

Инструменты стратегического лидерства

К управлению на основе ценностей



Ядвига ЯСКЕВИЧ,
доктор философских наук,
профессор

На передний план современной науки, политики, экономики выдвигаются междисциплинарные и проблемно ориентированные формы исследовательской и практической деятельности. Организация таких подходов во многом зависит от определения приоритетных направлений, финансирования, подготовки кадров, их управленческой культуры. Это обусловлено трансформацией глобальной мировой экономики, ее переходом к VI технологическому укладу, необходимый компонент которого – инновационное развитие всех сфер жизнедеятельности национальных государств. Наряду с этим, выстраиваются методологические модели управленческой деятельности, опирающиеся на такие критерии, как рациональность, эффективность и продуктивность, ясность и согласие относительно поставленных целей, ибо только действия, достигающие цели или способствующие ее достижению, являются успешными в условиях инновационной экономики.

Рационализм неотвратим

Инновационная экономика – это рационально выстроенная экономика, основанная на знании и использовании высоких технологий, прозрачности и свободной конкуренции, инициации новых рынков и их разнообразии [1, с. 3–10].

Она отличается высоким уровнем развития фундаментальной и прикладной наук, наличием мощных интеллектуальных парков, привлекательным инвестиционным климатом и высокими инвестиционными ресурсами, конкурентоспособной продукцией на мировых технологических рынках, социально-политической стабильностью, высоким качеством жизни и человеческого потенциала, рационально-нравственным характером управленческой культуры в государстве.

Прорывы в инновационной экономике обеспечиваются определением приоритетных направлений в науке и промышленности, социальной сфере и их последующим финансированием, своеобразным синтезом фундаментальных и практико-ориентированных исследований, эффективным партнерством государства, бизнеса, академической и университетской науки. Путь к реализации таких комплексных программ невозможен без обращения к их рациональному обоснованию, нравственному наполнению и построению на этой основе прогнозных моделей развития экономики, управления и принятия адек-

ОБ АВТОРЕ

ЯСКЕВИЧ Ядвига Станиславовна.

Родилась в г. Борисове. В 1974 году окончила Белорусский государственный университет, после чего работала на кафедре марксистско-ленинской философии того же вуза преподавателем, доцентом, профессором.

С 1998 года – завкафедрой философии и культурологии Республиканского института высшей школы, с 2001 по 2005 год – проректор этого же вуза по учебной работе.

С 2005 года – директор Института социально-гуманитарного образования Белорусского государственного экономического университета.

Заместитель председателя Специализированного совета по защите диссертаций по философским наукам, член Специализированного совета по защите диссертаций по политическим наукам при БГУ.

Доктор философских наук (1992), профессор (1994).

Автор более 400 научных работ, в том числе 12 монографий и 15 учебников и учебных пособий.

Сфера научных интересов: философия и методология науки, социальная философия, философия политики, история и теория культуры.

ватных решений, обеспечения коммуникативного взаимодействия в инновационных процессах.

Обращение к критическому осмыслению происходящих событий перед лицом «глобального кризиса» актуализирует тему рациональности. Почти все ныне существующие бизнесмены и политики заняли рационалистическую и приближающуюся к ней позицию, идя к этому образу мыслей собственным путем – или по убеждению, или в силу веры в то, что рационализм не отвратит, или вовсе принимая его без рассуждений [2, с. 7–38].

Несмотря на специфику коммуникативного пространства (политическое, научное, экономическое), существуют общий предметно-смысловой континуум, «общий язык», общее правило, позволяющие осуществлять коммуникации, приспособив свой опыт и свой язык к опыту другого, чтобы не произошла «блокировка» общей коммуникационной системы из-за нашего неумения/нежелания принять ее «правила игры». Чтобы не прийти к «пределу доверия», надо быть внимательным и рациональным. В современном демократическом обществе важно, чтобы коммуникативная рациональность (рациональность общения) была ориентирована как на предпочтения инноваций, так и на необходимость ценностей компромисса, консенсуса, рационального дискурса и тем самым способствовала взаимному согласованию деятельности социальных субъектов, наработке и вписыванию в общественное развитие наиболее прогрессивных локально-коммуникационных практик, что приводит к реализации принципа социальной справедливости.

Рациональность современного общества с необходимостью проявляет себя в умении согласовывать частные и общие интересы в стремлении не доводить до крайности и конфронтации различные политические, экономические и духовные предпочтения, нейтрализовать их враждебные столкновения. Политико-экономический дискурс при этом использует рациональные стандарты языка науки и одновременно отвечает определенным общественным реалиям и социальным целям – политической эффективности, экономической выгоде и т.п. [3, с. 52–59].

