

УДК 330.16

Салихова И.С.¹, Антипова Д.А.²¹Московский университет им. С.Ю. Витте²Федеральное государственное унитарное предприятие
«Стандартинформ» (г. Москва)

ЛИДЕРСТВО КАК ИННОВАЦИОННЫЙ УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННЫХ КОРПОРАЦИЙ

Аннотация. Статья посвящена теме выявления ключевых особенностей лидерства как специфической и инновационной формы управления, релевантной современным условиям экономической деятельности. Показано качественное отличие лидерства от традиционного менеджмента и руководства классического типа. Выделены ведущие черты лидерства, такие как экологичность, обладание инновационным мышлением, пассионарность, внутренняя свобода, коммуникативность и другие. Обосновано положение о том, что в современных условиях лидерство является специфическим не вещественным активом корпорации и самостоятельным фактором создания добавленной стоимости и доходности.

Ключевые слова: лидерство, менеджмент, руководство, не вещественные активы.

I. Salikhova¹, D. Antipova²¹Moscow University named after S. Y. Vitte²FSUE "STANDARTINFORM"

LEADERSHIP AS INNOVATIVE MANAGEMENT PHENOMENON IN THE ACTIVITIES OF MODERN CORPORATIONS

Abstract. The article is devoted to identifying the key features of leadership and innovation as a specific form of governance that is relevant to modern conditions of economic activity. The authors show the difference of leadership from both traditional management and the leadership of classical type. The major traits of leadership, such as environmentalism, innovative thinking, passionarity, inner freedom, communication and others are identified. It is substantiated that under modern conditions leadership is a specific immaterial asset of corporations and an independent factor in making added value and profitability.

Key words: leadership, management, immaterial assets.

В современных условиях все отчетливее проявляется потребность в новом качестве субъектов управления корпорациями, которые стремятся к формированию высокого конкурентного тонуса и экономической устойчивости в долговременной перспективе. Существующие научно-практические

© Салихова И.С., Антипова Д.А.

подходы к формированию новой управленческой парадигмы в рамках первичных звеньев экономики существенно отстают от требований масштабных и непрерывных экономических инноваций, особенно в области расширенного воспроизводства новых корпоративных знаний. Поэтому наша цель заключается в том, что-

бы на основе выявления специфики деятельности наукоемких корпораций, обосновать лидерство как имманентную форму управления современными корпорациями в современной экономике знаний.

Исследователи подчеркивают, что адаптивные требования современного бизнеса вызывают необходимость в лидерах, которые берут на себя ответственность и не ждут, что на них снизойдет откровение или поступят указания вышестоящего руководства [8, с. 220]. При этом отмечается, что «лидерство и менеджмент – две дополняющие друг друга системы действий. Менеджмент имеет дело с управлением сложными структурами. Он состоит из методов и процедур, которые во многом возникли как реакция на появление в двадцатом веке крупных, сложных по своей структуре организаций. Лидерство же связано, прежде всего, с умением достойно справиться с переменами. В последние годы лидерство приобрело особое значение. Отчасти это объясняется тем, что современный деловой мир отличается крайне жесткой конкуренцией и повышенной изменчивостью. А чем больше перемен, тем выше потребность в эффективном лидерстве» [3, с. 48].

В то время, когда менеджер планирует и формирует бюджет, лидер инвестирует свою энергию на выбор нового курса развития, создавая новую модель фирмы; если менеджер, приступая к выполнению своего плана, подбирает персонал и организует работу, то лидер здесь активно ищет союзников, способных и готовых поддержать его инновационные идеи и предложения; в то время, когда менеджер осуществляет контроль и проверку исполне-

ния принятых ранее решений, корпоративный лидер всеми силами старается поддержать мотивацию и энтузиазм у своих сторонников и помощников.

