


The background of the book cover is a dramatic photograph of two large, curling ocean waves meeting at a central point, creating a bright, sun-like glow. The sky is blue with wispy white clouds. The overall composition is symmetrical and visually striking.

Марвин Бауэр

# КУРС НА ЛИДЕРСТВО

Альтернатива  
иерархической  
системе управления  
компанией

 альпина  
ПАБЛИШЕР

Марвин Бауэр

**Курс на лидерство. Альтернатива  
иерархической системе  
управления компанией**

«Альпина Диджитал»

1997

**Бауэр М.**

Курс на лидерство. Альтернатива иерархической системе управления компанией / М. Бауэр — «Альпина Диджитал», 1997

ISBN 978-5-9614-4216-8

Посвящена лидерству в бизнесе и призвана побудить руководителей искать наиболее подходящие для конкретной компании способы перехода от авторитарного руководства к лидерству. Книга посвящена новому типу организационной структуры – управлению через сообщество лидеров. Идея лидерства в бизнесе не нова. Однако Марвин Бауэр предлагает концепцию, призванную кардинально изменить не только систему управления, но и саму философию бизнеса. Автор призывает компании отказаться от устаревшей системы, построенной на авторитарности, жесткой иерархии и вертикальном подчинении, заменив ее сообществом лидеров и лидерских команд. Только такая организационная структура способна развить в сотрудниках все лучшие качества, желание работать и креативность. Таким образом, именно модель, основанная на лидерстве, может сделать компанию по настоящему сильной, конкурентоспособной и успешной.

ISBN 978-5-9614-4216-8

© Бауэр М., 1997

© Альпина Диджитал, 1997

# Содержание

Предисловие к русскому изданию	6
Предисловие	9
Что такое лидерство	10
Источники знаний	11
Чего не стоит ждать от этой книги	13
Приступая к делу	14
Благодарности	16
Глава 1	18
Ужасы иерархии	19
Изменение курса	21
Конец ознакомительного фрагмента.	23
Комментарии	

# **Марвин Бауэр**

## **Курс на лидерство. Альтернатива иерархической системе управления компанией**

Издательство выражает благодарность McKinsey & Company за помощь в подготовке книги.

Редакторы *О. Нижельская, Ю. Быстрова*

Технический редактор *Н. Лисицына*

Корректор *О. Ильинская*

Компьютерная верстка *А. Фоминов*

Дизайнер обложки *Ю. Буга*

© McKinsey & Company, Inc., 1997

© Издание на русском языке, перевод, оформление. ООО «Альпина Паблишер», 2016

Издано по лицензии Harvard Business School Press (USA) и литературного агентства Александра Корженевского (Россия).

*Все права защищены. Произведение предназначено исключительно для частного использования. Никакая часть электронного экземпляра данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами, включая размещение в сети Интернет и в корпоративных сетях, для публичного или коллективного использования без письменного разрешения владельца авторских прав. За нарушение авторских прав законодательством предусмотрена выплата компенсации правообладателя в размере до 5 млн. рублей (ст. 49 ЗОАП), а также уголовная ответственность в виде лишения свободы на срок до 6 лет (ст. 146 УК РФ).*

**\* \* \***

*Посвящается Клео, которая всегда вдохновляла меня*

## Предисловие к русскому изданию

*Флорида, 1 ноября 1992 г.*

Дорогой Микки!

Теперь ты живешь и работаешь в России. Я пишу тебе, потому что считаю, что McKinsey может в ближайшие несколько лет сыграть в России очень важную роль: показать российским руководителям, что означает лидерство. И что быть лидером – не то же самое, что быть менеджером или командовать; думаю, ты понимаешь, что я имею в виду. Российская экономика добьется успехов лишь в том случае, если истинные лидеры смогут высвободить и активизировать интеллектуальную силу и энергию молодых россиян. Я знаю, что ты как партнер нашей фирмы сделаешь для этого все возможное. Тебе нужно продемонстрировать инициативу, пробудить ее в своих клиентах и сформировать хорошую команду. Люди будут работать в разных отраслях экономики и станут хорошими лидерами.