Рациональность в экономической политике, поведение субъекта экономики (по-

требителя, производителя, правительства и т.д.) обычно соответствуют набору правил, относящихся к предпочтениям. В теории потребительского спроса, например, предполагается, что потребители подчиняются аксиомам рациональности и другим правилам, которые в совокупности образуют поддающуюся проверке теорию поведения потребителей. К таким аксиомам рациональности относятся аксиомы полноты, транзитивности и выбора. Рациональный выбор в идеале задает стратегию инновационного экономического развития общества, определяет его перспективные направления, социально-экономическую политику государства и соответственно детерминирует развитие политической коммуникации, формирование так называемой «медийной инноватики» как междисциплинарного направления современной культуры. Оно обеспечивает взаимосвязь процессов инноватизации и медиатизации современного информационного общества, его просвещение в области инновационной деятельности, позволяет задействовать культурно-медийные ресурсы в формировании политической и инновационной культуры [4].

Информационные потоки политической коммуникации выступают действующим механизмом формирования массовых настроений, общественного мнения, коллективных представлений, политических предпочтений. Коммуникация в сфере политики и экономики предполагает использование элементов и диалогической, и авторитарной, манипулятивной направленности. В последнем случае политическая коммуникация реализует свое экспрессивное начало, позволяющее достаточно четко воспринимать ее, интерпретировать и понимать. Здесь, в отличие от других сфер коммуникации, вряд ли уместно то или иное сообщение «прошептать», подать в мягкой, индифферентной форме. Мотивирующим и оптимизирующим средством политической коммуникации является ее ориентация на власть, подобно тому, как в науке таким средством и целью выступает истина, в экономике и бизнесе – деньги, прибыль, обогащение. Вместе с тем при всей специфике рациональной коммуникации в зависимости от ее принадлежности к тем или иным глобальным формам социальности – политике, экономике, науке и т.д., важно ее наполнение нравственным началом,

либеральными ценностями, идеалами согласия, толерантности, взаимопонимания и взаимоуважения. Как только нарушается эта «мера добра», тогда и возникает возможность «перекодировки» системы коммуникативной рациональности, ее перехода в свою противоположность. Например, когда политические решения регулируются не кодом власти, а кодом денег, возникает коррупция, когда для субъекта власти код личных предпочтений более значим, чем объективные критерии и показатели развития общества, возникает политический волюнтаризм, ведущий к рискованным ситуациям и принятию неадекватных управленческих решений.

Нравственные регулятивы

Важнейшим условием социальной жизни является «вотум доверия», без чего невозможны бизнес, политика, искусство, личная жизнь, консолидация и обеспечение единства общества, его цивилизационное развитие. Именно доверие и гражданская идентичность обеспечивают стабильность и реализацию нравственного вектора социальной динамики. При этом доверие в широком смысле слова означает взаимное доверие личности бизнесу, экономике, праву, государству и определяет механизмы формирования гражданской идентичности. Понятие гражданской идентичности собирает в себя такие исторически пред-

шествующие стадии, как «этническая», задающая принадлежность к роду, племени, клану; «статусная», на которой личность выступает как уже выделенный из рода индивид и занимающий определенное место в социальной иерархии; «ролевая», на которой личность идентифицируется по выполняемым ею социальным ролям и профессиональной востребованности; «проектная», на которой идентификация задается ее ответственностью, признанием и узнаваемостью личности в обществе, сетевом пространстве; «постчеловеческая», где идентичность выступает в синтезе свободы и ответственности, гражданской зрелости и жизненной компетентности, нравственности и взаимного доверия личности и социума [5, с. 76–78].

Неразрывная связь политической коммуникации и управленческих решений со стратегией экономической политики, с развитием рыночных отношений обуславливает необходимость разработки эффективных механизмов принятия рациональных решений и управления этим процессом на уровнях мегариска (международного или глобального), макрориска (внутреннего, странового) и микрориска (отдельных субъектов – политиков, экономистов, предпринимателей, фирм и т.п.) с учетом междисциплинарных подходов и стратегий [6, с. 118].

Современные модели принятия решений все в большей степени должны корре-

ПОДПИСКА НА ЖУРНАЛ

Идет подписка на «Беларускую думку» на I полугодие 2014 года!

