

Московский экономический журнал 4/2020



DOI 10.24411/2413-046X-2020-10229

ФОРМИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНЧЕСКОГО СТИЛЯ ЛИДЕРА В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАТИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Булатецкая Алена Юрьевна, кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии, ФГБОУ ВО «Пермский государственный национальный исследовательский университет»

Аннотация. В статье анализируется феномен лидерства с точки зрения управленческой технологии формирования и развития компании в условиях информатизации экономики. Определено, что институт лидерства в условиях информационной экономики претерпевает серьезные изменения. Делается вывод о необходимости формирования новых компетенций лидера: управления информационным прессингом и большими данными. Проводится

анализ эффективных лидерских практик, способствующих достижению целей и развитию организационной культуры информационных компаний. Выделены модели управленческого лидерства по степени эффективности.

Ключевые слова: управление, лидерство, стиль лидерства, модель лидерства, эффективный лидер, информационная экономика, информационный прессинг.

Лидерство, являясь одним из важнейших компонентов эффективного руководства, остается актуальной проблемой современного менеджмента, поскольку оно присуще всем сферам человеческой жизни, где существует власть и устойчивое объединение людей. В последние годы выявление и развитие успешных лидеров является актуальной задачей современного бизнеса, поэтому компании стали активно обучать свой персонал высшего звена, развивая у него навыки, необходимые для успешного лидера.

В современных экономических условиях проблема лидерства приобретает особое значение в связи с изменениями в функционировании организаций и компаний. Понятие лидерства эволюционирует, оно приобретает особый смысл в постиндустриальных, самообучающихся, сетевых компаниях. Основа таких компаний: повышенная гибкость,

регулярная перестройка организационной структуры, приоритетный подход к адаптации к внешней среде, небольшие размеры, акцент на командности и самоуправляемости.

Феномен

лидерства является давним объектом научного и практического интереса в системе

управления. Среди основных направлений, присутствующих в настоящее время в науке по проблеме лидерства, особо выделяют такие «классические теории лидерства», как: теория лидерских качеств;

поведенческие подходы (работы Р. Лайкерта [37],

Р. Блейка и Дж. Моутон [28]) с акцентом на

процессном аспекте лидерства; ситуационные модели (Ф. Фидлера [30],

концепция «путь – цель» Р. Хауза [36],

модель П. Херси и К. Бланшара [35]); теория обмена Дж.

Грэна [33],

модель многосторонней связи Г. Юкла [41];

теория когнитивных ресурсов Ф. Фидлера и Дж. Гарсиа [31] и

ряд других.

Современные

подходы к изучению лидерства затрагивают широкий спектр проблем – от личностных

до групповых. К первым относятся, например, теория эмоционального интеллекта Д.

Гоулмана [6],

концепция «первичного» лидерства Д. Гоулмана и Р. Бояциса [34],

теория «внутреннего стимулирования» лидерства К. Кэшмана [29]. Ко вторым можно отнести теорию

опосредованного лидерства Р. Фишера и А. Шарпа [32],

теорию «двигателя лидерства» Н. Тичи [40],

концепцию «трубопровода лидерства», идею «распределенного» или «распределяемого» лидерства, теорию связующего лидерства и концепцию «горячих групп» Дж. Липман-Блюмена [38]. При этом авторы современных концепций зачастую выходят за рамки какого-либо одного методологического подхода. Наглядно существующие теории лидерства представлены в работе С.Р. Филоновича [23, с. 17].

Современные теории лидерства в условиях информатизации экономики базируются на результатах исследований по следующим направлениям: интегральная обобщающая теория современного лидерства Дж. Дэя, П. Сенге, О. Шармера, Дж. Яворски, М. Янга и др., разработанная на основе широкомасштабного международного исследования компании McKinsey [39]; теория новых качеств IT-лидера, имеющая в своей основе результаты крупномасштабного исследования компании IBM (опрос более 2500 IT-директоров со всего мира) [11]. Особенности формирования и работы сетевых организаций с высоким проникновением IT-технологий являются предметом научного интереса таких зарубежных и отечественных исследователей, как М. Витцель, Х. Вютрих, П. Зибер, А.В. Катаев, Р. Патюрель, Е.А. Пилипенко, И.П. Пономарев, М. Райсс, В.Б. Тарасов, Е.Н. Ткачева, М. Уорнер, З.М. Хашева и др. [22, 3, 9, 10, 12, 14, 15, 16, 19, 21, 24].

