

В. Н. Яковчук

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО», г. Минск
кандидат социологических наук, доцент, *v.n.yakovchuk@mail.ru*

О ЛИЧНОСТНЫХ КАЧЕСТВАХ БИЗНЕС-РУКОВОДИТЕЛЯ В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

АННОТАЦИЯ: В условиях формирования информационного общества, цифровой трансформации экономической и других сфер жизнедеятельности повышается роль социального управления и конкретной личности руководителя. Социологический подход в изучении качеств личности помогает выявлению гуманитарных ресурсов повышения конкурентоспособности экономики.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: социологический подход, структура личности, социальное управление, Четвертая промышленная революция, формы обучения руководителей, инновационность мышления, готовность к переменам, гуманитарный ресурс экономики.

Проблема адекватности личностных качеств руководителя, бизнесмена тем требованиям, которые возникают перед обществом на каждом этапе его социально-экономического и научно-технологического развития, находятся в поле зрения социально-гуманитарных наук. Актуальной задачей современного развития общества выступает включение личностного фактора в экономическое развитие как важного гуманитарного ресурса национальной экономики.

Социологический подход в изучении личности основан на рассмотрении ее как многоуровневой социальной системы в разных измерениях. В одном случае это выделение иерархии основных подструктур личности в направлении от биологических свойств личности к социальным свойствам (К. К. Платонов). В данном измерении на первом, биологическом уровне важнейшими конституционными свойствами личности выступают скорость нервных процессов, половозрастные свойства. На втором, биосоциальном уровне – особенности мышления, памяти, восприятия, внимания. На третьем, социобиологическом уровне – умения, знания, навыки, привычки. На четвертом, социальном уровне – убеждения, мировоззрения, интересы, личностные смыслы.

В другом случае при рассмотрении личности как социальной системы в ее структуре выделяют две важнейшие подсистемы – внутреннюю и внешнюю (Г. Е. Зборовский). Первая подсистема включает в себя мир личности, «скрытый» для других людей. Это знания человека, его потребности, интересы, мотивы, установки и т. д. Вторая подсистема представляет собой деятельный мир личности, открытый для людей. Это внешне проявляемое социальное поведение в сферах экономики, политики, образования, семьи, быта, досуга и т. д. Связующим звеном названных подсистем структуры личности, ее ядром автор определяет образ жизни.

Личность руководителя выступает ключевым элементом социального управления – сферы человеческой деятельности, связанной с воздействием на общество в целом, его подсистемы и структуры с целью сохранения их качественных параметров, упорядочения, трансформации, дальнейшего развития. Возникнув в результате общественного разделения труда и общественной кооперации, социальное управление, в отличие от управления техническими или биологическими объектами, предполагает взаимодействие руководителя с различными социальными системами – людьми, социальными организациями, социальными процессами и т. д.

О сложности социального управления свидетельствуют различные подходы в определении содержания данного класса управленческой деятельности. Управление рассматривают, во-первых, как особое искусство работы с людьми на основе личностных

качеств руководителя и опыта его работы, во-вторых, как науку или часть человеческого знания, в-третьих, как особую функцию целенаправленной человеческой деятельности, в-четвертых, как процесс последовательного взаимодействия по планированию, организации, мотивации, контролю деятельности других людей, в-пятых, как наличие обученных управленческих кадров со своим стилем и методами работы, в-шестых, как функционирующий управленческий аппарат или орган.

Современные социальные процессы, выступающие объектом социального управления, все в большей степени испытывают влияние информационно-коммуникационных технологий (ИКТ). Глобальным трендом стала цифровизация экономики.

Модель развития экономики, сформированная в индустриальную эпоху, базируется на приоритетном производстве и потреблении материальных благ. Прежнее акцентирование внимания в развитии экономики на материально-техническое оснащение производства, такие его показатели, как энергоемкость, материалоемкость, капиталоемкость, в сегодняшних реалиях уже недостаточно и не может обеспечивать перспективы экономического развития, его конкурентные преимущества. На смену индустриальной модели приходит информационная модель развития экономики, в которой приоритетное место занимает производство и потребление информационных ценностей. Вместо накопления финансовых и вещественных факторов производства на первый план выходит накопление и потребление информации, ИКТ, человеческого капитала. Возрастает значение таких социальных факторов, как интересы работников, их знания, умения, навыки, поскольку именно человек выступает носителем информации и нового знания [1].

