**Концепция лидерства: от лидерских качеств к обучению**

1 – Слайд. Лидерство как социальное явление сопровождает человечество на протяжении всего его существования. Везде, где собирается группа, состоящая более чем из двух человек, может возникнуть ситуация лидирования одного и следования за ним других. Лидер оказывает значительное влияние на процессы самоорганизации группы, формирование групповых норм и ценностей, на поведение последователей. В связи с этим лидеры и сам феномен лидерства традиционно привлекают внимание исследователей. В разные исторические эпохи предпринимались попытки как изучения лидерских качеств на основе описания личностей великих людей, так и создания рекомендаций в стиле трактатов "Искусство войны" Сунь-цзы или "Государь" Макиавелли.

2- Слайд. Поскольку в качестве объекта наблюдения каждый раз выступали различные аспекты лидерства, появилось множество фрагментарных теорий, описывающих разные стороны этого социального явления. Р. Стогдилл в своей книге "Справочник по лидерству" сгруппировал основные представления о лидерстве в соответствии с одиннадцатью ключевыми идеями, отражающими различные подходы к пониманию и исследованию этого феномена на протяжении ХХ века. В сокращенном виде эта классификация выглядит следующим образом:

1. Лидерство как центр групповых интересов и процессов

2. Лидерство как проявление личностных черт.

3. Лидерство как искусство достижения согласия.

4. Лидерство как действие и поведение.

5. Лидерство как инструмент достижения цели и результата.

6. Лидерство как результат группового взаимодействия.

7. Лидерство как умение убеждать.

8. Лидерство как осуществление влияния.

9. Лидерство как властные отношения.

10. Лидерство как результат ролевой дифференциации.

11. Лидерство как инициация и конструирование структуры группы.

12. Лидерство как видение перспективы.

13. Лидерство как следование особым ценностям.

СЛАЙД – 4- 5. На протяжении всего ХХ века теория лидерства развивалась по нескольким направлениям, в результате чего был накоплен богатый теоретический и эмпирический материал. Одни из самых ранних теорий лидерства появились в первой половине ХХ века в рамках персоналистического подхода. Они были ориентированы на исследование лидерских качеств (черт). "Теория черт" была развитием концепции "Великого человека", утверждающей, что выдающиеся люди лидируют благодаря тому, что от рождения наделены чертами, отличающими их от других индивидов. К основателям концепции "Великого человека" можно отнести английского психолога и антрополога Ф. Гальтона (Голтона). В 1948 году Р. Стогдилл сделал обзор 124 исследований, направленных на изучение личностных черт лидеров, и отметил, что исследования дают противоречивые результаты. Оказалось, что в разных ситуациях проявлялись лидеры, обнаруживающие различные, порой противоположные лидерские качества. На основе проведенного анализа Р. Стогдилл сделал вывод о том, что "человек не становится лидером только благодаря тому, что он обладает некоторым набором личностных свойств". Таким образом, попытка выделить универсальные лидерские качества, позволяющие лидеру быть успешным во всех ситуациях внутригруппового взаимодействия и различных условиях профессиональной деятельности, не удалась. Выделенные качества эффективных лидеров определяли их успешность в основном только в контексте осуществляемой ими деятельности. Интересную модификацию "теории черт" можно найти в концепции А. Менегетти. По его мнению, человек получает определенные задатки лидера от рождения, но это не означает, что он обязательно реализует себя как лидер. Чтобы стать лидером, надо достичь соответствующего уровня культуры, образования, жизненного опыта и профессионализма. По сути, А. Менегетти указывал на то, что каждый человек, пусть и в различной степени, обладает лидерскими задатками, однако не каждому удается их развить. Отметим, что в этой концепции задатки следует так же рассматривать применительно к определенным ситуациям лидерства. Исходя из этого, можно предположить, что подбор кандидатов на роли организационных лидеров в юношеской среде необходимо осуществлять, опираясь не столько на актуальные, то есть развитые качества, сколько на потенциальные способности и склонность к лидерству. На целесообразность данного подхода могут указывать наблюдения, сделанные С. Клубеком и Б. Бассом. Сторонники ситуационного подхода отмечают важность обстоятельств, в которых проявляется лидерство, и относительность лидерских черт. В 30-х годах он совместно с сотрудниками провел в университете Иова серию экспериментов, в результате анализа которых, он выделил три "классических" стиля руководства: авторитарный, демократический и попустительский (нейтральный). Важнейшим общим основанием выделения этих стилей послужил характер принятия управленческих решений и отношение руководителя к подчиненным. Авторитарному стилю присущи единоличное принятие руководителем всех решений, а также слабый интерес к работнику как личности. Руководитель управляет подчиненными в силу своей легитимной власти, вытекающей из иерархической организации предприятия. Он ожидает от подчиненных соответствующего повиновения. Описание стилей лидерства дал К. Левин, выделивший авторитарный, демократический и пассивный стили. В своем знаменитом исследовании Левин обнаружил, что авторитарное руководство добивалось выполнения большего объема работы, чем демократичное.