Удачи тебе на твоем пути. С самыми теплыми пожеланиями,

*Марвин.*

Я получил от Марвина Бауэра эту написанную от руки записку всего через несколько недель работы в России – моей миссией было принести в регион передовой управленческий опыт, наладив работу McKinsey & Company в Восточной Европе. Всегда энергичный и все замечаящий, Марвин внимательно следил за инициативами партнеров McKinsey – он требовал, чтобы они были лидерами. Лидерство для него означало ответственность.

Марвину было 89 лет, когда он написал это письмо. И на каждое Рождество на протяжении последующих десяти лет он присылал мне открытку со словами поддержки, но также и с замечаниями. Марвин возлагал большие надежды на предстоящее возвращение России в глобальное бизнес-сообщество, ожидая от этого реальной пользы для граждан и повышения уровня жизни. Он считал, что стране требуется настоящая революция в методах ведения бизнеса – подвиг, совершить который способны только настоящие лидеры.

Весной 2001-го, за год до смерти Марвина, я встретился с ним. Его очень беспокоили крутые виражи российской экономики и рост неравенства в обществе. Я помню, как он говорил: «Пока лидеры в России просто не выполняют своей функции. В чем их реальный вклад в бизнес? Какую пользу они ему приносят?»

Так действительно ли лидерство – это отдельная концепция, нечто отличное от просто «хорошего менеджмента» или это всего лишь новое модное слово в литературе по управлению? За многие годы, проведенные среди самых признанных лидеров, Марвин понял, что наиболее успешным из них удалось раскрыть потенциал своей организации потому, что они считали, что служат своим подчиненным. Но право называться лидером нужно еще завоевать. Лидера определяют его сторонники – Марвин называл их «избирателями», потому что знал: в успешной компании каждый человек должен ощущать себя гражданином этой компании, жизненно заинтересованным в ее успехе.

Поэтому недостаточно просто быть хорошим стратегом и уметь принимать продуманные решения. Дар лидера, его харизма, хотя Марвин не использовал это слово, основывается на таких качествах, как способность завоевывать доверие, справедливость, умение слушать и проявлять инициативу.

Но прежде всего, по мнению Марвина, на настоящих лидерах лежит четыре обязанности:

1) с уважением относиться к своим «избирателям», 2) помогать им вырабатывать самоуваже-

ние и уверенность в своих силах; 3) развивать их навыки и возможности; наконец, 4) превращать «избирателей» в акционеров в самом полном смысле этого слова.

Давайте посмотрим, как реализуются эти четыре обязанности в российском контексте. Сейчас, в 2007 г., экономика переживает бум. Российские компании выходят на глобальный рынок, экспортируют свою продукцию и приобретают активы далеко за пределами СНГ. Но у этого успеха есть и обратная сторона: в угольных шахтах гибнут люди. И хотя промышленность возрождается, показатели здоровья и безопасности труда остаются удручающими. Решить эти проблемы можно лишь в том случае, если мы будем действительно с уважением относиться к людям, а не просто отмахиваться от очередного несчастного случая, объясняя, что рабочий напился и не соблюдал технику безопасности. Чтобы добиться устойчивого улучшения ситуации, советы директоров должны взять на себя инициативу и изменить положение вещей.