Происходящие изменения в технологическом укладе современных обществ настолько революционны и динамичны, что это позволяет широкому экспертному сообществу говорить о смене прежней промышленной (компьютерной, цифровой) революции новой, Четвертой промышленной революцией. Известный эксперт, президент Всемирного экономического форума в Давосе Клаус Шваб отличительным признаком Четвертой промышленной революции считает объединение физической, цифровой и технологической реальности в новую реальность высоких скоростей, широких возможностей, системных последствий [2].

Базисом наступающей Четвертой промышленной революции называют масштабное внедрение новых прорывных технологий: элементов искусственного интеллекта, машинного обучения, машинного зрения, интернета вещей, систем больших данных, туманных вычислений, виртуальной и дополненной реальностей, облачных технологий, 3D-принтеров и др. [2, с. 22]. Для обозначения скачкообразного изменения высоких технологий и их широкого применения в промышленности популярным стал слоган «Industry 4.0», выражающий стратегическое направление современной промышленной политики и впервые сформулированный в 2011 году правительством ФРГ. Подтверждением того, что в мире действительно наступает новый качественный этап в технико-технологическом перевооружении среды человеческой жизнедеятельности, являются взрывные темпы развития новой промышленной революции, ее влияние на глубинные преобразования во всех сферах общества, системное воздействие на экономику, социум, культуру и т. д.

Происходящие технологические и социальные трансформации вызывают особые требования к личностным качествам лидеров бизнеса. Современному руководителю, чтобы угнаться за быстрыми переменами, нужно постоянно учиться, повышать свой личностный уровень компетенции, быть «вечным студентом». Авторы проведенного исследования различных форм обучения для руководителей-лидеров убеждены в этом. Их мнение состоит в том, что руководители в современном мире «...должны не только любить учиться, но и испытывать постоянную потребность в обретении новых знаний. Лидеры и руководители, с которыми мы общались в Кремниевой долине и других уголках мира, – отмечают исследователи, – отличаются незаурядными способностями к обучению. Вечных

студентов независимо от их возраста и сферы деятельности необходимость учиться чему-то новому не пугает, а радует» [3].

Вышеназванные авторы рассматривают разные точки зрения на наиболее эффективные формы обучения руководителей. Согласно одной из них на рынке образовательных услуг существует широкое предложение бизнес-школ с различными видами программ обучения, корпоративные университетские курсы, цифровые обучающие платформы и т. д. Все большее влияние на традиционные формы обучения оказывает интернет, расширяя возможности для учебы, делая ее более доступной. Вместе с тем исследователи отмечают, что известные им топ-менеджеры редко используют традиционные формы повышения знаний. Они считают, что «ни один курс, выбранный из каталога, не будет содержать инструменты для адаптации к изменениям» [3, с. 38].

Существует другой подход к получению инновационных знаний, который авторы называют «сетевым разумом». Его суть в том, чтобы обращаться за необходимыми советами, знаниями, рекомендациями к своим друзьям, знакомым, знакомым знакомых. Преимуществами такого подхода называют то, что при личном общении «...люди часто делятся наблюдениями, которые не излагают перед большой аудиторией, в письменном виде или онлайн... При такой форме обучения нельзя отсидеться на последней парте – придется делать «домашнюю работу». Даже если нет широких связей и знакомств в бизнес-среде, всегда можно найти экспертов, предпринимателей, «...людей, которые обогнали тебя на год, на два, на пять лет. Обязательно научись чему-то важному и оригинальному» [3, с. 38].

Российский ученый, декан Высшей школы менеджмента НИУ ВШЭ Сергей Филонович выступает сторонником полезности различных видов искусства (музыка, живопись, литература, поэзия, театр, кино и др.) для развития у человека интуитивного способа познания мира, который, по его убеждению, важен в бизнесе. Интуицию, которую нельзя обосновать логическими или эмпирическими доказательствами, «...можно приобрести различными способами: проводить научные эксперименты, заниматься творчеством и т. д. Если человек всерьез интересуется искусством... то тем самым он развивает свою интуицию. А с точки зрения конкуренции интуитивные решения самые устойчивые... Потому что их невозможно воспроизвести. Решения, основанные на логике, можно повторить, тогда как интуиция и опыт у каждого свои... Интуиция просто добавляет к арсеналу бизнесмена важный элемент – возможность увидеть явления под новым углом зрения» [4].

Суть механизма влияния интуиции на своеобразные «озарения» человеческого мозга С. Филонович объясняет тем, что неожиданные и вместе с тем самые успешные социальные проекты нередко рождаются в результате реакции человека на возникший диссонанс – «ощущение, что что-то здесь не так». Интуиция же «...позволяет фиксировать когнитивные и эмоциональные диссонансы, которые необходимы для порождения нового знания и новых идей» [4].