«БЕЛАРУСКАЯ ДУМКА»

74938 – ИНДИВИДУАЛЬНАЯ ПОДПИСКА.

Стоимость: 1 мес. – 14 850 руб., 3 мес. – 44 550 руб.,
6 мес. – 89 100 руб.

749382 – ВЕДОМСТВЕННАЯ ПОДПИСКА.

Стоимость: 1 мес. – 34 947 руб., 3 мес. – 104 841 руб.,
6 мес. – 209 682 руб. (включая НДС).

**СТОИМОСТЬ ЖУРНАЛА ПО ПОДПИСКЕ –
ПОЧТИ В 2 РАЗА НИЖЕ РОЗНИЧНОЙ**

лизовать с ценностно-ориентированными моделями менеджмента – управления развитием человеческого капитала на основе ценностей, изменения культуры организаций и компаний, индивидуализации структуры управления с акцентом на роль лидера в управлении персоналом, его личностных и эмоциональных качеств, установок на сотрудничество, понимание, согласие и высокий профессионализм. Динамика менеджерских моделей демонстрирует сегодня инновационные прорывы от управления по инструкциям (Managing by instructions – MBI) к управлению по целям (Managing by objectives – MBO) и, наконец, к управлению на основе ценностей (Management by values – MBV) [7].

Модель управления на основе ценностей как устойчивой системы убеждений о предпочтительных принципах поведения, требованиях организационной жизни и нравственных регулятивов позволяет эффективно, творчески и ответственно решать сложные вопросы, приспосабливаться к неопределенности, работать на взаимном доверии и преданности делу компании. Вопрос заключается в том, «как сохранить человеческий облик в ситуации, когда господствующая идеология либерализма принципиально отрицает мораль как таковую, а резкое ухудшение условий жизни создает сильнейший соблазн избавиться от моральных норм, сохраняющихся «по инерции» [8, с. 17].

Необходимы нравственные повороты в динамике модели управления на основе ценностей. Сегодня обладание солидным человеческим капиталом, стремление получить опытных и образованных сотрудников создает конкурентный рынок, а руководители, игнорирующие влияние персонала и корпоративной культуры, рискуют быть невостребованными. Эффективное управление персоналом становится ключевым показателем [9]. А такие принципы управления им, как разумное использование ресурсов компании, эффективные коммуникационные планы, гибкая корпоративная культура, основанная на сотрудничестве, четкая политика вознаграждений и отчетности, оказывают наибольшее влияние на акционерную стоимость, повышают корпоративную производительность и проч. Как показывают исследования международной компании Watson Wyatt Consulting, Индекс



человеческого капитала (HCI), оценивающий различные методы и принципы управления персоналом и принятия решений, подтверждает четкую взаимосвязь между эффективностью сотрудников компании и высоким доходом акционеров.

Эффективные методы и принципы управления персоналом, конкурентная стратегия по повышению качества работы, гибкость и инновационность в PR-политике приносят большую рентабельность инвестиций, чем новые технологии и разработки. Семилетнее исследование Management Today, проведенное в Великобритании Институтом персонала и развития, показало, что от управления персоналом зависит 19% различий в производительности между компаниями и 18% различий в объемах дохода, что выше влияния НИОКР. Инновационная модель управления на основе ценностей, несомненно, требует реорганизации культуры предприятия в целом, внедрения и развития новых убеждений и приоритетов среди сотрудников на всех уровнях.

Такие приоритетные корпоративные ценности в деятельности персонала, как креативный подход при решении сложных вопросов, умение находить быстрые решения в условиях неопределенности, самостоятельность и ответственность, самоконтроль, преданность компании, взаимное доверие обеспечивают эффективное функционирование организации, ее рост, конкурентоспособность, личностное развитие сотрудников, их мотивированность на успех, продвижение и благополучие. «Основа успеха – сотрудники. Именно поэ-

тому они вознаграждаются за преданность, высокие достижения и личностный рост, опираясь на три долгосрочные инициативы компании: предоставление сотрудникам права покупки акций компании, вручение наград за профессиональные достижения и постоянное обучение, тренинг» [7, с. 52]. В реальной практике утверждаются системы корпоративных ценностей, управление на основе ценностей. Председатель банка «Уралсиб» считает новым инструментом стратегического лидерства такой тип управления, когда ключевой корпоративной ценностью выступает самосознание, предполагая, что ясное понимание своих внутренних побуждений, желаний и намерений, своего места в мире, обществе и семье, в профессии и компании наполнит работу и жизнь сотрудников смыслом [10].