Очевидно, что бизнес «со скоростью мысли» требует и одноименного, «скоростного» управления, причем быстрота принятия управленческих решений не должна быть причиной недостаточного их обоснования и выведенности. Сказанное означает, что для принятия соответствующих решений отнюдь не достаточно обладать глубокими профессиональными знаниями и компетенциями. Важно также иметь способность чувствовать и даже интуитивно ощущать ритм экономической жизни, а также быстро преломлять этот ритм через призму собственных ценностных установок и созидательных смыслов, направляя творческую энергию собственников человеческого капитала на решение конкретных задач, определяющих судьбу соответствующей организации. В связи с этим, в современной экономической литературе все более актуализируются такие явления и понятия, как «лидер», «лидерство» и, следовательно, «лидерский тип корпоративного управления».

Понятие «лидер» происходит от английского «leader», а также «be in the lead», то есть лидировать. Таким образом, в первом приближении *лидер* – это субъект, который способен осуществлять руководство лидерского типа, служит позитивным примером уникальной креативной деятельности, играет ключевую роль в функционировании организации или сообщества, побуждая личным примером к достижению высоких, именно созидательных творчески-трудовых результатов. Понятие «лидерство», в свою очередь,

происходит от английского «*leadership*» и представляет собой, в некотором смысле, процессуальную сторону бытия лидера, то есть его непосредственную деятельность. Как явно социально-психологический феномен, лидерство возникает в системе неофициальных отношений и является специфическим инструментом организации и развития этих отношений. При этом основу лидерства составляет процесс межличностного пассионарного влияния, разворачивающийся между лидером и остальными членами корпоративного сообщества [4].

Из предложенной трактовки понятия «лидер», применительно к деятельности современной корпорации, следует, что лидер призван осуществлять вполне определенные функции. *Во-первых, корпоративный лидер призван быть именно руководителем*, а не обычным управленцем-менеджером, который характеризуется, прежде всего, высоким уровнем исполнительской дисциплины, а не способностью принимать ответственные решения. Лидер-руководитель есть не всякий субъект управления, а именно тот, который не просто наделен полномочиями, но еще и способен принимать важные, судьбоносные решения, способен брать на себя всю полноту ответственности за качество и деловой потенциал этих решений. Справедливо отмечено, что «руководителя среди других людей выделяет именно то, что от него ожидают – в силу его должностного положения и знаний, – принятия решений, которые окажут существенное влияние на всю организацию, ее работу и результаты. Эффективный руководитель, следовательно, – это лидер, принимающий эффективные решения» [2, с. 147].

При этом добавим, что корпоративный лидер – это действующий руководитель-практик, это тот, кто, идя впереди, показывает дорогу и увлекает собственным примером. При этом лидеры принимают на себя ответственность не только за индивидуальную, но и за коллективную работу, предпочитая метод управления на основе конечных результатов; лидеров интересует не столько продвижение по служебной лестнице, сколько реальные инновационные преобразования [1].

Важнейшей характеристикой лидера и в целом лидерства является преимущественно неформальный характер их возникновения, функционирования и развития. Отсюда и происходят неформальные методы и способы управления и руководства, которые использует лидер в ходе соответствующих социально-экономических трансакций. При этом неформальному характеру взаимодействий вполне соответствует и система неявных знаний, которые использует лидер в ходе своей «лидерской практики». Все эти положения и обстоятельства позволяют констатировать, что корпоративный лидер есть, с одной стороны, носитель уникального неявного знания, а с другой стороны, он является «мастером» организации и развития неформальных сетевых и иных трансакций. Очевидно, что лидерские качества руководителя едва ли можно воспитать только в учебных аудиториях и в иных «тепличных» условиях; отмеченные качества предстают как «сплав» глубоких знаний и вполне определенных особенностей психики субъекта. Резонно констатировать, что лидер и лидерство возникают стихийно, причем там и тогда, где и когда для

этого появляются соответствующие условия.

Во-вторых, корпоративный лидер является очевидным «генератором» уникальных новейших идей и знаний, прежде всего, в области наиболее ключевых аспектов деятельности предприятия, что предполагает не только высокоразвитую потребность в непрерывном самосовершенствовании, но и обладание инновационным менталитетом и соответствующей системой ценностных ориентиров. Можно утверждать, что лидер на предприятии – это «главный когнитивист», ключевой и основной творец новейших идей, образец творческой деятельности, производства, распространения и использования знаний и новых когнитивных технологий. В этом плане резонно упомянуть известный педагогический принцип «learning by doing», который теперь естественным образом трансформируется в новые принципы: «leading by doing» и «leading by creating».