В условиях все большего вовлечения бизнеса в образование виртуальных систем извлечения прибыли, широкого распространения информационно-

коммуникационных технологий требуется новый формат лидерства, способный интегрировать на системной основе все подсистемы менеджмента, обеспечить согласованное и эффективное развитие компаний в условиях информационной экономики. Фокус внимания современного лидера постепенно перемещается от осязаемых материальных структур компании к неосязаемым факторам формирования организационной действительности.

Информатизация

экономики, конвертация информации в цифровой формат и технологические решения, индивидуализация, высокая конкуренция, столкновение интересов и спроса за человеческий капитал осложняют задачу лидерства [1]. В этих условиях лидеру необходимо развивать в себе новый управленческий стиль, характеризующийся следующими чертами: ориентация на эволюционирование организационной структуры, процедур, решений, человеческого потенциала, в том числе и себя; высокая организационная адаптивность, мобилизация работы в новых технологических и информационных условиях конъюнктуры; учет новых экономических возможностей формирования рыночных сегментов, связанных с ИТ-системами; рост сложности и децентрализации на основе управления большими данными (big data) и территориально разобщенными командами; эмоциональная компетентность – способность целенаправленно генерировать, трансформировать и

направлять
эмоциональные потоки в команде, создавать мотивационные
прецеденты на
межличностном уровне [18, с. 176].

Специфика процесса информатизации экономики состоит в кратном
возрастании
информационных потоков. В этой связи, эффективный лидер должен
уметь работать в
условиях количественной перегруженности данными,
нерелевантности и размытости
информации, перегруженности сознания, информационного и
эмоционального давления

[7]. Работая на пределе своих
возможностей, интеллектуальный ресурс лидера постепенно
снижается. Это требует
ограничения потоков нерелевантной информации, ее квантования
на основе
использования новой для систем менеджмента и феномена
лидерства категории –
единица информации [25] (рис. 1).

Такой подход при формировании информационной среды
организационной культуры является оправданным в силу того, что
каждый сотрудник, обладая собственной индивидуальностью и
умственными способностями, по-разному обрабатывает, сортирует,
систематизирует и использует входящий в сознание
информационный поток. Современный человек хорошо информирован,
но вся его информированность поверхностна, к нему лично
практически не относящаяся [20]. Высокая информированность
человека становится его главным врагом, а пассивный характер
«потребления» информации усиливает поверхностный уровень
знаний. Субъект, воспринимающий организационную
действительность через виртуальный канал, потребляет
информацию без содержания, поскольку отсутствует возможность

верификации данных. Это стирает границы между правдой и ложью, делая человека пассивным. Поэтому необходимо использовать лидерские навыки и опыт, чтобы формировать правильную информационную культуру в компании.



Рис. 1. Схема "единицы информации" в рамках информационной среды (Авторская разработка)

Информационный прессинг должен укладываться в категорию организационной культуры управляемых процессов, обеспечивать стабильное функционирование организационной системы. Эта функция может быть решена только

на уровне
лидерских практик.

Эффективный управленческий стиль лидера в условиях информатизации экономики подразумевает наличие навыков локализации информационного прессинга (рис. 2).

Основными способами локализации являются: формирование культуры использования информации; «информационная диета»; более активное использование IT-систем.



Рис. 2. Способы локализации и борьбы с информационным прессингом
(Авторская разработка)

Лидеру необходимо формировать информационный стиль мышления с

использованием комплексного подхода. Перед ним стоит задача практического овладения методами аналитико-синтетической переработки информации, умением анализировать факты, правильно их интерпретировать, оценивать полноту и достоверность информации, отбирая релевантную и отсеивая инфологемы. Это позволяет эффективно разрешать проблему развития культуры производства и потребления информации как компонента информационной культуры, включая выработку этических принципов, оптимальных форм поведения, рациональных привычек, защиты от возможных информационных манипуляций [5].

Управленческий лидер – индивид, гармонично сочетающий в себе лидерские и менеджерские качества. Как менеджер, управленческий лидер реализует свои законные полномочия и статусную власть для эффективного решения организационных задач, а как лидер он использует силу личностного влияния на подчиненных.

Управленческий лидер по своему статусу является руководителем. Это тот «идеальный тип» руководителя, сочетающий в себе лидерские и менеджерские качества [26].

