

УДК 331**Лидерство как инструмент стратегического управления****Романовская Елена Вадимовна**

Кандидат экономических наук, доцент,
Нижегородский государственный педагогический университет,
603004, Российская Федерация, Нижний Новгород, ул. Челюскинцев, 9;
e-mail: alenarom@list.ru

Бакулина Наталья Александровна

Студент,
Нижегородский государственный педагогический университет,
603004, Российская Федерация, Нижний Новгород, ул. Челюскинцев, 9;
e-mail: bakulinana@st.mininuniver.ru

Максимова Ксения Алексеевна

Студент,
Нижегородский государственный педагогический университет,
603004, Российская Федерация, Нижний Новгород, ул. Челюскинцев, 9;
e-mail: maksimova.1999.ksyu@mail.ru

Козлова Елена Павловна

Старший преподаватель,
Нижегородский государственный педагогический университет,
603004, Российская Федерация, Нижний Новгород, ул. Челюскинцев, 9;
e-mail: elka-a89@mail.ru

Аннотация

Глобальная экономика и мировые тенденции вызывают новые проблемы, пронизывающие корпоративную жизнь. Наряду с меняющейся экономической парадигмой политическая и экономическая неопределенность порождает растущий спрос на корпоративных лидеров с определенными видениями и авторитетом. Статья основана на сравнительном анализе и определениях современных теорий лидерства, таких как трансформационный и духовный. За анализом следует историческое исследование успешной модели лидерства. Это историческое сравнение имеет большое значение для создания и развития настоящих теорий. Цель статьи – представить исторические взгляды на лидерство в управлении и современные теории лидерства в области корпоративного стратегического управления. В статье сравниваются нынешние взгляды с успешным управлением, доказанным предыдущим опытом, указывая на общие признаки. Экономический спад последнего десятилетия подчеркнул важность лидерства как важной части корпоративного стратегического управления. Рассматриваемая на протяжении нескольких лет, эта тема должна быть пересмотрена, и анализироваться под разными

углами. Этот документ предлагает управленческий аспект и стратегический менеджмент, в частности. Среди прочего это мотивируется стремлением найти эффективные модели управления, которые могли бы помочь избежать экономических колебаний и последующих политических беспорядков в будущем.

Для цитирования в научных исследованиях

Романовская Е.В., Бакулина Н.А., Максимова К.А., Козлова Е.П. Лидерство как инструмент стратегического управления // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2018. Том 8. № 11А. С. 173-179.

Ключевые слова

Лидер, лидерство, заинтересованные стороны, стратегическое управление, экономика.

Введение

Существует множество теорий и подходов к лидерству, которые пытаются определить методологию определения и объективной оценки эффективности лидеров. Среди наиболее важных из них могут быть подходы как ситуативные, так и подходы действий в чрезвычайных ситуациях, трансформационное лидерство, транзакционное руководство, действия на основе теории и обработки информации [Симонов, 2017, 97].

Транзакционное лидерство основывается на мониторинге и контроле последователей и вознаграждении желательного поведения. Транзакционный лидер дает последователям то, что они хотят, в обмен на это получает то, что ему самому необходимо. Он использует два основных инструмента: условное вознаграждение и управление по исключениям.

Трансформационное лидерство основано на харизме лидера и внутренней мотивации его сотрудников. Его инструменты являются: идеализированное влияние (харизма), вдохновляющая мотивация, интеллектуальное стимулирование и индивидуальный подход [Сухарев, 2012, 198].

Многие крупные транснациональные компании стремятся иметь таких людей, чей стиль работы вдохновляет и мотивирует других. В такой концепции видно, что лидерство можно определить совсем по-другому. Компания «Bosch Diesel» дает свою интересную характеристику лидера, где лидером является тот, кто:

- прозрачен для других и выделяется своими качествами;
- тверд в своем поведении, что значит не сдаваться и не отступать перед препятствиями;
- умеет планировать и включает в этот процесс других сотрудников, коллектив и т. д.;
- ориентирован на цели и результаты.

