики спорта в бизнесе и экономике – назовем это с определенной долей условности "внешней игрой". Под "внутренней игрой" (*Inner Game*) понимается игра, которая происходит в голове спортсмена, "внешней игрой" (*Outer Game*) – игра на внешней арене.

Таким образом, составными частями спортига выступают: 1) "внешняя игра"; 2) "внутренняя игра"; 3) коучинг – инструмент личностного и профессионального развития, формирование которого началось в 70-х годах XX века. Истоки коучинга лежат в спортивном тренерстве, позитивной, когнитивной и организационной психологии, в представлениях об осознанной жизни и возможностях постоянного и целенаправленного развития человека.

Основной метод исследования в спортиге – метод аналогии спорта и бизнеса. Метод аналогии позволяет взглянуть на привычные вещи с другой стороны, открыть новые грани, свойства и возможности. Аналогия вообще выступает мощным инструментом познания мира, приобретения новых знаний, новых открытий.

Метод аналогии незаменим и в коучинге, и в консалтинге, и в других областях, его применение приводит к рождению новых идей и помогает находить решение многих проблем. Заметим, что, например, коучинг рожден как аналогия спортивного тренерства.

Главные же вопросы спортига по существу не отличаются от вопросов, стоящих перед другими управленческими и экономическими дисциплинами:

- Как достигать новых высот в бизнесе и карьере?
- Как собрать, сплотить команду и достигать высоких результатов в бизнесе?

Все различие в том, какими путями и средствами достигаются эти цели. Все различие в подходах.

НЕКОТОРЫЕ ЗАМЕЧАНИЯ ПО УПРАВЛЕНИЮ ПЕРСОНАЛОМ В СОВРЕМЕННОМ СОЦИУМЕ

ШВЕЦ О. М.

ГОУ ВПО "Уральский государственный горный университет"

Управление персоналом начинается, как известно, с его формирования. Формирование производственного коллектива представляет собой сложный и противоречивый процесс. Это объясняется тем, что коренные цели и интересы его членов имеют различия и противоречия. От степени единства индивидуальных целей и установок работников и их соответствия основным целям, ради которых создается и действует предприятие, зависит эффективность его работы.

В своем развитии и становлении трудовой коллектив проходит три основных этапа.

На первом этапе проходит формирование коллектива в результате зачисления на работу изъявивших желание трудиться на предприятии и принятых в результате отбора, собеседования и т. д. В этот период руководители различного уровня, используя свой опыт и знания, должны подобрать наиболее подходящих по уровню образования, опыта, знаний и требований производства людей, из которых следует сформировать трудоспособный коллектив. Процесс этот весьма сложный и не исключает возможных ошибок.

На втором этапе уже в процессе совместной работы завершается знакомство руководителей с членами коллектива и последних между собой. Происходит неформальное сближение индивидов в соответствии с их интересами и склонностями. В результате складывается неформальная структура коллектива. Руководителю важно отслеживать эти процессы и по возможности управлять ими. В этот период могут возникнуть конфликты, и лучше их предотвратить, своевременно внося корректировки в распределение функций и

организацию работы и ответственности за ее выполнение. При оптимальном варианте сложившаяся неформальная структура должна соответствовать формальной.

На третьем этапе коллектив сформировался, его члены "притерлись" друг к другу сознательно и активно выполняют свои функции, хорошо понимают своего руководителя. Достигнуто гармоничное сочетание личных, групповых и коллективных интересов.

На практике каждый коллектив в своем становлении одни этапы проходит быстрее, другие медленнее. Бывают случаи, когда второй этап затягивается на длительное время или коллектив распадается, не успев сформироваться. Причинами этого могут быть многие факторы, важнейшими из которых являются плохой подбор работников, низкий уровень управления, возникновение серьезных межличностных конфликтов и т. д.

Таким образом, процесс формирования работоспособного и сплоченного коллектива весьма длительный и на него влияет множество обстоятельств, которые необходимо знать и эффективно использовать.

Во-первых, при приеме на работу потенциальные работники должны быть ознакомлены с целями и задачами, поставленными перед формирующимся коллективом, чтобы они могли оценить их на предмет соответствия своим личным интересам и целям. Это дает возможность отсеять случайных людей, не имеющих четких внутренних мотивов и интересов, или людей, цели которых не совпадают с целью коллектива.

Во-вторых, на стадии формирования коллектива следует обеспечить необходимый уровень психологической, профессиональной и интеллектуальной совместимости, позволяющей правильно распределить обязанности в соответствии со способностями, склонностями и интересами, что обеспечит им возможность эффективно сотрудничать в процессе трудовой деятельности.

В-третьих, необходимо наличие профессионального руководителя, лидера, которому члены коллектива готовы подчиняться и которого они хотят поддерживать.

В-четвертых, система материального поощрения должна быть понятна и должна отражать реальные результаты работы каждого члена коллектива и в то же время вытекать из результатов коллективного труда. Это позволяет сплотить коллектив на выполнение общих целей.