Управленческое лидерство проявляется, прежде всего, как процесс совершенствования организационной культуры, позволяющий развивать элементы, которые в своей совокупности обеспечивают эффективную деятельность компании по

реализации стратегических целей. Отношения лидерства присутствуют на всех уровнях компании. Эти контакты отражают сложившееся соотношение индивидуальных сил, власти и влияния на процессы межличностного общения и организационной деятельности. Феномен управленческого лидерства возникает тогда, когда подчиненные признают авторитет и влияние своего руководителя не столько по праву статусной власти, сколько по праву силы его личности. Управленческий лидер обладает возможностями использования таких ресурсов организации, которые недоступны менеджерам – не лидерам или неформальным лидерам групп в составе компании [8].

Анализ

опыта работы многих лидеров-практиков в информационных компаниях свидетельствует, что их успех основывается на способности создавать и доводить до последователей образ будущего состояния компании. Управленческое лидерство – это особые отношения между руководителем компании и подчиненными, в результате которых облегчается или затрудняется выполнение должностных обязанностей каждым из участников взаимоотношений. Эти отношения должны выстраиваться на добровольном и взаимном признании определенного баланса силы и власти между сотрудниками и подкрепляться способностью оказывать влияние на изменение мотивации и целей, эмоций и настроений участников

взаимодействия [17].

Таким образом, управленческий лидер имеет больше возможностей для эффективного управления компанией, чем просто менеджер или неформальный лидер, не имеющий статусной власти. Эффективность управленческого лидерства напрямую обусловлена эффективностью организационной деятельности. Концепция эффективности управленческого лидерства Е.С. Яхонтовой может служить основой для практического использования с целью повышения эффективности деятельности конкретных управленческих лидеров (рис. 3) [27].

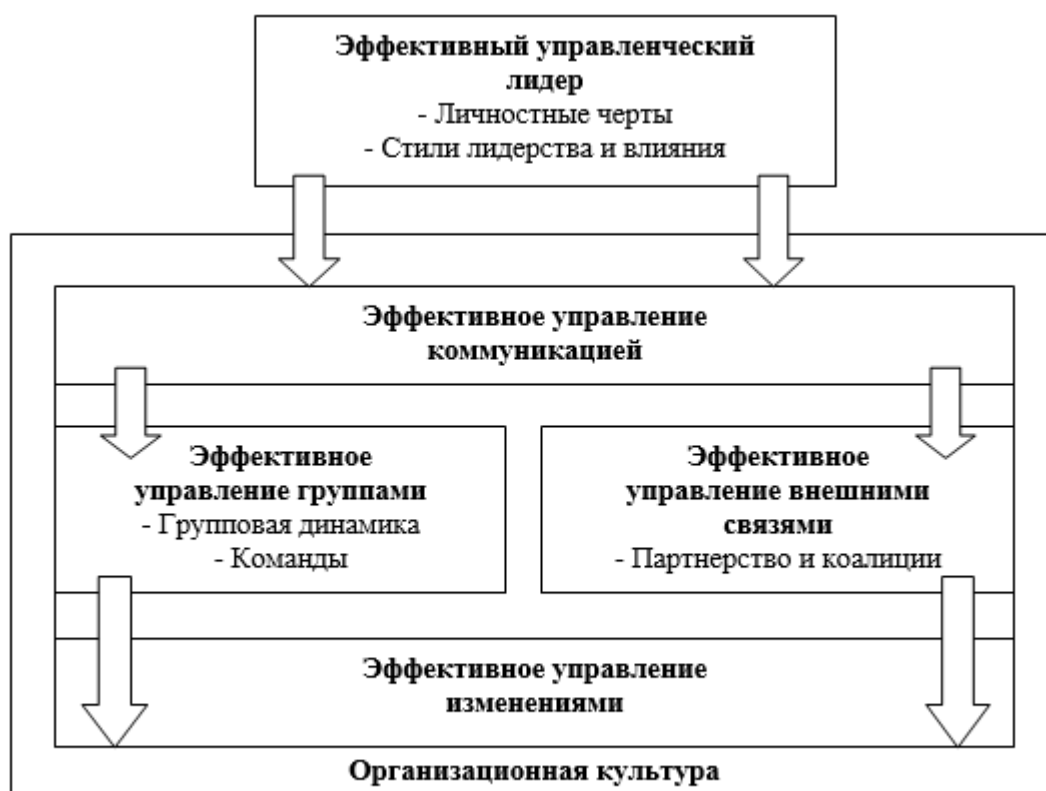


Рис. 3. Концепция эффективности управленческого лидерства

Индивидуальная эффективность менеджера как управленческого лидера определяется его особыми личностными качествами и моделями поведения. Личность