Значение для заинтересованных сторон

Стратегические лидеры в конечном итоге отвечают за создание концепции и уровня организации, а также за разработку эффективных отношений между организацией и субъектами внешней среды [Ветрова, 2016, 41].

Какими качествами и характеристиками должен обладать истинный лидер? Он должен позволять другим людям наблюдать за ним и следовать за ним, без его прямого присутствия и подталкивать людей к чему-то.

Вопрос по-прежнему заключается в том, как люди узнают или идентифицируют лидера. Это кто-то, кто находится на самом высоком уровне в любой организации? Или это кто-то, кто обладает некоторыми характеристиками или особенностями, которых нет у других?

На сегодняшний день задача лидерства на всех организационных уровнях становится все труднее [Батаева, 2016, 109]. Возможно, слишком большая заслуга в организационном успехе и неудаче принадлежит лидерам, но среди ученых и практиков существует консенсус в отношении того, что это важно, и это действительно имеет значение.

Количество и тип заинтересованных сторон, оказывающих давление на организации, увеличилось с узкого внимания инвесторов и клиентов и теперь включает в себя такие заинтересованные стороны, как сотрудников, поставщиков и партнеров, а также сообщества и внешнюю среду.

Создание ценности для некоторых заинтересованных сторон может быть сделано с помощью инноваций и воображения, заново изобретая методы и системы, чтобы они приносили большую ценность всем заинтересованным сторонам [Яхонтова, 2011, 69].

Современные организации должны быть амбивалентными (т.е. способными выполнять и внедрять инновации), чтобы быть успешными из-за многочисленных экологических нагрузок, с которыми они сталкиваются, и потому, что они должны организовать разнообразную рабочую силу для выполнения этой работы.

Обсуждение разнообразия должно включать в себя множество тем. Что касается демографической кривой, это будет, по крайней мере, тема старения.

Чтобы добиться успеха в настоящее время и в будущем, лидерам придется проектировать организации, способные работать с все более разнообразной рабочей силой, работающей в сложной глобальной среде. Для руководства этими безграничными организациями требуются люди, которые признают, что люди и сообщества являются не только средством достижения организационных результатов, но и самоцелью. Нет недостатка в советах о том, как вести за собой, но, к сожалению, действенность и результативность этих рекомендаций сильно различается и варьируется в широких пределах, и неясно, какая часть этих рекомендаций может быть наилучшим образом применена для решения текущих проблем, учитывая многочисленные переменные составляющие [Гуляева, 2015, 69]. Современная рабочая сила продолжает разнообразно увеличиваться (по многим параметрам), усложняя задачу руководства во все более глобальной обстановке. Организации и их сложные глобальные цепочки поставок включают группы со всего мира, которые создают и поставляют продукты в разнообразные глобальные сегменты клиентов, работая в самых разных ситуациях, регулируя правила, культуру, политику и т.д. Кроме того, эти создаваемые человеком сложные системы становятся все более нестабильными и, следовательно, непредсказуемыми, что повышает риск и тревогу среди лидеров во всем мире. Итак, откуда он идет?

Противоположные точки зрения

В академическом мире и между научными кругами и внешним миром существуют важные различия в отношении основных концепций лидерства. Существуют противоположные точки зрения почти на все, что связано с руководством. Вывод, который следует из всего этого, состоит в том, что сейчас существуют разные подходы и перспективы явления лидерства [Довлатян, 2014, 65]. Различные мнения, которые существуют о лидерстве, могут быть связаны с неправильным восприятием, отсутствием эффективных методов исследования, сочетанием обеих причин или

просто с тем, что все эти взгляды являются правильными. Возможно, отсутствие консенсуса нельзя истолковать, как неспособность обнаружить истину, а как осознание того, что лидерство – это сложное понятие, которое даже поддерживает противоположные точки зрения.

