

ЛИДЕРСТВО КАК УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ТЕХНОЛОГИЯ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ В ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ

© Александр Владимирович СУНДУКОВ

Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина,
г. Тамбов, Российская Федерация, соискатель, кафедра менеджмента
и маркетинга, e-mail: syndykof@yandex.ru

Анализируется понятие лидерства с точки зрения управленческой технологии формирования и развития организации в информационной экономике. Делается акцент на относительно новых управленческих направлениях деятельности менеджера – информационный менеджмент и построение релевантной информационной культуры организации. Цель научного исследования заключалась в идентификации новых внутренних точек роста современных компаний, работающих в высокотурбулентных условиях глобальной экономики. Методологической базой исследования выступили информационно-статистический анализ зарубежных исследований и литературы, корреляционный анализ и синтез, наблюдение. Делается вывод о необходимости формирования новых компетенций менеджера: управления информационным прессингом и большими данными (BigData). Сформулировано предположение, что информационная / виртуальная оболочка компании сможет в ближайшее время генерировать значительный рост добавочной стоимости конечного продукта.

Ключевые слова: лидерство; информационная экономика; информационная культура; ИТ-системы; информационный прессинг.

Проблематика лидерских практик всегда оказывалась в центре многих научных и практических дискуссий. Такой интерес не случаен, поскольку во все времена ценились лидерские качества и потенции в человеке в любых социальных, экономических или житейских плоскостях.

В условиях становления нового типа информационной экономики, когда компании все больше вовлекаются в образование виртуальных систем извлечения дополнительной прибыли, требуется новый формат лидерства, способный объединить разобщенные структуры формирования добавленной ценности в экономике, а также переместить зону ответственности на локальные точки функциональной активности.

Результатом доминирования информационной экономики является формирование отдельного сегмента уверенно развивающихся компаний, работающих исключительно посредством виртуального обеспечения и продающих информационный контент и решения. Если первоначально организации информационного типа стремились перенести бизнес-процессы в электронный оборот, заменяли реальное общение виртуальным, то сейчас они формируют высокоуровневые тренды, основанные на сложных ИТ-инфраструктурах [1].

С другой стороны, каждая организация в таких условиях вынуждена перестраивать

свои бизнес-процессы, логику формирования добавленной ценности. Перед лидером современной организации всегда стоит вопрос выбора 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. 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.

Эффективный лидер всегда обладает нужной информацией, которой в любой момент времени готов поделиться с другими сотрудниками, умеет использовать информационный подход в решении проблем и конфликтов, может анализировать большие объемы информационного материала и идентифицировать релевантную информацию, делает информационные системы более эффективными, удобными и надежными [2].

В этом заслуга системы эффективного информационного обеспечения в организа-

ции, которая подразумевает максимально простой и удобный доступ к необходимой единице информации за короткий промежуток времени буквально в автоматическом режиме. Это становится возможным благодаря использованию новых информационных технологий.

Благодаря информационным технологиям руководитель значительно увеличивает объемы потребляемой информации, развивает мышление, активизирует познавательную деятельность, развивает художественный вкус. Но с расширением границ своего восприятия, мышления, познания человек получает зависимость от информационных технологий.

Важно развивать навыки локализации информационного прессинга (рис. 1), способами локализации которого являются:

1) формирование культуры использования информации: сотрудник должен не только уметь «потреблять» информацию, но и использовать ее в необходимой ситуации [3];

2) информационная диета: всеядность, выходящая за разумные границы, стирает чувство реальности, настраивает сотрудника на прием любой информации, которая, в конечном счете, им не используется;

3) ИТ-системы: человеческие возможности ограничены. Большая вариация на тему управления информационным потенциалом организации позволяет выбрать персонализированные технологические решения, подстроенные под любые запросы и возможности.



Рис. 1. Способы локализации и борьбы с информационным прессингом

В настоящее время огромные массивы информации в виде накопленных организациями знаний, навыков, сведений, данных и

решений представляют серьезный интеллектуальный багаж. Эффективное использование такого ресурса позволяет придать им-

пульс любой организационной инициативе и найти амбициозное решение самой сложной проблемы. Весьма распространенный в последнее время подход, ориентированный на построение в организации экономики знаний, позволяет решать разнообразный спектр задач и экономить значительные управленческие и интеллектуальные ресурсы, которые высвобождаются для работы на тех участках, где их присутствие крайне необходимо [4]. Реализация на практике такого подхода невозможна без эффективного информационного менеджмента.