управленческого лидера
формируется на пересечении индивидуальных и групповых целей и интересов различных субъектов (вышестоящего руководства, подчиненных, партнеров, клиентов). Деятельность управленческого лидера можно считать эффективной, если оптимально используются сложившиеся преимущества и минимизируются недостатки. Важным элементом эффективного управленческого лидерства является способность управленческого лидера оказывать позитивное влияние на окружающих, которое побуждает их менять отношение к происходящему и превращает их из пассивных наблюдателей в агентов его политики и активных последователей конкретных идей, ценностей и принципов [2].

Лидер всегда должен быть активно вовлечен в процессы группового взаимодействия. Его влияние на распределение неформальных социальных ролей и функций, оказывает воздействие на процессы групповой динамики. Управленческий лидер должен использовать свое положение в определенной группе как фактор повышения эффективности групповой деятельности в рамках реализации целей, поставленных перед компанией. Поэтому важным показателем эффективности управленческого лидерства является способность эффективно управлять группами, включая команды.

любой компании налажены формальные и неформальные коммуникативные каналы. Менеджеры, как правило, контролируют формальные каналы коммуникации, а неформальные лидеры – неформальные каналы коммуникации. Управленческий лидер имеет исключительную возможность контролировать все каналы коммуникации, исходя из потребностей компании. Эффективное управленческое лидерство во многом основывается на создании системы коммуникации в компании и четком управлении этой системой.

Управленческий лидер обладает исключительными возможностями, позволяющими ему оказывать воздействие не только на внутреннюю среду компании, но и на ее внешнюю среду. На практике он регулярно взаимодействует с представителями различных организаций, деятельность которых, так или иначе, оказывает влияние на эффективность функционирования компании лидера. Эти представители могут быть союзниками или противниками политики управленческого лидерства. Способность управленческого лидера создавать, поддерживать и развивать партнерские отношения с отдельными индивидами, группами и организациями является важным фактором оценки его эффективности.

Эффективность управленческого лидерства также определяется способностью планировать и осуществлять изменения в соответствии с перспективными идеями и целями. Эффективный

управленческий лидер должен уметь преодолевать сопротивление переменам. Специфика управленческого лидерства определяет особенности оценки его эффективности. Модель оценки эффективности управленческого лидерства во многом зависит от его умения выстроить организационную структуру и от процедур, обеспечивающих результативность деятельности [4]. На основе этих критериев выделяют следующие модели управленческого лидерства по степени их эффективности (рис. 4) [27]:

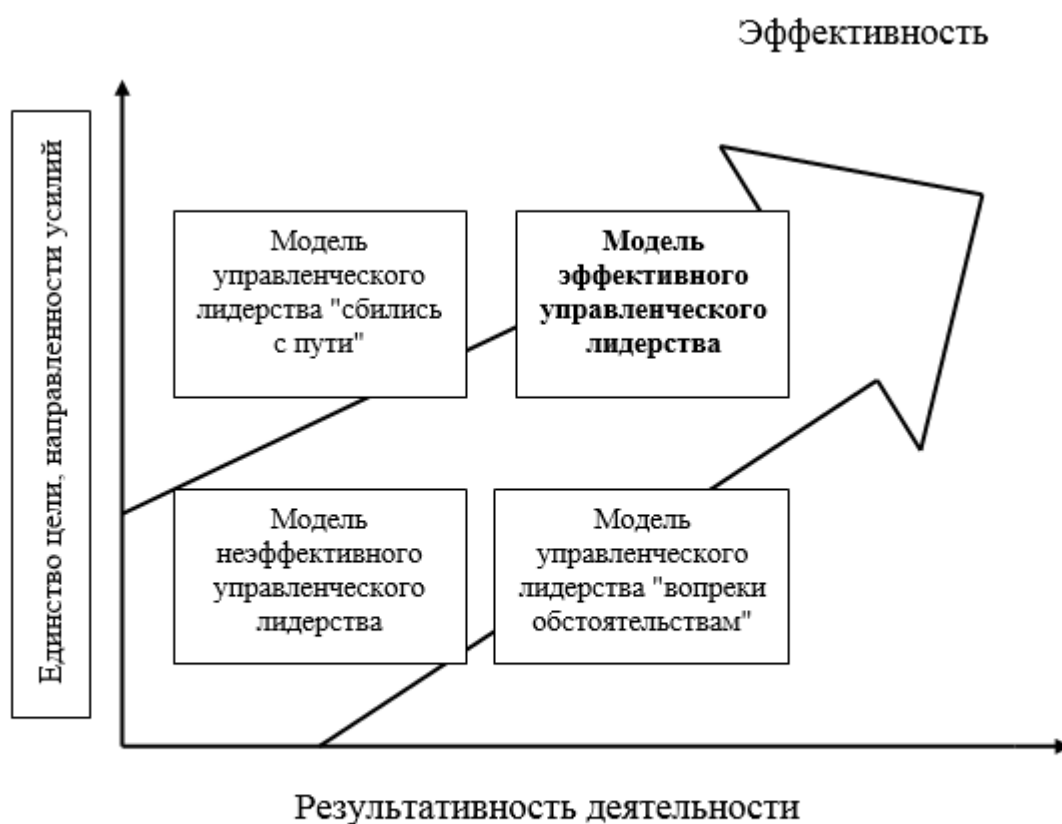


Рис. 4. Модели управленческого лидерства по степени их эффективности

1) неэффективного управленческого лидерства, 2) «вопреки обстоятельствам», 3) «сбились с пути» и 4) эффективного управленческого лидерства.

В первой модели закономерно формируются типы менеджеров,

которые стремятся переложить ответственность за непопулярные методы управления на вышестоящее руководство и стараются не проявлять инициативы, чтобы не обременять себя дополнительными хлопотами. Во второй модели руководство достигает результата, как правило, с помощью затраты значительных ресурсов, компенсируя тем самым недостатки управления и отсутствие взаимопонимания в вопросах выбора направления деятельности по реализации стратегических и тактических задач. Третья модель характеризуется наличием лидеров, которые порождают консолидирующие идеи, но они не способны согласовать стратегию развития с организационной структурой, распределить роли и функции, также такие лидеры не отличаются развитым умением находить необходимые ресурсы для достижения поставленных целей. В четвертой модели представлен особый тип руководства – подлинное управленческое лидерство, для которого характерно успешное совмещение и единство видения цели и направления организационных усилий с адекватной системой правил и процедур, подходящей структурой организации и распределением неформальных социальных ролей.

Необходимо отметить и еще одно концептуальное основание для исследования управленческого лидерства, а именно: тип руководства связан с определенным типом подчиненных. Так, в первой модели

деятельные и творческие люди покидают такую компанию. В условиях реализации подобной модели формируется тип подчиненного, для которого характерны неудовлетворенность условиями труда и рабочими взаимоотношениями, слабая самоидентификация с должностью и организацией, отсутствие мотивации к достижениям. В компаниях второго типа персонал приучен работать в экстремальных условиях. В случае третьего типа руководства с признаками лидерства персонал спланируется идеей, которую предлагают лидеры. Сотрудники готовы прилагать усилия, выходящие за рамки должностных обязанностей, для достижения поставленной цели. Только для четвертой модели характерно подлинное единение членов группы. В данном случае управленческие лидеры обеспечивают максимально эффективное использование потенциала компании, консолидируют энергию и усилия всех сотрудников в едином направлении оптимального достижения целей.

Оценка эффективности организационной деятельности во многом базируется на управленческих способностях лидера и имеет две составляющие: 1) объективные – количественные и качественные показатели работы, результативности компании и решений руководства; существующие технологии оптимальной деятельности по достижению конкретной цели, международные и национальные стандарты этой деятельности; 2) субъективные – восприятие управленческим лидером, подчиненными и другими

заинтересованными
лицами результативности усилий по достижению целей и решению
задач. При оценке
эффективности управленческого лидерства в первую очередь
анализируется
способность управленческого лидера видеть цели и направления
деятельности
компании. Степень эффективности управленческого лидерства
определяется тем,
насколько сам лидер способен генерировать идеи и переводить их
в
организационные цели, ведущие к положительному результату.

Эффективный лидер информационной компании большую часть
собственного
времени направляет на стимулирование инноваций. Данная
активность интегрирует в
себе такие мероприятия как инициирование и поддержка планов
инновационного
развития, кураторство процесса внедрения новых технологий и
решений
бизнес-задач, а также управление существующей IT-средой [13].