Может быть:

- Лидерство является одновременно высокой позицией в организации или обществе, личной характеристикой и взаимоотношениями между лидерами и последователями;
- Лидерами частично рождаются и частично становятся;
- Некоторые лидеры добродетельны, а другие нет;
- Некоторые лидеры приспосабливают свой стиль к ситуации, а другие не изменяют его;
- Лидерство имеет значение, но небольшое.

Поэтому вопрос, как люди узнают или идентифицируют лидера, все еще актуален.

Универсального ответа на понятие лидерства не существует. Ответ можно найти только в том случае, если это явление действует независимо от его контекста, включает измеримые переменные и предсказуемые отношения. Можно начать с работы над метаанализом существующих теорий лидерства. Основные ограничения трансформационных и транзакционных теорий лидерства могут быть, по крайней мере, частично устранены путем интеграции ключевых конструкций и концепций из основанных на ценностях теорий лидерства, таких как руководство сотрудниками и духовное лидерство. Как только этот первоначальный шаг, наряду с интеграцией ключевых концепций из других соответствующих теорий лидерства будет завершен, исследователи могут приступить к проведению исследовательских исследований, которые являются исчерпывающими и охватывают ключевые аспекты, представленные в рамках будущих исследований лидерства. Этот «призыв к действию» предназначен для ученых-лидеров и практиков, чтобы они проводили грандиозные (всесторонние) исследования, которые включают фактические контексты, всеобъемлющее определение успеха [Толстихина, 2018, 473]. Перспектива заинтересованных сторон в том, чтобы синтезировать то, что работает и устранить то, что не работает в существующей области теории лидерства. Должны быть теории, которые объясняют, как лидеры могут создавать ценность для нескольких заинтересованных сторон, и исследователи должны иметь смелость «выкидывать» те теории, которые этого не делают. Это потребует ухода от установленных узких, обычно количественных подходов к исследованиям теории лидерства.

Историческое исследование – Томас Бата

История лидерства демонстрирует деятельность успешных предпринимателей, у которых имелись все известные и идентифицированные характеристики лидера. Томас Бата, всемирно известный предприниматель и основатель японской империи, связан с историей Чехословакии.

Ему удалось создать небольшую местную фирму крупной международной компании с внедрением новейших технологий в производстве, а также прогрессивными и современными методами управления компанией и ее сотрудниками. Даже опередив Великую Депрессию в 1930-х годах, он ожидал ее возможного воздействия и начал решать будущие проблемы с экспортом. Он попытался рационализировать производство, превратил свою ориентацию в легкую продукцию и диверсифицировал свой предпринимательский риск в создании собственных заводов за рубежом и заводов, которые выпускали дополнительные продукты для его обувного производства. Он всегда оценивал цены своих конкурентов, организовывал розничные магазины в зарубежных странах [Меметова, 2018, 195].

Что касается финансов, Томас Бата, задолго до Великой Депрессии, выплатил все свои кредиты, и, таким образом, его компания перестала быть зависимой от банков, у которой были свои финансовые проблемы в то время. Компания создала свою собственную кредитную систему, когда сами их сотрудники откладывали свои деньги на своих личных счетах. Помимо этого, Т. Бата увеличил экономию на операционном капитале и стремился к их быстрому распространению. За свою финансовую стабильность и независимость во время депрессии Томасом Бата восхищались другие чехословацкие предприниматели, и многие люди пытались подражать ему. Очевидно, что среди наиболее успешных последователей были в основном его бывшие сотрудники [Мизиковский, 2015, 138].

В начале Великой Депрессии многие чехословацкие экономисты и банкиры не верили, что Бата успешно ее преодолет. Компания была достигнута кризисом в относительно хорошем экономическом состоянии. Несмотря на огромные финансовые потери Томас Бата добился большой рационализации производства, увеличения продаж и расширения своих дочерних компаний в разных странах. Ему удалось укрепить позицию своей компании в бывшей Чехословакии, а также в международном обувном бизнесе. Из-за депрессии компания ускорила рост и динамизм. Этот экономический успех позволил ему вести бизнес в других промышленных направлениях. Компания Бата вышла из Великой Депрессии еще более успешной, чем любая другая компания в бывшей Чехословакии.

