

ЛІДЕРСТВО ЯК СКЛАДОВИЙ ЕЛЕМЕНТ ЗРОСТАННЯ РИНКОВОЇ ВАРТОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

© Ситник Й.С., 2011

Безліч людей намагаються вивчати лідерство задаючи питання «Що це таке?», «Яка користь від лідерства?». Впродовж століть філософи і науковці, письменники і психологи намагаються досягнути сутність лідерства та дати відповідь на ці й інші питання. У підсумку є багато різноманітних визначень, які виходячи з обставин тлумачення та предмету дослідження є обґрунтованими. У розвитку теорії і практики лідерства, переважають дослідження у площині поведінкової психології, особистого лідерства та лідерства у групах. Зокрема, розглядають насамперед організаційне лідерство і особливості його прояву в діяльності керівника. В умовах сьогодення, немає сумнівів у тому, що лідерський ресурс доповнює формальні владні повноваження менеджерів і підвищує успішність реалізації ним управлінських функцій. Будучи лідером, керівник має можливість впливати на процеси самоорганізування колективу, зближувати індивідуальні і групові інтереси його учасників, а також успішно позиціонувати потреби бізнесу в зовнішньому середовищі. Це сприяє позитивній емоційній атмосфері в організації, налагоджує взаємини між підлеглими, підвищує згуртованість персоналу, робить керівника переконливим у вирішенні і попередженні міжособових конфліктів на підприємстві. Водночас, цікавим є напрямок дослідження того, як позиціонує себе організація на бізнесовому полі та зовнішньому середовищі, та як змінюється у динаміці її ринкова вартість, маючи чітко виражених лідерів / лідера у своєму внутрішньому середовищі.

Багато досліджень приводять до висновку, що розміри підприємств, наявність у них висококваліфікованого персоналу, значних технологічних інновацій, великих рекламних бюджетів не є запорукою зростання ні річного доходу ні ринкової вартості бізнесу. Хоч ринкова вартість є мірою здатності ділової моделі підприємства утворювати й утримувати капітал та найкращим показником її економічної потужності і потенціалу її майбутніх прибутків, на думку дослідників [1], вона має свої вади: вона непостійна, на неї впливають коливання на фондовій біржі, квартальні зміни кількості прибутку на акцію та рекомендації аналітиків. Нерухомість або зменшення ринкової вартості багатьох підприємств, як стверджують дослідники [1], є зразком застарілості традиційних ділових моделей які не відповідають новим пріоритетам клієнтів, а ось якість менеджменту на ці коливання начебто не впливає.

Але, якщо ділова модель є системою, що надає послуги споживачам та отримує таким чином прибуток, то вона є продуктом менеджерської уяви, втіленням його знань, навиків, стратегічного бачення розвитку ринків, лідерських якостей щодо переконання команди або інвесторів у своїй правоті, та значній силі волі щодо її реалізації.

Сучасна історія розвитку бізнесу в Європі, Америці, в Південно-Східній Азії, рухається в сторону чітко окресленої економічної лібералізації, патріотизму і економічного націоналізму, а також ІТ, біо- і нано-технологій, підкресленої скромності керівників. Цей рух на рівні підприємств неможливий без ясного усвідомлення процесу та перспективи таких перетворень безпосередньо топ менеджментом чи радою директорів промислових підприємств, без їх лідерських якостей.

Отже, лише ті підприємства, керівники яких є лідерами у внутрішньому і зовнішньому середовищі, які готові відповідати за успіхи і невдачі від прийнятих ними управлінських рішень, впроваджувати інноваційні ідеї, конкурентоспроможні ділові моделі і бачити їх перспективу, досягають вершини успіху і вважаються законодавцями моди у своїх видах економічної діяльності.

І. Сливоцький А. Міграція капіталу: Як у замислах на кілька років випередити своїх конкурентів: Пер. з англ. – К.: Унів. вид-во «Пульсари», 2001. – 296 с.