Сегодня управленческий лидер информационной компании находится
в
постоянном выборе базовой точки роста компании, поскольку
информационная
экономика реактивна по своей природе, но при этом сами
конечные потребители,
пусть даже активные, не всегда успевают за информационной
гонкой.
Противоречивый выбор, неопределенность ситуации, необходимость
действовать
здесь и сейчас, моментальный анализ входящего трафика
информации отнимают у

лидера много ресурсов. Порой наиболее важные задачи в компании могут противоречить друг другу: поиск новых информационных решений для снижения общих затрат / повышения качества предоставляемых услуг и самого контента; внедрение новых информационных продуктов / сохранение высокого спроса на существующее предложение; формирование единого видения компании и стратегии развития / постоянная корректировка тактических планов под конъюнктурные колебания информационной экономики.

В таких условиях эффективный лидер проявляется в принятии оптимальных решений, поскольку не существует идеального варианта из спектра возможных альтернатив. Успешные лидеры информационных компаний по факту совмещают на своей должности три пары ролей. Эти двойные роли, кажущиеся противоречивыми, на самом деле дополняют друг друга: проницательный провидец и талантливый прагматик; здравомыслящий создатель ценностей и оптимизатор расходов; настроенный на сотрудничество бизнес-лидер и вдохновляющий IT-менеджер. [22].

Таким образом, информатизация экономики трансформирует институциональную природу лидерства в компаниях. Во многих компаниях происходят преобразования по интегрированию собственных структур, практик и процессов с виртуальной средой. В современных

условиях феномен лидерства все больше соотносится с брендовой атрибутикой компании, лидерство все больше приобретает цифровую основу. Также лидерство все больше позиционируется как навык и опыт. Большую роль в этом играет информационная доступность, которую обеспечивает сеть Интернет. В успешных компаниях понимают, что лидерство – это управленческая компетенция, из которой можно изъять прибыль, капитализировать потенциальные возможности в реальное ресурсное обеспечение. Для этого необходимо привить его большому кругу сотрудников, которые впоследствии станут ретрансляторами лидерских ценностей и правил поведения.

Литература

1.
Аакер Д., Йохимштайлер Э. Бренд-лидерство: новая концепция брендинга. М.: Изд. дом Гребенникова, 2003. 380 с.
2.
Балабанова Е.С., Деминская В.Э. Руководитель как трансформационный лидер: роль личностных качеств и управленческих практик // Российский журнал менеджмента. 2017. Т. 15. № 3. С. 263-288.
- 3.

Вютрих Х.А., Филипп А. Виртуализация как возможный путь развития управления // Проблемы теории и практики управления. 1999. № 6. С. 57-68.

4.
Гапоненко А.Л., Орлова Т.М. Управление знаниями: как превратить знания в капитал. М.: Эксмо, 2008. 400 с.

5.
Глухов П.С. Стили лидерства в инновационной деятельности: феноменология и эмпирические исследования // Вестник ЮУрГУ. Серия: Психология. 2013. Т. 6. № 4. С. 53-59.

6.
Гоулман Д. Эмоциональное лидерство: Искусство управления людьми на основе эмоционального лидерства / Пер. с англ. М.: Альпина Паблшерз, 2011. 301 с.

7.
Гоулман Д. Эмоциональный интеллект. М.: АСТ, 2009. 478 с.

8. Замулин А.Л. Лидерство в эпоху знаний // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия: Менеджмент. 2012. Вып. 3. С. 48-76.

9.
Зибер П. Управление сетью как ключевая компетенция предприятия

// Проблемы

теории и практики управления. 2000. № 3. С. 92-96.

10.

Катаев А.В. Виртуальные бизнес-организации. СПб.: Изд-во Политехнического университета, 2009. 122 с.

11.

Новая роль IT-директоров. Исследования компании IBM // Российский журнал менеджмента. 2010. Т. 8. № 1. С. 117-146.

12.

Патюрель Р. Создание сетевых организационных структур // Проблемы теории и практики управления. 1997. № 3. С. 76-81.

13. Пидоймо Л.П. Управление виртуальными организациями // Организатор производства. 2013. № 3. С. 43-45.

14.

Пилипенко Е.А. Концептуальные аспекты функционирования и структурной организации системы управления виртуальными организациями // Вестник Академии знаний. 2018. № 25 (2). С. 174-178.