Корпоративный лидер предстает как естественный руководитель не только всего персонала, но, прежде всего, корпоративной элиты, наиболее творческой части фирмы. Более того, он является создателем этой элиты, автором и участником ее сетевых взаимодействий. При этом он может быть, как формальным лидером, так и неформальным; идеальным является положение, когда в лице лидера органически сочетаются оба блока, то есть он предстает, одновременно, как официальный руководитель-лидер предприятия и как неформальный лидер творческого сообщества. Особое внимание лидер должен уделять формированию и развитию корпоративной креативной элиты, являющейся «си-

стемным генератором» новейших идей и знаний, а также аттрактором любых инноваций как таковых.

В-третьих, корпоративный лидер есть собственник уникального личного капитала именно харизматического качества. Данный капитал обладает притягательной силой; его функционирование обеспечивает непререкаемость личного примера лидера, является образцом для подражания и мотивирует стремление сотрудников «быть похожими» на обладателей лидерского капитала. Личный капитал лидера – это система его неявных и явных знаний и компетенций, обеспечивающих ему «власть авторитета»; данный капитал является основным аттрактором в системе синергетических взаимодействий всех членов корпоративного сообщества. Важно подчеркнуть, что личный капитал лидера представлен не только и, возможно, не столько соответствующими вариациями профессиональных знаний и умений, сколько вполне определенным набором социокультурных, социальных, психических и иных свойств и качеств субъекта, позволяющих ему быть не только «указывать дорогу», но еще и вести за собой людей.

Харизматическое качество личного капитала лидера, представляющее собой набор уникальных, специфических свойств данного субъекта, выступает как специфический невещественный актив корпорации, который вносит свой определенный вклад в создание добавленной стоимости. Харизма лидера – это органический сплав его уникальных знаний и творческих компетенций, устойчивого доверия к нему со стороны сотрудников и партнеров, высочайшего уровня внутрен-

ней энергетики и созидательной мотивации лидера, а также способности к созидательному смыслопроизводству. Харизма лидера – это «психологический магнит», притягивающий к лидеру других людей, априори и апостериори оказывающих ему доверие.

В-четвертых, корпоративный лидер обладает полноценным экономическим мышлением и, следовательно, уникальной способностью быстро проникновения в сущность происходящих событий, предвидя ближайшие и грядущие перспективы для творческой трудовой деятельности. Сущностное, именно «полноценное качество» экономического мышления позволяет лидеру видеть главное и четко формулировать цель и задачи корпоративной деятельности как таковой. Более того, корпоративный лидер умеет объяснить всем сотрудникам содержание соответствующих целей и задач, обеспечивая «критическую массу» общего понимания и осмысления всего того, что предполагается сделать менеджерам и персоналу фирмы не только «здесь и сейчас», но также «завтра» и «послезавтра».

Существует немало современных теоретических и научно-практических разработок, характеризующих содержание и пути формирования полноценного (нового, релевантного требованиям ситуации) экономического мышления [7; 9]. Ключевые аспекты полноценного экономического мышления корпоративного лидера, детерминированные логикой развития современной социально-экономической действительности, заключаются, как минимум, в следующих положениях: а) отмеченное мышление является безальтернативно гуманистическим

по своей направленности; б) данное мышление является исключительно восприимчивым к любым когнитивным и информационным инновациям, включая соответствующие новые технологии и методы исследования; в) полноценное экономическое мышление лидера естественным образом основывается на сознательном стремлении извлечь пользу от новых идей, возникающих на междисциплинарных потоках новых знаний; г) рассматриваемый тип мышления непременно является воспроизводственным по своему характеру и общей логике (размышления имеют исследовательское «начало» и практическое «завершение», обеспечивающее реальность добавления стоимости в предполагаемый конечный продукт).