К основным принципам информационного менеджмента можно отнести:

1) минимальную цепочку «потребления» информации: количество промежуточных звеньев по передаче информации не должно быть слишком большим;

2) максимальное ускорение и упрощение передачи информации: организационная культура должна способствовать эффективному информационному обмену между субъектами, а также повышать ее «усвояемость»;

3) интеграцию в современное информационное пространство: во внешнем окружении может быть найден технологический потенциал с более высоким КПД использования информации;

4) повсеместную информатизацию [5; 6].

Основными результатами сбалансированной политики информационного менеджмента должны стать формирование информационной инфраструктуры организации, создание системы информационной поддержки и обеспечения организационной культуры, построение информационной культуры организации и архитектоники внутриорганизационных коммуникаций, выстраивание системы информационных потоков и обмена, разработка корпоративных информационных систем и программ, обеспечение информационного сопровождения проектов.

Возросшее значение информационной составляющей современного общества, неизбежность и острая необходимость скорейшего вхождения российских организаций в общемировое информационное пространство инициируют процесс повышения не только общего инновационного уровня руководителей, сотрудников, потребителей, но и развития уровня их информационной культуры, которое до настоящего времени практически никак не формировалось [7; 8].

Под информационной культурой организации (ИКО) нами понимаются разделяемые в организации ценности и установки значимости и функционального предназначения информации и информационных продуктов, влияющие на процессы сбора, организации, обработки, распространения и использования информации, а также последовательный перевод этих ценностей в индивидуальные и групповые действия (поведение) и механизмы для оперирования информацией в разнообразных формах.

Важнейшим механизмом ее формирования является изменение стиля мышления, который постепенно становится концептуальным, стратегическим и конструктивным, технологическим, находящим пути и средства решения все усложняющихся информационных задач. Информатизация воздействует также и на деятельность руководителей. Перед ними открываются несравненно более широкие возможности в получении, хранении, обработке, передаче, оформлении самой разнообразной по своему содержанию и форме представления информации [9].

Если не затрагивать тему искусственного интеллекта, которая с учетом последних достижений науки переходит из разряда научной фантастики в область прикладных практик, перед лидером современной организации информационного типа формируется определенная проблема: найти ресурсы для интерпретации огромного потока входящей / исходящей информации. Физические возможности человека, пусть даже особенного лидера, не позволяют «переварить» всю информацию, однако этого требует высокая конкуренция на рынке, особенно в сфере информационного предложения.

В настоящем и в будущем российским управленцам предстоит решать проблему адаптации к новым условиям жизни в информационном обществе, где решающую роль будут играть не вещество и энергия, а информация и научные знания. Уже сегодня они рассматриваются специалистами в качестве приоритетных факторов, которые будут определять не только общий стратегический потенциал общества, но и перспективы его дальнейшего развития.

В целом следует отметить, что, как и всякое новшество, информационные технологии несут в себе и новые опасности, они могут служить и дестабилизирующим фактором. Все зависит от того, в чьих руках они

окажутся [10]. Так, появление информационной техники дает широкую возможность вмешиваться в личную жизнь людей, подрывать безопасность организаций, манипулировать поведением людей и т. п. Все это требует разносторонних мер защиты информационного поля.

Однако информационный виток развития современного общества несет больше конструктивного смысла. Повсеместно распространяются и внедряются информационные технологии, адаптированные под разнобразный спектр управленческих, аналитических и организационных задач. В настоящее время огромные массивы информации в виде накопленных организациями знаний, навыков, сведений, данных и решений представляют серьезный интеллектуальный багаж. Эффективное использование такого ресурса позволяет придать импульс любой организационной инициативе и найти амбициозное решение самой сложной проблемы.