15.

Пономарев И.П. Виртуальная организация: предпосылка

возникновения новой
организационной формы // Менеджмент в России и за рубежом.
2011. № 5. С.23-35.

16.

Райсс М. Границы «безграничных» предприятий: перспективы сетевых организаций // Проблемы теории и практики управления. 1997. № 1. С. 34-42.

17.

Салихова И.С. Лидерство как инновационный управленческий феномен / И.С.

Салихова, Д.А. Антипова // Вестник Московского государственного областного университета. 2014. № 2. С. 49-57.

18. Сундуков А.В. Лидерство в менеджменте и его влияние на капитализацию

организаций // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика.

Социология. Менеджмент. 2014. № 3. С. 175-180.

19.

Тарасов В.Б. От многоагентных систем к интеллектуальным организациям:

философия, психология, информатика. М.: Эдиториал УРСС, 2002. 352 с.

20.

Таратута Е.Е. Философия виртуальной реальности. СПб: СПбГУ, 2007. 147 с.

21.

Ткачева Е.Н. Методы обеспечения эффективности функционирования виртуальных организаций в информационной экономике: Монография. Краснодар: Изд-во ЮИМ, 2010. 251 с.

22.

Уорнер М., Витцель М. Виртуальные организации. Новая форма ведения бизнеса в XXI веке. М.: Добрая книга, 2005. 296 с.

23.

Филонович С.Р. Теории лидерства в менеджменте: история и перспективы // Российский журнал менеджмента. 2003. № 2. С. 3-24.

24.

Хашева З.М., Ткачева Е.Н. Виртуальные организации в современной экономике: предпосылки становления и особенности управления // Вопросы экономики и права. 2012. № 2. С. 61-68.

25. Цветков В.Я. Информационные единицы как средство построения картины мира // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2014. № 8-4. С. 36-40.

26.

Яхонтова Е.С. Эффективность управленческого лидерства. М:

ТЕИС, 2002. 501 с.

27.

Яхонтова Е.С. Soft management, или управление отношениями в компании. М.: Экономика, 2010. 470 с.

28. Blake R., Mouton J. The Managerial Grid: The Key to Leadership Excellence. Houston, TX: Gulf Publishing Company, 1964. 350 p.

29. Cashman K. Leadership from the Inside Out. Becoming a Leader for Life. Executive Excellence Publishing: Provo, UT, 2008. 215 p.

30. Fiedler F.E. A Theory of Leadership Effectiveness. New York: MC Graw Hile, 1967. 265 p.

31. Fiedler F. New approaches to effective leadership: Cognitive resources and organizational performance / F. Fiedler, J. Garcia. New York: John Wiley & Sons, 1987. 240 p.

32. Fisher R. Lateral Leadership: Gone When You Are Not the Boss / R. Fisher, A. Sharp. London: Harper Colins Business, 1998. 240 p.

33. Graen G., Schiemann W. Leader-member agreement: A

vertical dyad approach. Journal of Applied Psychology. 1978 # 63. P. 206-212.

34. Goleman D., Boyatzis R., McKee A. Primal Leadership: Realizing the Power of Emotional Intelligence. Harvard Business School Press: Boston, 2002. 352 p.

35. Hersey P. Lifecycle theory of leadership / P. Hersey, K. Blanchard. Training and Development Journal. 1969. # 23. P. 26-34.

36. House R. Path-Goal Theory of Leadership / R. House, T.R. Mitchell. Journal of Contemporary Business. 1974. # 3. P. 81-97.

37. Likert R. The Human Organization: Its Management and Value. New York: MC Graw Hile, 1967. 258 p.

38. Lipman-Blumen J. Connective Leadership: Managing in a Changing World. Oxford University Press: Oxford, 2000. 425 p.

39. Scharmer O., Arthur W.B., Day J., Jaworsri J., Jung M., Nonaka I., Senge P. Illuminating the Blind Spot: Leadership in the Context of Emerging Worlds. McKinsey-Society for Organizational Learning (Sol) Leadership Project, 1999-2000. 24 p.

40. Tichy N., Cohen E. The Leadership Engine: How Winning Companies Build Leaders at Every Level. New York: Harper Business, 1997. 299 p.

41. Yukl G. Leadership in Organizations. Prentice-Hall: Englewood Cliffs, 1981. 340 p.