Точно так же, хотя огромные запасы природных ресурсов в России и высокие мировые цены на них позволяют сегодня наращивать прибыли, производительность труда остается для большинства предприятий ахиллесовой пятой. Пока все растет, у всех все хорошо. Но экономические циклы потому и называются циклами, что для них характерны как взлеты, так и падения, и лишь предприятия, где сотрудники всех уровней обладают достаточным запасом самоуважения и уверенности в своих силах, смогут пережить неизбежное снижение мировых цен на сырье и последующую за этим жесткую реструктуризацию. Мы все здесь знаем топ-менеджеров, которые вместо того, чтобы создавать команду, настроенную на совместный успех и достижения, предпочитают вести себя высокомерно и использовать уничижительные замечания в адрес своих подчиненных как основные инструменты управления и давления. Слово «мачо» родилось не в России, но само понятие характеризует атмосферу, царящую здесь среди руководителей многих компаний. И все же, учитывая стремительный рост российского бизнеса, ориентированного на потребителя, – современных торговых центров и аптек самообслуживания, потребительского кредитования, ресторанов и много другого, – есть все основания утверждать, что новое поколение менеджеров и владельцев компаний состоит из людей, хорошо умеющих слушать и учиться, способных понимать потребности своих клиентов, вселять энергию в окружающих и благодаря этому успешно вести бизнес в условиях локальной и глобальной конкуренции за клиентов и активы.

Для России традиционно характерны высокое качество образования и уважение к образованию. Но учителя по-прежнему находятся на обочине интеллектуальной жизни, а школы с трудом сводят концы с концами. При этом бизнес-школы по всему миру полны русских студентов, которые не могут получить необходимое им бизнес-образование у себя дома. По счастью, видные российские лидеры бизнеса осознали свою ответственность и сейчас щедро выделяют средства на создание высоkokлассных бизнес-школ в России. На уровне средних школ постепенно распространяются программы, ориентированные на международные стандарты. И все же предстоит сделать еще очень многое, чтобы наемные работники в России усвоили хотя бы основные принципы современной экономики, применяемые в мире. Но развитие людей, конечно, не ограничивается образованием. Необходимо непрерывное обучение на практике, впитывание опыта других. В конце концов, главному мы учимся не за партами, а работая вместе с эффективными лидерами и наблюдая их в деле. И лидеры могут претендовать на это звание лишь в том случае, если они подтвердят, что воспитали тех, кто когда-нибудь превзойдет в своем деле их самих. Много ли в России сегодня менеджеров, готовых пойти на такой риск?

«Вы делаете вид, что платите, мы делаем вид, что работаем». Данное выражение советских времен теряет свою актуальность очень медленно. Особенно это заметно в условиях сегодняшней нехватки талантливых кадров, когда единицы на самом верху получают астрономические суммы и уровень цинизма среди рядовых работников просто удивляет. Неизбежным

следствием становится низкая индивидуальная производительность труда. Однако мы знаем, что компании, где царит действительно предпринимательский дух, умеют добиваться того, чтобы все работники чувствовали себя партнерами в бизнесе. И речь идет не о предоставлении всем опционов на участие в прибыли, а скорее о том, что ответственно относящиеся к делу работники хотят быть в курсе происходящего, хотят слушать и быть услышанными; хотят быть частью общего процесса принятия решений в компании. И разумеется, получать вознаграждение за свои достижения.

Я убежден, что книга «Курс на лидерство» сегодня удивительно актуальна для стран СНГ: регион переживает муки роста и ему нужен весь опыт, который только можно позаимствовать. Большинство успешных лидеров здесь – самоучки. Школа жизни и учеба методом проб и ошибок – это, несомненно, самые суровые университеты. А общее во всех их усилиях то, что они неизбежно направлены на организацию совместной деятельности людей, и здесь на вес золота оказываются просвещенное руководство и лидеры, способные направлять и вдохновлять.

Всем тем из нас, кто привык учиться на примерах, я горячо рекомендую книгу Марвина, содержащую квинтэссенцию его многолетнего опыта. В этой книге множество историй – и она полна жизни. Приятного вам чтения!

*Майкл Обермайер,  
бывший руководитель McKinsey & Company по Восточной Европе  
Москва, июнь 2007 г.*



## Предисловие

Эта книга – своего рода компас, ведущий к цели.

Данный образ я впервые услышал применительно к бизнесу в 1956 г. из уст Джона Беркина – управляющего директора британского отделения Shell. Команда McKinsey разрабатывала для Shell план действий, и Джон, ознакомившись с ним, сказал: «Дайте мне компас». Когда я спросил, что он под этим подразумевает, Джон ответил: «Нечто, на что я смогу ориентироваться, выбирая направление для своей компании».