При этом, чем сильнее лидер осознает свою индивидуальность, тем больше «на передний план выходит его отличие от других субъектов, и тем меньше он будет соответствовать общепринятым ожиданиям. Даже его реакции могут быть предсказуемыми в гораздо меньшей степени. Последнее связано с тем, что индивидуальное сознание имеет большую тенденцию к дифференциации и большей емкости. Но чем дальше заходит дело, тем больше различий оно будет замечать, и тем сильнее будет эмансипироваться и от коллективной закономерности, ведь пропорционально его расширению растет степень эмпирической свободы воли» [10, с. 183].

В-пятых, лидер в современной корпорации обладает уникальным качеством расширенного воспроизводства созидательных смыслов, что обеспечивает социально-психологическую устойчивость сотрудников и поддер-

живает на высоком уровне их «мотивационный тонус». Данное свойство лидера как руководителя видится интегральным; в нем фокусируются все предыдущие положения и характеристики. При этом «лидерское смыслопроизводство» включает в себе как бы два уровня: первый уровень связан с созданием личных смыслов творчески-трудовой деятельности непосредственно данного лидера (эндогенные смыслы); второй уровень касается производства смыслов для деятельности сотрудников корпорации (экзогенные смыслы). Если вспомнить, что всякий познавательный процесс есть процесс осмысленной деятельности, а любое знание есть «бытие смысла», то лидерский тип управления предстает как форма воспроизводства новейших корпоративных знаний.

В-шестых, лидер и лидерство в корпорации не ассоциируются только с одним либо несколькими субъектами управленческой деятельности; отмеченные феномены охватывают самые разные уровни корпоративной деятельности. В связи с этим, резонно вести речь о «системе лидерских отношений» в рамках современной корпорации, представляющей собой некий континуум из представителей различных вертикально-горизонтальных микросетевых сообществ. Идеальным здесь является такое состояние, когда вся корпорация охвачена единой «лидерской сетью» во главе с корпоративной креативной элитой и представителями высшего руководства, обладающими лидерскими качествами. Таким образом, формируется лидерский тип корпоративного управления, состоящий в целенаправленном формировании и функционировании

соответствующей «лидерской сети». В связи с этим, лидер – это руководитель, способный разграничивать личные и профессионально-деловые отношения, поскольку бизнес есть точное соотношение частей, или экономических квантов, поэтому «впускать» в него эмоции и чувства следует с большой осторожностью [5].

Важно подчеркнуть, что такие понятия, как лидер, лидерство и лидерский тип корпоративного управления есть звенья одной цепи. Если «лидер» представляет собой набор определенных свойств и качеств, формирующих харизму личности, то «лидерство» есть не что иное, как личностная харизма в действии; длительное функционирование харизмы как специфического не вещественного актива субъекта-лидера формирует лидерский, или харизматический тип (стиль) корпоративного управления. Учитывая естественную способность лидера к производству созидательных смыслов, резонно подчеркнуть, что именно лидер является высокоэффективным производителем и пользователем новейших экономических знаний. Он является носителем творчески-трудовой энергии высокого уровня.

Очевидно, что в современной корпорации именно директор по управлению корпоративными знаниями должен обладать лидерскими качествами. В связи с этим ему также должны быть присущи «способности к управлению процессами, связанными со знаниями; коммуникативные способности, позволяющие расширять круг людей, работающих со знаниями; стратегическое мышление, благодаря которому обеспечивается системно-комплексный подход к созданию, распространению

нию и использованию знаний, необходимых для реализации стратегических и тактических задач корпорации; понимание сущности и роли инструментов и технологий, обеспечивающих быструю передачу данных и информации и их трансферт в знания; личное поведение, демонстрирующее реальную направленность действий на все аспекты развития активов знаний; личные знания и познавательные способности, характеризующие состояние и динамизм потенциала руководителя» [6, с.162].