В более поздних исследованиях внимание стало уделяться не столько стилю поведения лидера, сколько характеру взаимодействия между лидерами и последователями. Как отмечает Уоррен Бланк, "не сильный разум делает лидера, а последовавшие за ним люди".

В 1955 году Р. Стогдилл и С. Шартл предложили рассматривать лидерство не просто как характеристику отдельно взятого индивида, а как результат взаимодействия между личностями, входящими в состав данной группы. В данном подходе лидерство рассматривалось с точки зрения статуса, взаимодействия и поведения индивидов в контексте взаимоотношений с другими членами группы.

Особого внимания заслуживает ценностная теория лидерства, разработанная Сьюзан и Томасом Кучмарски. Ее основу составляют два базовых положения. Согласно первому, лидер оказывает огромное влияние на развитие ценностей и норм отдельных членов и организации в целом. Второе заключается в том, что лидерству, основанному на ценностях, можно и должно обучаться в процессе деятельности. По сути, лидерство предстает в данной теории непрекращающимся динамическим процессом, проявляющимся во взаимоотношениях "лидер-последователи", а роль лидера - в интериоризации вышеназванных ценностных принципов, обучении им последователей и обучении вместе с ними.

СЛАЙД – 6. Рассмотрев теоретическую часть исследования, перейдем к анализу лидерства в российских компаниях. Проводя анализ, необходимо уделить внимание развитию лидерства в России. Из истории развития российского бизнеса мы можем понять, что страна обладает мощным потенциалом для развития лидеров. Концепция лидерства не имели бы такого влияния, если бы не реальные примеры лидеров компаний, которые оказывали и оказывают влияние на развитие своих компаний и подчиненных. В рамках данной работы был избран основатель успешной торговой марки Глория Джинс – В.Мельников. Владимир Мельников — Генеральный директор «Глория Джинс». Компания Gloria Jeans является одним из самых заметных российских брендов. Успех «Глории» поражает западные СМИ. Владимир Мельников сумел создать в России сильный fast fashion бренд, который сегодня входит в золотую сотню российских брендов по версии журнала Forbes.

СЛАЙД -7. На конец 2016 года сеть компании насчитывала более 550 магазинов в России, Украине и Грузии. Каждый из них усиливает бренд Gloria Jeans, который по данным консалтинговой компании McKinsey знает 95% россиян. Продажи компании по итогам 2016 года составили 34 млрд. рублей.

Для достижения наилучших результатов, Глория Джинс тесно сотрудничает с международными консалтинговыми агентствами и передовыми IT компаниями, такими как McKinsey & Company, PricewaterhouseCoopers, Garber Scientific, Infor, Kurt Salmon Associated, Red Prairie-jDA, IBM, SAP, Oracle, Cisco, Juniper, Google, WayIn, Lenovo, Microsoft. Глория Джинс специализируется на дизайне, производстве и продаже модной одежды, обуви и аксессуаров, как для взрослых, так и для детей под брендами Gloria Jeans и Gee Jay. Центральный офис Компании находится в городе Москве, из него происходит управление 8 региональными представительствами, 2 крупными логистическими комплексами в Новосибирске и Новошахтинске. В Глории Джинс работает более 15 тыс.человек.

СЛАЙД -8. Владимир Мельников родился в 1948 году в белорусском селе Полтавское. Его детство нельзя назвать легким. Уже в 12 лет он остался сиротой. Это привело к тому, что Владимиру пришлось рано начать работать. Уже в 15 лет он трудился на заводе «Ростсельмаш». Первые шаги Владимира в бизнесе относятся к тому времени, когда предпринимательская деятельность в СССР еще была запрещена. Так, одним из первых его мероприятий стал подпольный пошив джинсов. За свое стремление одеть советских граждан. В первой половине 80-х годов Владимир покупает швейную машинку. Однако сам он учиться портновскому искусству не собирался. На самом деле он был организатором подпольного цеха в подвальном помещении одной из школ Ростова. Там шили джинсовые штаны. Ткань тѐрли камнем для получения модного результата. Сшитые таким образом джинсы были очень знамениты и принесли Владимиру ошеломляющий доход. Так началось становление будущего гиганта.