Заключение

Лидерство как феномен, который участвует в экономическом успехе крупных корпораций, является предметом соответствующей направленности экономической теории. Ученые и исследователи постоянно интересуются такими вопросами, как: можно ли добиться такого качества или нет, какое требуется образование, и в какой степени это индивидуальная предрасположенность человека. По нашей оценке, исследования в этой сфере будут носить качественный характер. В данной статье был выбран тот же подход.

Библиография

1. Батаева Б. Лидерство в условиях неопределенности и эмоциональное лидерство // Проблемы теории и практики управления. 2016. №10. С. 107-111.
2. Ветрова Е.Н., Лапочкина Л.В. Трансформация промышленного развития на современном этапе развития экономики // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. 2016. № 3(245). С. 38-47.
3. Гуляева А.А., Борисов В.Д. Высокоэффективное лидерство. Видение лидерства в России // Молодежный научный форум: общественные и экономические науки. 2015. №9(28). С. 67-72.
4. Довлатян Г.П., Макеева Е.И., Макаришина Д.В. Управление стратегическими решениями при управлении внутренней средой предприятий // Современные фундаментальные и прикладные исследования. 2014. №2(13). С. 63-67.
5. Меметова Э.Ф., Османов И.Х. Взаимосвязь между стратегическим управлением и руководством // Синергия Наук. 2018. №4. С. 191-197.
6. Мизиковский И.Е. Технология и организация управленческого учета на предприятии. Нижний Новгород, 2005. 150 с.
7. Симонов К.В. и др. Социально-экономические и политические аспекты инновационных преобразований. М.: Проспект, 2017. 144 с.
8. Сухарев О.С. Структурный анализ экономики. М.: Финансы и статистика, 2012. 216 с.
9. Толстихина Д.Б., Чаплина А.Н. Модель взаимодействия стейкхолдеров со стратегическим управлением бизнеса // Современные вызовы и реалии экономического развития России. 2018. С. 472-474.
10. Яхонтова Е.С. Новая парадигма лидерства в экономике знаний и кризис лидерства в России // Менеджмент сегодня. 2011. №2. С. 66-78.

Leadership as a tool of strategic management

Elena V. Romanovskaya

PhD in Economics, Associate Professor,
Nizhny Novgorod State Pedagogical University,
603004, 9, Chelyuskintsev st., Nizhny Novgorod, Russian Federation;
e-mail: alenarom@list.ru

Nataliya A. Bakulina

Graduate Student,
Nizhny Novgorod State Pedagogical University,
603004, 9, Chelyuskintsev st., Nizhny Novgorod, Russian Federation;
e-mail: bakulinana@st.mininuniver.ru

Kseniya A. Maksimova

Graduate Student,
Nizhny Novgorod State Pedagogical University,
603004, 9, Chelyuskintsev st., Nizhny Novgorod, Russian Federation;
e-mail: maksimova.1999.ksyu@mail.ru

Elena P. Kozlova

Senior Lecturer,
Nizhny Novgorod State Pedagogical University,
603004, 9, Chelyuskintsev st., Nizhny Novgorod, Russian Federation;
e-mail: elka-a89@mail.ru

Abstract

The global economy and the worldwide trends bring new challenges permeating the corporate life. Along with the changing economic paradigm, the political and economic uncertainty brings about an increased demand for corporate leaders with visions and authority. Methodology/methods: the paper is based on comparative analysis and definitions of the state-of-the-art theories of leadership such as transformational, and spiritual. The analysis is followed by the historic case study of a successful model. This historical comparison is of importance for creating and developing present theories. Scientific aim: The paper aims to present the historical views on leadership in management, and the modern theories of leadership in the corporate strategic management. Next, it compares the present views with the successful management proven by previous experience pointing out the common signs. A telling example is brought of a historic Czech industrial enterprise and its undisputable leader. The economic recession of the last decade has stressed the importance of leadership as a significant part of the corporate strategic management. Viewed from a distance of several years, this topic should be reconsidered and the situation analyzed from different angles. This paper offers the managerial aspect and that of the strategic management in particular. Among

others, this is motivated by an effort to find effective models of management that could help avoid economic fluctuations and subsequent political disturbances in the future.