В-седьмых, лидерство в рамках современной корпорации есть функционирование соответствующих субъектов в условиях высокого уровня личностной и коллективной экологии. Суть данного положения заключается в том, что каждый должен делать то, на что он в большей степени способен. «Человек – не машина в том смысле, что он не может всегда функционировать с одной и той же эффективностью; он может идеально и целиком отвечать требованию внешней необходимости лишь в том случае, если адаптирован и к своему внутреннему миру, то есть если он живет в ладу с самим собой. И наоборот, он может адаптироваться к своему внутреннему миру и жить в ладу с самим собой только тогда, когда приспособлен и к условиям окружающего мира. Опыт показывает, что ту или другую из этих функций можно игнорировать лишь на время» [10, с. 90].

Для решения отмеченных задач субъект управления должен быть не просто менеджером по управлению знаниями, и даже не руководителем, например, директором по управлению знаниями, а «когнитивным» лидером, обладающим определенным набором

соответствующих знаний и компетенций. При этом лидеры, управляющие знаниями, должны все чаще ставить задачи и решать проблемы, требующие одновременного достижения противоположных целей, например, стабильности и перемен, консервативности и смелости, низких затрат и высокого качества, получения краткосрочных результатов и достижения стратегических целей. При этом в центре внимания лидеров должны быть, прежде всего, нематериальные факторы, связанные с человеческими отношениями в корпорации. В центре внимания лидеров должен находиться именно культурный капитал, что требует от них быть более чувствительными к человеческим, психологическим и другим проблемам сотрудников [6].

Важно подчеркнуть, что отличие наших оценок корпоративного лидера от тех характеристик, которые уже существуют в зарубежной и отечественной экономической литературе, заключается именно в когнитивном ракурсе проблемы. Другими словами, речь идет о лидерстве в системе отношений воспроизводства корпоративных знаний, а не «в целом», где когнитивные аспекты оказываются несколько размытыми, теряющими свою актуальность. Теперь можно дать целостную характеристику «качественной целостности» личности лидера в когнитивной экономике в целом, а также действующего в рамках современной корпорации.

Содержание данной целостности отражает весь предыдущий анализ проблемы, а также охватывает ряд новых проблемных исследовательских постановок. Кроме того, важно подчеркнуть не только системный харак-

тер соответствующих оценок, но и их междисциплинарность, что превращает лидерство в «клубок» гуманитарных, социокультурных, социальных и экономических отношений и взаимодействий. Общая характеристика личности корпоративного лидера представлена на рисунке.

Можно заключить, что бытующие в современной литературе общие оценки и характеристики лидера как специфического субъекта социально-экономических отношений существенно дополняются и модифицируются, приобретая новое качество, оценками ли-

дера как субъекта когнитивных взаимодействий. А поскольку современная динамика потребностей в масштабных и радикальных экономических инновациях требует принципиально новых форм и способов внутрифирменных трансакций, то лидерство здесь приобретает качественно новые аспекты формирования и функционирования.

Таким образом, целостная характеристика личности лидера в современной экономике знаний включают следующие ключевые звенья-элементы: во-первых, лидер является собственником уникального интеллекту-