1. Андреев В.В., Солдатов А.А. Виртуальная организация интернет-предприятий на основе многоагентного подхода // Прикладная информатика. 2009. № 6. С. 118-122.
2. Грошев И.В., Краснослободцев А.А. Организационная культура. М., 2013.
3. Вус М.А. Информационная война: информационный прессинг – деформация системы массового информирования // Информационная культура и информационная безопасность: материалы Всероссийской научно-практической конференции. СПб., 2002. С. 66-69.
4. Гапоненко А.Л., Орлова Т.М. Управление знаниями: как превратить знания в капитал. М., 2008.
5. Гринберг А.С., Король И.А. Информационный менеджмент. М., 2003.
6. Грошев И.В., Юрьев В.М. Менеджмент организационной культуры. Воронеж, 2010.
7. Евтихов О.В. Лидерский потенциал руководителя: специфика, содержание и возможности развития. Красноярск, 2011.
8. Кондратьев Э.В. Профиль менеджера: предпосылки становления и основные детерминанты // Известия Пензенского государственного педагогического университета им. В.Г. Белинского. 2011. № 24. С. 12-17.

ного педагогического университета им. В.Г. Белинского. 2011. № 24. С. 12-17.

9. Рязанов М.А. Некоторые современные модели и технологии в информационном менеджменте. М., 2009.
 10. Минкина В.А. От информационного обеспечения к информационному управлению деятельностью организации // НТИ. Серия 1. 2002. № 4. С. 19-23.
-
1. Andreev V.V., Soldatov A.A. Virtual'naya organizatsiya internet-predpriyatiy na osnove mnogoagentnogo podkhoda // Prikladnaya informatika. 2009. № 6. S. 118-122.
 2. Groshev I.V., Krasnoslobodtsev A.A. Organizatsionnaya kul'tura. M., 2013.
 3. Vus M.A. Informatsionnaya voyna: informatsionnyy pressing – deformatsiya sistemy massovogo informirovaniya // Informatsionnaya kul'tura i informatsionnaya bezopasnost': materialy Vserossiyskoy nauchno-prakticheskoy konferentsii. SPb., 2002. S. 66-69.
 4. Gaponenko A.L., Orlova T.M. Upravlenie znaniyami: kak prevratit' znaniya v kapital. M., 2008.
 5. Grinberg A.S., Korol' I.A. Informatsionnyy menedzhment. M., 2003.
 6. Groshev I.V., Yur'ev V.M. Menedzhment organizatsionnoy kul'tury. Voronezh, 2010.
 7. Evtikhov O.V. Liderskiy potentsial rukovoditelya: spetsifika, sodержanie i vozmozhnosti razvitiya. Krasnoyarsk, 2011.
 8. Kondrat'ev E.V. Profil' menedzhera: predposylki stanovleniya i osnovnye determinanty // Izvestiya Penzenskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. V.G. Belinskogo. 2011. № 24. S. 12-17.
 9. Ryazanov M.A. Nekotorye sovremennye modeli i tekhnologii v informatsionnom menedzhmente. M., 2009.
 10. Minkina V.A. Ot informatsionnogo obespecheniya k informatsionnomu upravleniyu deyatel'nost'yu organizatsii // NТИ. Seriya 1. 2002. № 4. S. 19-23.

Поступила в редакцию 2.10.2014 г.

UDC 338.1

LEADERSHIP AS MANAGERIAL TECHNOLOGY OF DEVELOPMENT ORGANIZATIONS IN INFORMATION ECONOMY

Alexander Vladimirovich SUNDUKOV, Tambov State University named after G.R. Derzhavin, Tambov, Russian Federation, Competitor, Management and Marketing Department, e-mail: syndykof@yandex.ru

The concept of leadership from the point of view of management technologies of formation and development of organization in the information economy is examined. The emphasis is placed on relative new management activities manager – information management and the construction of relevant information culture of the organization. An aim of the study was to identify new internal points of growth of modern companies operating in highly turbulent conditions in the global economy. Methodological basis of research were: informational-statistical analysis of foreign studies and literature, correlation analysis and synthesis, observation. The conclusion about the necessity of forming a new competence manager – management of information pressure and big data (Big Data) – is marked. The assumption that information / company virtual shell will be able in the near future to generate significant growth of the final product added value is formulated.

Key words: leadership; information economy; information culture; IT-systems; media pressure.