В этой книге наша цель – дать ориентиры для достижения компаниями более совершенной управленческой модели, при которой управлять бизнесом будут не начальники, а сообщества лидеров и лидерские команды, иными словами, административно-командная модель управления преобразуется в модель коллективного лидерства. Я давно уже понял, что крайне необходим новый, более совершенный способ управления, поскольку людям не нравится, когда ими командуют, угрожая увольнением.

Теперь я уверен, что, когда в компании на всех ее уровнях будут действовать лидеры, а иерархия будет разрушена, люди избавятся от тревоги и станут работать более эффективно, более творчески и заинтересованно. Они будут чаще проявлять инициативу и генерировать новые идеи, у них появятся оптимизм и желание работать сообща, и они полюбят свою работу.

Я убежден, в результате повысятся качество принимаемых решений, конкурентоспособность и производительность, увеличатся доля рынка и прибыль; компания обретет большую гибкость, что в целом будет способствовать переменам.

Я также уверен, что в бизнесе лидерству можно научиться в процессе работы, особенно если первое лицо компании при поддержке высших руководителей примет решение заменить административно-командную модель управления моделью коллективного лидерства, а все сотрудники будут сообща трудиться над претворением в жизнь этих изменений. Я знаю, что в компаниях с жесткой иерархией крупные перемены встречают сопротивление. Однако я верю, что перемены, связанные с переходом к лидерству, найдут отклик у людей.

## Что такое лидерство

Мне нечем подтвердить эти соображения, поскольку я пока не знаю ни одной компании, в которой сотрудников на *всех* уровнях мотивировали бы лидерством, а не приказами. Поэтому эта книга отражает лишь одно из мнений.

Тысячелетиями великие лидеры вдохновляли людей на великие дела. К сожалению, в бизнесе людей не побуждают к достижению высоких целей. Даже руководитель компании – истинный лидер – не всегда может решить задачу, не применяя инструменты давления. Иерархическая система не позволяет руководителю получить полную информацию о положении дел в компании. Кроме того, эта система снижает степень влияния лидера на всех уровнях организации. Об этом феномене писал Джон Паунд, глава New Foundations, исследовательского проекта по корпоративному управлению (о нем речь пойдет дальше), который реализуется на базе Гарвардского университета: «...В организациях, построенных по иерархическому принципу, младшие менеджеры боятся подвергать сомнению принимаемые в компании решения, поскольку это может повлиять на их карьерный рост. По мере продвижения информации к высшему руководству плохие новости отсеиваются. В итоге бремя проверки качества информации и решений ложится на руководителей уровня генерального директора или топ-менеджеров...»<sup>[1]</sup>

За последнее десятилетие о лидерстве написано так много, а сам термин использовался так часто и бессистемно, что мы вынуждены дать собственные пояснения, чтобы эта книга могла действительно способствовать раскрытию огромного потенциала коллективного лидерства.

Рассмотрим типичный пример подмены понятий. Когда руководитель компании добивается блестящих результатов, используя свою власть в иерархии начальников и подчиненных, многие авторы называют это лидерством. Я называю это управлением. Существует четкое различие между лидерами и управленцами. Причем быть лидером можно лишь по отношению к *людям*, а не к компаниям вообще.

Управление бизнесом уходит корнями в систему военного командования. Упрощенно система работает следующим образом: высшие руководители наделены властью, позволяющей управлять компанией так, как они считают нужным, но большинство из них предпочитают иерархическую систему «начальник – подчиненный» и так вплоть до самого низшего уровня. Каждый начальник в этой иерархии имеет право командовать и контролировать подчиненных и увольнять их, если они не выполняют его приказов или распоряжений.

В компании лидерского типа все тоже начинается с руководителя, но он учится быть лидером, побуждая сотрудников думать и действовать на основе доверия, личного примера и убеждения. Получив одобрение совета директоров, он планомерно обучает основам лидерства других руководителей и команды лидеров, что позволяет полностью или частично отказаться от иерархической системы. Проще говоря, лидерской компанией управляет множество лидеров.