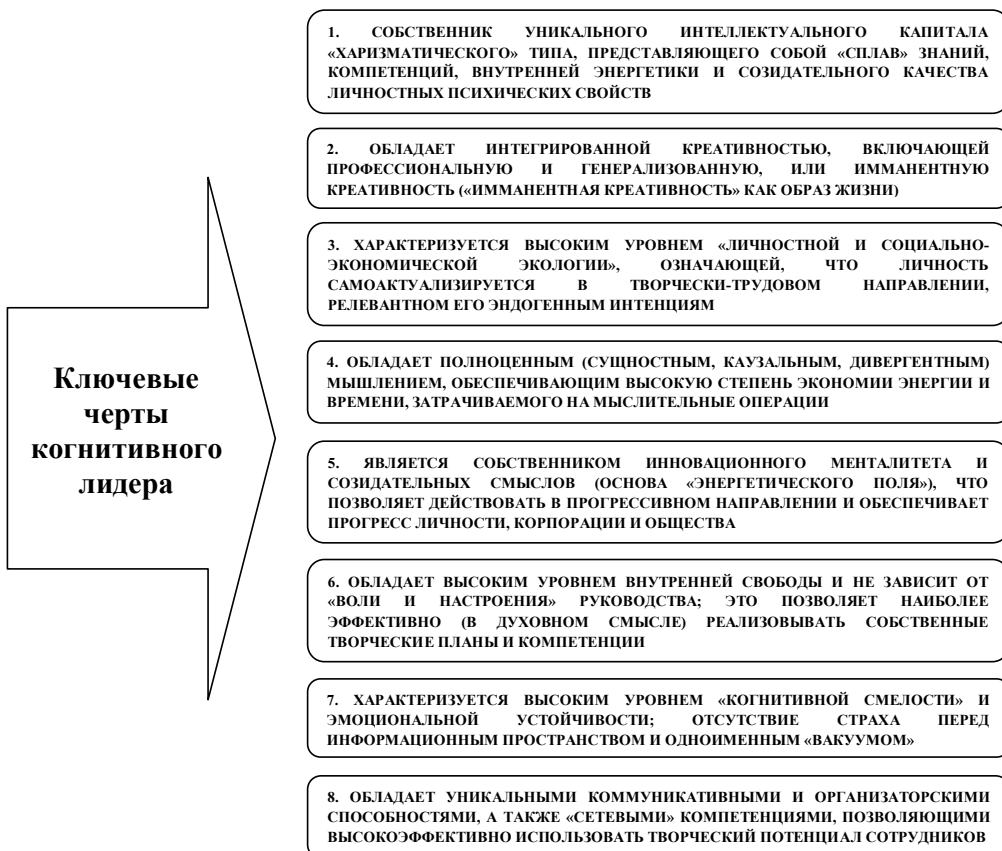


Рис. Общая характеристика личности корпоративного лидера в современной экономике знаний

ального капитала харизматического типа, характеризуемого как «энергетический магнетизм»; во-вторых, он обладает интегрированной и имманентной креативностью мышления и поведения, что непосредственно увязывается с образом жизни личности; в-третьих, лидер характеризуется высоким уровнем личностной и социально-экономической экологии, обеспечивающей высокую энергетическую активность творчески-трудовой деятельности; в-четвертых, лидер обладает каузальным и дивергентным экономическим мышлением, обеспечивающим перманентное сокращение эндогенных трансакционных издержек; в-пятых, лидер характеризуется наличием инновационной ментальной модели восприятия и осмысления новой информации, а также развитой потребностью в самообновлении и самоактуализации; в-шестых, он обладает высоким уровнем внутренней свободы и способен самостоятельно выстраивать личностную и корпоративную стратегию экономической деятельности; в-седьмых, лидеру присущ высокий уровень «когнитивной смелости» и эмоционально-волевой устойчивости; в-восьмых, лидер обладает уникальными «сетевыми» компетенциями, а также высокообразованными организаторскими коммуникативны-

ми способностями. Названные социально-экономические и экономико-психологические качества в системе формируют и развивают лидерский тип личности и лидерскую форму собственности на интеллектуальный капитал, или лидерский когнитивный капитал определенного субъекта.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Гапоненко А.Л., Орлова Т.М. Управление знаниями: как превратить знания в капитал. – М.: Эксмо, 2008. – 400 с.
2. Друкер П. Эффективный руководитель. – М.: И.Д. Вильямс, 2010. – 224 с.
3. Коттер Дж. П. Истинная роль лидера // Лидерство. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – С. 48–75.
4. Кричевский Р.Л. Психология лидерства. – М.: Статут, 2007. – 197 с.
5. Менегетти А. Психология лидера. – М.: Онтопсихология, 2002. – 217 с.
6. Мильнер Б.З. Управление знаниями в корпорациях / Б.З. Мильнер, З.П. Румянцева, В.Г. Смирнова и др. – М.: Дело, 2006. – 304 с.
7. Фукуяма Ф. Великий разрыв. – М.: АСТ, 2008. – 476 с.
8. Хейфец Р.А., Лаури Д.Л. Работа лидера // Лидерство. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – С. 192–221.
9. Цаплин В.С. Разумное, но немыслящее. – М.: Крафт+, 2009. – 352 с.
10. Юнг К.Г. Об энергетике души. – М.: Академический проект; Фонд «Мир», 2010. – 297 с.