В информационном обществе особо востребованными, можно сказать, жизненно необходимыми становятся инновационные качества личности руководителя. Канадский журналист, писатель, автор популярных книг и мировых бестселлеров Малкольм Гладуэлл приходит к выводу, что инновационной личности присущи такие индивидуальные качества, как нетерпеливость, нестандартное мышление, развитое воображение. Исследователь на многочисленных жизненных историях показывает, что большинство успешных инноваций не состоялось бы, если бы люди не обладали способностью «смотреть на привычные вещи с необычной точки зрения», а «...если вы нетерпеливы, и у вас развитое воображение и нестандартное мышление, то вы сможете создавать инновации, встраивать их в существующие реалии и опережать конкурентов» [5].

Белорусский эксперт в вопросах управления человеческими ресурсами, бизнес-тренер Александр Мудрик доминирующими мировыми изменениями, которые «...окажут мощнейшее влияние на менеджмент организаций в ближайшие 20 лет», называет

глобализацию 2.0, климатические изменения, изменения демографической ситуации, цифровизацию в быту и бизнесе, технологический прорыв, индивидуализм и многообразие ценностей. Исходя из названных трансформаций, автор формулирует ключевые знания и компетенции лидера будущего. Среди них: концептуальное, стратегическое и критическое мышление, открытость для обмена знаниями, ориентированность на партнерство, владение современными технологиями и иностранными языками, комплексный подход к решению проблем, готовность к изменениям и развитию, умение мотивировать и создавать лояльность, разрешать и предотвращать конфликты, управлять разнотипными командами, быстро реагировать на изменения [6].

На наш взгляд, в условиях динамичной, быстро меняющейся, конкурентной среды, характерной для информационного общества, построение типичной ролевой модели бизнес-руководителя вряд ли представляется возможным. Тем не менее, рассмотренные базисные личностные качества могут формироваться и развиваться, если они востребованы обществом.

Важной особенностью успешного лидера остаются его индивидуальные черты. Автор биографии Стива Джобса Уолтер Айзексон считает, что личность С. Джобса «...определила стиль ведения бизнеса. Он действовал так, будто стандартные правила на него не распространяются, а свойственные ему в повседневной жизни страсть, энергию и эмоциональность переносил на создаваемые продукты. Его резкость и нетерпеливость проистекали из стремления к совершенству... Если мы хотим чему-то у Стива Джобса научиться, нужно не забывать, что ему удалось» [7]. Главными принципами С. Джобса, являющимися, по мнению биографа выдающегося лидера бизнеса, ключами к его успеху, выступают:

- принцип «не распыляйтесь» («Решить, чего не делать, столь же важно, как что делать»);
- «упрощайте» («Чтобы сделать что-то простое, понять, в чем состоят проблемы, и придумать красивое решение, нужно как следует потрудиться»);
- «отвечайте за все» («Люди заняты. Им есть о чем думать, кроме совместимости компьютеров и гаджетов»);
- «когда отстаеете, прыгайте вперед» («Если мы не съедем себя сами, это сделает кто-нибудь другой»);
- «ставьте на первое место продукт, а не прибыль» («Не думайте о стоимости, главное, определите, что компьютер будет уметь»);
- «изменяйте реальность» («Ты мог бы сократить загрузку [компьютера – Я. В. Н.] на 10 секунд, если бы от этого зависела чья-то жизнь?»);
- «внушайте» («Мы хотим, чтобы, когда вы открываете коробку с iPhone или iPad, тактильные ощущения задали тон для восприятия продукта»);
- «требуйте совершенства» («Ребята, вы положили последние девять месяцев своей жизни на этот дизайн, но мы его будем менять»);
- «работайте только с лучшими» («Я не держу людей в ежовых рукавицах, но если то, что они делают, – полный отстой, я говорю им это прямо. Быть откровенным – моя обязанность»);
- «объединяйте гуманитарные и естественные науки» («В школе я всегда считал себя гуманитарием, но мне нравилась электроника») и др. [7].

На процесс формирования личности руководителя для информационного общества важное влияние оказывают реальные экономические и технологические преобразования в стране. Зримыми результатами 2018 года в движении Республики Беларусь по пути информатизации явилось завершение перевода телевизионного вещания на HD-формат. 75,7 % населения страны пользуется услугами высокоскоростной мобильной связи стандарта LTE. Все городские учреждения образования обеспечены волоконно-оптическими линиями связи, что расширяет их возможности доступа к информационным

ресурсам, использования электронных образовательных технологий. Продолжается либерализация рынка почтовых услуг. В рейтинге Всемирного почтового союза 2018 года «Integrated Index for Postal Development» Республика Беларусь заняла 32-е место среди 173 стран мира [8].