Для обеспечения эффективной работы коллектива важное значение имеет создание в нем благоприятного социально-психологического климата. Это весьма сложная проблема, для решения которой необходимо выполнение ряда условий: 1) рациональное распределение функций, при котором ни один из взаимодействующих объектов не сможет добиться успеха за счет другого или в случае, если тот потерпит неудачу; 2) соответствие профессионального уровня каждого работника требованиям, предъявляемым к нему занимаемой должностью или рабочим местом; 3) совпадение групповой и личностной мотивации; 4) близость или совпадение профессиональных и моральных позиций на отношении к выполняемой работе, на основе чего возникают взаимное доверие, стремление к взаимопониманию и желание сотрудничать; 5) возможность взаимозаменяемости, что способствует развитию чувства коллективизма.

МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ КАК ВАЖНЕЙШЕЕ СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

АБРАМОВА Э. С., АБРАМОВ С. М.

ГОУ ВПО "Уральский государственный горный университет"

В современных условиях жесткой международной и внутренней конкуренции, значительной нестабильности переходной экономики, внешних и внутренних факторов функционирования и развития организации, дефицитности ресурсов важнейшим фактором увеличения эффективности использования потенциала страны является переход на синтетическую или комплексную систему методов управления персоналом.

Методы управления персоналом – методы воздействия субъекта управления (руководителя) на объект (исполнителя) по практическому осуществлению стратегических и тактических целей управления.

Традиционно в системе управления персоналом функционируют широко применяемые три группы методов: административные, экономические и социально-психологические [1]. Среди них есть " ... и большое количество конкретных частных методов" [2, с. 52].

Методы управления персоналом, как отмечает Кибанов А. Я., можно также классифицировать по признаку принадлежности к общей функции управления: методы нормирования, организации, планирования, координации, регулирования, мотивации, стимулирования, контроля, анализа и учета.

В зависимости от степени свободы работника как объекта управления методы управления персоналом Фатхутдинов Р. А. предлагает подразделить на три вида:

– методы принуждения, когда объект имеет ограниченную свободу действия и субъект управления принуждает его исполнять свою волю;

– методы побуждения, когда объект имеет большую свободу действий и субъект управления вынуждает искать обоснованные мотивы для побуждения (стимулирования, мотивации) объекта к выполнению задания;

– методы убеждения, когда объект имеет значительную свободу действий, а субъект управления должен формировать методы воздействия на объект с использованием психотехнологий, ставя во главу угла изучение психологического портрета личности, тенденции и мотивы ее развития [3, с. 176].

В этом случае улучшение качества управленческого решения позволит получить экономический эффект, превышающий дополнительные затраты на качество решения.

Итак, использование сложного комплекса группы методов управления персоналом должно осуществляться не само по себе, а во взаимосвязи с целями управления, во-вторых, приоритет должен быть отдан не развитию организации на основе факторов производства и инвестиций, а эффективному использованию всех методов управления персоналом на основе активизации инновационной деятельности, что, безусловно, повысит качество управленческих решений, а, значит, конкурентоспособность и рентабельность производства.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Кибанов А. Я. Основы управления персоналом: Учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 447 с.
2. Маслов Е. В. Управление персоналом предприятия: Учебное пособие / Под ред. П. В. Шеметова. – М.: ИНФРА-М; Новосибирск: НГАЭ и У, 2000. – 312 с.
3. Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов. 5-е изд. – СПб.: Питер, 2006. – 448 с.

САМОУПРАВЛЕНИЕ В КОНТЕКСТЕ ДУХОВНОСТИ

ПЛОТНИКОВА Т. В.

ГОУ ВПО "Уральский государственный горный университет"

В настоящее время многие понимают, что высшее техническое образование не может быть без гуманитарной составляющей образования. Изучая мир – мир изучает нас! Воздействуя на окружающий нас мир, мир отвечает нам – воздействуя, в свою очередь, на нас.

Человек – это совокупность общественных отношений. Каждый человек – особый, человек не рождается, а становится человеком, приобретая определенные качества, знания, через познания окружающего мира. В основе мира лежат взаимодействия.

Познание – это творческая деятельность, направленная на приобретение достоверного знания, его углубления и совершенствования. В ходе познания выявляются различные грани бытия, окружающего мира, где человек – субъект. Результаты деятельности остаются в познании человека и передаются во времени. Ценность познания зависит от ценности объекта познания, т. е. это то, на что направлена познавательная деятельность субъекта (предметы, процессы, явления материального мира или теоретическая модель, которую создает человек в процессе научно-технической деятельности).

Познавательная деятельность является основной, неотъемлемой характеристикой человека. Человек постигает окружающий его мир, овладевает им различными способами, но можно выделить два основных. Первый – материально-технический, т. е. производство средств жизни, труд, практика; второй – духовный (идеальный), в рамках которого познавательное отношение субъекта и объекта – лишь одно из многих других.

И говоря о том, чтобы управлять, направлять – пространство должно быть в гармонии. Говоря о гармонизации пространства, следует выделить пространство внешнее, в котором происходит взаимодействие человека с Миром (Природа Бытия), и пространство внутреннее, в котором происходит взаимодействие человека с самим собой: со своими представлениями, мечтами, мыслями и т. п. (природа человека).