For citation

Romanovskaya E.V., Bakulina N.A., Maksimova K.A., Kozlova E.P. (2018) Liderstvo kak instrument strategicheskogo upravleniya [Leadership as a tool of strategic management]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 8 (11A), pp. 173-179.

Keywords

Leader, leadership, stakeholders, strategic management, economics.

References

1. Bataeva B. (2016) Liderstvo v usloviyakh neopredelennosti i emotsional'noe liderstvo [Leadership in the face of uncertainty and emotional leadership]. *Problemy teorii i praktiki upravleniya* [Problems of theory and practice of management], 10, pp. 107-111.
2. Dovlatyan G.P., Makeeva E.I., Makarishina D.V. (2014) Upravlenie strategicheskimi resheniyami pri upravlenii vnutrennei sredoi predpriyatii [Management of strategic decisions in the management of the internal environment of enterprises]. *Sovremennye fundamental'nye i prikladnye issledovaniya* [Modern fundamental and applied research], 2(13), pp. 63-67.
3. Gulyaeva A.A., Borisov V.D. (2015) Vysokoeffektivnoe liderstvo. Videnie liderstva v Rossii [Highly effective leadership. Vision of leadership in Russia]. *Molodezhnyi nauchnyi forum: obshchestvennye i ekonomicheskie nauki* [Youth Scientific Forum: social and economic sciences], 9(28), pp. 67-72.
4. Memetova E.F., Osmanov I.Kh. (2018) Vzaimosvyaz' mezhdru strategicheskim upravleniem i rukovodstvom [The relationship between strategic management and leadership]. *Sinergiya Nauk* [Synergy of Sciences], 4, pp. 191-197.
5. Mizikovskii I.E. (2005) *Tekhnologiya i organizatsiya upravlencheskogo ucheta na predpriyatii* [Technology and organization of management accounting in the enterprise]. Nizhniy Novgorod.
6. Simonov K.V. et al. (2017) *Sotsial'no-ekonomicheskie i politicheskie aspekty innovatsionnykh preobrazovaniy* [Socio-economic and political aspects of innovative transformations]. Moscow: Prospekt Publ.
7. Sukharev O.S. (2012) *Strukturnyi analiz ekonomiki* [Structural analysis of the economy]. Moscow: Finansy i statistika Publ.
8. Tolstikhina D.B., Chaplina A.N. (2018) Model' vzaimodeistviya steikholderov so strategicheskim upravleniem biznesa [Model of interaction of stakeholders with the strategic management of business]. *Sovremennye vyzovy i realii ekonomicheskogo razvitiya Rossii* [Modern challenges and realities of economic development of Russia], pp. 472-474.
9. Vetrova E.N., Lapochkina L.V. (2016) Transformatsiya promyshlennogo razvitiya na sovremennom etape razvitiya ekonomiki [Transformation of industrial development at the present stage of economic development]. *Nauchno-tekhnicheskie vedomosti Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo politekhnicheskogo universiteta. Ekonomicheskie nauki* [Scientific and technical statements of the St. Petersburg State Polytechnic University. Economics], 3(245), pp. 38-47.
10. Yakhontova E.S. (2011) Novaya paradigma liderstva v ekonomike znaniy i krizis liderstva v Rossii [New Leadership Paradigm in the Knowledge Economy and the Leadership Crisis in Russia]. *Menedzhment segodnya* [Management Today], 2, pp. 66-78.