Среди важнейших проектов информатизации страны в 2019 году – завершение создания компонентов Белорусской интегрированной сервисно-расчетной системы, развитие системы электронного правительства, строительство более 3 тыс. км волоконно-оптических линий связи. Вместе с тем «говорить о полном переходе в стране на оптоволокно все же преждевременно. Строительство оптоволокна до потребителя в частном секторе и в сельской местности – для операторов электросвязи более длительный и трудоемкий процесс, который потребует больше времени» [8, с. 35].

Важной чертой руководителя в условиях информатизации и цифровизации выступает способность осознавать значимость происходящих в мире трансформаций и адекватно оценивать место своей организации, отрасли, экономики, страны в мировых технологических трендах. Эксперт в области управленческого консалтинга Кирилл Туишев, оценивая главные вызовы для российского бизнеса в развитии современных технологий, отмечает, что «...успешному внедрению цифровых проектов мешают ошибочные представления управленцев о задачах и методах преобразований... Для разработки цифровых проектов нужны люди, и успеха добьются компании, которые смогут привлечь профессионалов, а также переобучить собственные кадры» [9]. По заявлению автора российские компании отстают от западных по уровню цифровизации на 5 – 8 лет. Для сравнения, представители белорусского экспертного сообщества оценивают отставание Беларуси от мировых лидеров цифровой экономики в 3 – 4 года [10].

Что касается национальной промышленности, то под влиянием информационных технологий данная отрасль экономики Республики Беларусь ориентирована на развитие роботизированных производств, «умных» заводов, основными преимуществами которых называются оптимизация производственных процессов и производственного ресурсосбережения, индивидуализация производства продукта под запросы потребителя, оптимизация труда. Однако в качестве ключевых барьеров для перехода республики к «Индустрии 4.0» называют все еще низкий уровень оцифрованности, а также недостаточные затраты предприятий на инновации [11].

Таким образом, наряду с технико-технологическими ресурсами информатизации белорусского общества не должна оставаться в стороне гуманитарная составляющая. Все более востребованной фигурой в информационной среде будет личность лидера-руководителя на разных уровнях экономической и социальной деятельности.

Список использованных источников

1. Голубев, С. Г. Вопросы развития информационной экономики в Республике Беларусь сквозь призму мирового опыта / С. Г. Голубев, В. К. Сугак // Стратегия развития экономики Беларуси: вызовы, инструменты реализации и перспективы : сб. науч. ст. : в 4 ч. – Минск, 2017. – Ч. 1. – С. 50–52.
2. Зубрицкая, И. А. Анализ мирового опыта цифровой трансформации промышленности: институциональная модель / И. А. Зубрицкая // Цифровая трансформация. – 2019. – № 1. – С. 21–35.
3. Хоффман, Р. Люди – лучший учебник. Чему могут вас научить ваши знакомые? / Р. Хоффман, К. Ие, Б. Касноча // Harvard Business Review. – Май 2019. – С. 37, 38.
4. Фуколова, Ю. Искусство парадоксов, или где искать новые идеи. Разговор с ученым / Ю. Фуколова // Harvard Business Review. – Май 2019. – С. 94–98.
5. Батыров, Т. Инноватор должен быть нетерпеливым / Т. Батыров // Harvard Business Review. – Январь-февраль 2019. – С. 16, 17.

6. Мудрик, А. Менеджер завтрашнего дня: новатор и стратег / А. Мудрик // Дело. – 2018. – № 3. – С. 28–30.
7. Айзексон, У. Вся правда о лидерстве Стива Джобса / У. Айзексон // Harvard Business Review. – Май 2012. – С. 83–92.
8. Злотник, Н. Ставка на ИКТ-сектор. В Беларуси созданы базовые условия для построения ИТ-страны и цифровой трансформации экономики / Н. Злотник // Экономика Беларуси. – 2019. – № 1. – С. 30–35.
9. Туишев, К. Цифровые иллюзии / К. Туишев // Harvard Business Review. – Июнь-июль 2018. – С. 36–39.
10. Ковалев, М. М. Цифровая экономика – шанс для Беларуси : монография / М. М. Ковалев, Г. Г. Головенчик. – Минск, 2018. – 327 с.
11. Воронин, С. М. Повышение конкурентоспособности промышленности на основе концепции «Индустрия 4.0» / С. М. Воронин, Н. Н. Морозова // Проблемы управления. – 2019. – № 1. – С. 15–20.