Высокие личностные качества руководителей-управленцев, их привлекательный имидж и глубокий профессионализм создают основу развития эффективной экономики и бизнеса. «В бизнесе, как и в любом другом виде человеческой деятельности, особенно в высших ее проявлениях, высокая роль личности. Именно от личности зависит выбор и принятие решения в важных и критических управленческих ситуациях,

которые определяют, по какому пути пойдет основное развитие» [11, с. 618].

При принятии управленческих решений необходимо иметь в виду, что в условиях синергетической открытости, «в точках исторических переломов даже самое слабое воздействие может оказаться решающим. Каждый из нас, – подчеркивает Михаил Делягин, – может стать соломинкой, ломающей спину верблюда, – и мы обязаны использовать все имеющиеся или кажущиеся возможности до последней» [8, с. 13]. Философия управления на основе поощрения самоконтроля, креативного решения сложных ситуаций, высокой потребности к самостоятельности и ответственности, творческого участия и взаимного доверия и означает управление на основе ценностей и развития человеческого потенциала.

Современная инновационная модель экономики и управления должна выстраиваться в контексте коммуникативной рациональности и наличия множества синергетических факторов, когда необходимо учитывать изменение информации о событиях, определять вероятность реализации многообразных вариантов принимаемых решений и социально-политических рисков, ориентироваться на нравственные регулятивы и ценности, идеалы доверия, сотрудничества и ответственности. В условиях радикально меняющегося рынка, возрастающей сложности и стремительной трансформации делового мира, его глобальных технологических перемен косные, одномерно-линейные модели менеджмента с иерархическим управлением вступают в противоречие с системой деятельности современных компаний. Принятие управленческих решений в духе командно-административной практики, жесткой иерархии и безоглядного следования инструкциям не вписывается в логику современного бизнеса, требующего инновационного и творческого подхода, гибкой мобильности, ориентированности на корпоративную культуру и интересы клиента.

Таким образом, модель управления на основе ценностей является своего рода вызовом современной экономике. Она предъявляет системе управления человеческим капиталом необходимость ее переориентации на субъект-субъектные отношения и принятия решений на основе нравственной культуры. ■

ЛИТЕРАТУРА

1. Шимов, В.Н. Направления структурной трансформации промышленного комплекса страны в контексте мировых тенденций / В.Н. Шимов // Научные труды Белорусского государственного экономического университета. – Минск: БГЭУ, 2010. – С. 3–10.
2. Оукшот, М. Рационализм в политике и другие статьи / М. Оукшот; пер. с англ. – М.: Идея-Пресс, 2002. – 288 с.
3. Коммуникативная рациональность: эпистемологический подход / под ред. И.Т. Касавина, В.Н. Поруса. – М.: ИФ РАН, 2009. – 215 с.
4. Залесский, Б.Л. Медийная инноватика: взгляд в будущее / Б.Л. Залесский // *Europejska nauka XXI wieka* – 2012: materiały VIII Międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji. – Volume 12. Filologiczne nauki. – Przemysł: Nauka i Studia, 2012 – С. 43–51.
5. Тульчинский, Г.Л. Доверие и гражданская идентичность как факторы консолидации российского общества / Г.Л. Тульчинский // *Философские науки*. – 2012. – № 11. – С. 76–88.
6. Яскевич, Я.С. Политический риск и психология власти / Я.С. Яскевич. – Минск: Право и экономика, 2011. – 298 с.
7. Долан, С. Управление на основе ценностей. Корпоративное руководство по выживанию, успешной жизнедеятельности и умению зарабатывать деньги в XXI веке / С. Долан, С. Гарсия. – М.: Претекст, 2008. – 313 с.
8. Делягин, М.Г. В жерновах глобальной депрессии / М.Г. Делягин // *Свободная мысль*. – 2013. – № 1 (1637). – С. 5–18.
9. Веряскина, В.П. Управление развитием человеческого капитала: модели менеджмента и практика / В.П. Веряскина // *Философские науки*. – № 6. – 2012. – С. 7–21.
10. Зубова, Е. Корпорация самопознания / Е. Зубова // *Forbes*. – 2013. – № 04 (109). – С. 96–99.
11. Литвак, Б.Г. Великие управленцы / Б.Г. Литвак. – 2-е изд., доп. – М.: Наука-Пресс, 2006. – 774 с.