СЛАЙД -9. После того как власти разрешили создавать кооперативы, Мельников вывел своѐ предприятие из теневой экономики. Дела шли замечательно. Постепенно производство наращивалось и расширялось Gloria Jeans каталог пополнился хорошей детской линией, что во многом добавило фирме популярности и упрочило ее статус на рынке. Однако все же дела шли не так хорошо, как мечтал о том ее владелец. Многие по-прежнему воспринимали бренд, как очередной ширпотреб сомнительного качества, и отдавали предпочтение западным аналогам. Тогда принимается решение вложить солидные средства в рекламную компанию — нужно было убедить потенциальных покупателей не только в том, что «Gloria Jeans» это качественная и стильная одежда, но и в том, что она предназначена не только для подростков (как это было изначально) и детей, но и для молодежи и взрослых людей. Рассказать о достоинствах компании было предложено в том числе знаменитостям в лице музыкальных исполнителей: Валерии, Димы Билана и Алексы. Этот маркетинговый ход дал хорошие плоды — торговая марка стала восприниматься потребителями серьезнее. Продажи выросли.

СЛАЙД – 10-11. Бизнесмен делает ставку на долгосрочной перспективе, о чем постоянно напоминает своим сотрудникам. Добившись для своей компании хороших показателей доходности, он постоянно задает новые, еще более сложные цели, выводят тем самым свое детище на еще более высокие уровни рынка. Разумно полагая, что всегда нужно учиться у лучших, Мельников приглашает в компанию для сотрудничества ведущих мировых специалистов в области управления и маркетинга, дизайна, рекламы. Это позволяет значительно повысить компетентность сотрудников фирмы. При этом как отмечают его сотрудники Мельников очень деликатный и мягкий руководитель. Он высоко ценит хорошую атмосферу внутри коллектива. В его компании можно ошибаться, можно чего-то не знать или не уметь – главное вовремя сделать работу над ошибками. Владимир не стесняет признать, что сам может быть в чем-то плохо осведомлен, у него нет даже намека на «звездную болезнь». Он всегда готов выслушать рациональное предложение или совет. Это и дает понять, что Владимир Мельников является лидером-менеджером. Что касается сегодняшней работы бренда, то она более, чем продуктивна. Годовой оборот кампании достиг 1 млрд долларов, количество магазинов выросло до 800 штук (имеется даже интернет магазин одежды Глория Джинс), а число сотрудников превысило отметку в 20 тысяч человек. Товары выпускаются под двумя марками «Gloria Jeans» и «Gee Jay». Чтобы продолжать быть интересной для своих клиентов, компания каждый год выпускает 8 новых коллекций. При этом ценовая политика все так же остается очень привлекательной – все это было достигнуто благодаря стойкости и верности своему делу Владимиру Мельникову.

В заключение хочется отметить что проанализировав руководителей российских компаний, можно сказать, что существуют как лидеры, так и лидеры-менеджеры. В ходе анализа удалось рассмотреть, что большинство руководителей являются именно менеджерами. Их назначили свыше, они выполняют четко поставленные задачи и стремятся к получению максимальной прибыли.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Бряузов К. Авторитет уже подразумевает лидерство // Управление персоналом. - 2012. - № 1.
2. Воробъев А.А. Законы лидерства // Управление персоналом. - 2012. - № 12.
3. Воробъев А.А., Жданов С., Кузьмина Ю. Стратегическое управление персоналом // Управление персоналом. - 2011. - № 15.
4. Горелов Н.А. Экономика труда: Учебник для ВУЗов. - СПб. Питер, 2012.
5. Калашников К. Роль и место теорий лидерства и командообразования // Управление персоналом. - 2011. - № 6.
6. Кибанов А.Я. Управление персоналом. Учебник. 2-е издание. - М.: Экзамен, 2011.
7. Официальный сайт Глория Джинс - http://www.gloria-jeans.ru/company/about/gj-today/ (Дата обращения 18.10.2017)