Управление есть фундаментальная функция живых (биологических, социальных) и созданных человеком специальных технических систем, обеспечивающая их сохранение и развитие.

Если мы говорим об управлении персоналом, большим коллективом в обществе – то, в первую очередь, это управление собой!

Общество – это отношения, процессы – психические, идеологические, политические и прочие. В труде задействованы не только предметы и орудия труда, но и руки, голова, т. е. мысли, цели, идеи определенного человека.

Время открывает перед человеком новые возможности и новое познание законов Бытия, законов жизни, выдвигая и новые требования. Наиболее важным из всех требований в особенности в настоящее время, является духовно – нравственное возрождение личности.

Одним из основных критериев, влияющих на создание истинного образа человека и становления его в новых высотах, являются понятия нравственности и морали. Формирование мировоззрения, соответствующего духу Нового времени, пути развития личности с позиции творчества позволяет творить новые отношения с реальностью. Творчество не может быть без духовного начала, где нравственность – это позиция выбора между добром и злом.

Познание – дорога, раскрывающая силу творчества, которое требует активности от личности. Самосознание является зеркалом, через которое он смотрит на мир, в котором отображается реальность. Сознание человека устроено так, что оно обязательно должно видеть полную картину происходящего, весь механизм развивающейся ситуации: причину, действие и следствие. Если чего-то в этой цепочке не хватает, то сознание берет недостающую информацию из записи в подсознании. Основное свойство сознания и подсознания в том, что оно запоминает самые яркие по эмоциональности образы. Задача человека – работать над расширением своего мироощущения, развитием творческого потенциала.

Образовательный процесс – это процесс передачи и получения знания, умения. Работа будет успешной, если работники будут проявлять творческое отношение к делу, самоотдачу, при этом испытывая чувство удовлетворения и демонстрируя командный дух.

Духовность – это сама жизнь человека, или другими словами, - это целостная личность, реализуется в творчестве, в искусстве, в профессиональности выполняемого дела, где прослеживается отношение к себе, к другим людям.

Творчество – одно из самых сложных и загадочных проявлений человеческой жизни. Творить означает создавать, делать, но делать по-новому, оригинально, получая при этом небывалые, уникальные результаты. Творчество- это тайная или явная надежда на изменение, обновление и преображение себя и окружающего мира таким образом, чтобы он стал прекраснее, мудрее, добрее и справедливее не только для самого человека (руководителя), но и для других. Творчество – это и есть человеческая способность к самосовершенствованию, когда человек учится опираться на собственные силы, верить в себя, быть независимым, автономным, свободным, развивая воображение, интуицию, когда испытываешь готовность к любым переменам. Творчество предполагает новое видение, новое решение, новый подход, готовность к отказу от привычных схем и стереотипов поведения, мышления, готовность к самоизменению, – это не только выход за рамки уже существующих предметов и идей, а преодоление рамок собственной личности, т. е. расширение сознания и управление собой.

Творческое мышление требует от человека смелости, признать свои страхи и ответственность за свой выбор. Люди с творческим подходом к делу интересны и привлекательны как для других людей, так и для целых групп людей (коллективов). Им открывается его собственный внутренний мир, они лучше начинают понимать самого себя, других, как свои ценности и устремления, так и других людей, результатом чего и является их жизнь, полная воплощенных идей и проектов, которые вносят положительные изменения в общество. Как сказал в своих стихах Борис Пастернак: "Цель творчества – самоотдача, а не шумиха, не успех. Позорно, ничего не знача, быть притчей – на устах у всех".

Человек – хозяин и устроитель своей судьбы. Он сам создает свое бытие – своим выбором, деяниями, намерениями. Этичными движениями человек способствует раскрытию лучшего в своей судьбе и гармоничному процветанию своей истинной природы. Это подводит человека к постоянному обновлению, этим он поставлен перед необходимостью расширения, развития своего сознания и перехода на качественно новый его уровень и, прежде всего, через творчество.

Работа по формированию будущего результата происходит только в настоящем времени. Сплоченный, управляемый коллектив единомышленников, собственное счастье человека создаются с помощью творческой доминанты.

Духовность и является самой важной составляющей человека, т. к. она описывает законы его жизни в творении. Духовность проявляется целостностью личности, живущей в радости и в глубокой связи с Миром, гармоничного взаимодействия людей в коллективе и степенью полноты отображения человека в реальности и результатов дел коллектива. В понятие духовности входит совершенствование себя, достижение мастерства в каком-либо деле, познание, нравственность и высокое искусство. Путь человека требует гармонизации внутренней природы человека и гармонизации движений человека в Бытие, в Природе. Духовное никогда не равно интеллектуальному.

В управлении собой, как и коллективом, в современных условиях времени необходимо, прежде всего, обладать таким качеством, как духовность.

Духовное совершенствование идет, в первую очередь, через осознание себя как личности, своих способностей, талантов, данных ему природой, одновременно постоянно работая над собой, развивая все, что дано тебе природой.