Хочу отметить, что существуют методы управления, сочетающие в себе власть и лидерство. Так, включив в административно-командную модель элементы лидерства, компания может добиться лучших результатов. Я убежден, что лидерству можно научиться в процессе работы. Эта книга – компас, используя который руководители смогут составить маршрут движения, соответствующий уникальным особенностям их компаний, и встать на путь превращения в компанию лидерского типа.

## Источники знаний

В фундамент разработанной мною модели управления легли четыре «краеугольных камня».

1. *Четырехлетний опыт общения и работы с Джеймсом Маккинзи* вплоть до его безвременной кончины в ноябре 1937 г.

От Мака, как называли его друзья, я узнал об основных концепциях и методах управления. Самой важной является идея о том, что наибольшие улучшения в бизнесе могут быть реализованы, если применять их к компании в целом. Эта концепция получила свое развитие после выхода в 1922 г. основополагающей книги Мака по вопросам бюджетного планирования.

Мак также считал, что структура управления должна быть как можно более простой. Атмосфера в компании, по его мнению, должна быть неформальной, чтобы сгладить болезненные проявления иерархии.

2. *Шестидесятилетний опыт работы в области консалтинга* – главным образом в американских компаниях, а также в европейских и южноафриканских. Мой опыт работы с правительственными структурами был не слишком богатым, но весьма полезным, поскольку позволил увидеть контрасты.

Во главе большинства корпораций самых разных отраслей стояли руководители, действующие жестко, а порой и деспотично. Однако среди руководителей и глав подразделений встречались и настоящие лидеры. Успехи, достигнутые компаниями под руководством истинных лидеров, настолько превосходили результаты компаний с жесткой иерархией, что идея компании лидерского типа навсегда овладела мной.

Мой опыт в области консалтинга заключался также в написании книги «Воля к управлению: от программируемого менеджмента – к корпоративному успеху» (*The Will to Manage: Corporate Success Through Programmed Management*), опубликованной в 1966 г. Она была посвящена оптимизации управления путем эффективного планирования и завершалась кратким обсуждением темы лидерства:

«Безусловно, лучшим средством, побуждающим людей к активным действиям, является лидерство... Когда мы представляем лидерство вообще, то вспоминаем таких государственных деятелей, как Линкольн или Черчилль... При этом, на мой взгляд, лидерство в *бизнесе* – именно то, с чем сталкиваемся мы, – не требует каких-то выдающихся или редких качеств...»<sup>[2]</sup>

Таким образом, о лидерстве в бизнесе я много размышлял уже тогда.

3. *Мой собственный опыт* обучения навыкам лидерства, который я получил в McKinsey & Company, а также применение этого опыта в бизнесе.

После ухода из жизни Джеймса Маккинзи по моей инициативе два офиса компании были разделены и образовалась новая фирма, где я стал одним из руководителей. В результате мне пришлось обучаться основам лидерства в процессе работы. При этом я использовал метод, который в книге я адаптирую для коммерческих компаний<sup>1</sup>.

Я согласен с высказыванием, впервые напечатанным в журнале *Fortune*: «Лидерству нельзя научить, но ему можно научиться»<sup>[3]</sup>. Более того, лидерству можно научиться самостоятельно, например, изучая эту книгу. Однако здесь нужны воля и решимость начать работать по-новому.

---

<sup>1</sup> McKinsey считает себя в большей степени профессиональной, чем коммерческой компанией (по аналогии, например, с юридическими фирмами). – *Прим. ред.*

Все управляющие директора McKinsey научились быть лидерами в ходе работы; каждый из них мог стать ответственным за всю фирму в случае его избрания на эту роль другими директорами. Один из наших принципов – отсутствие жесткой иерархии: все сотрудники компании могут свободно высказываться и не соглашаться друг с другом. Следовательно, управляющий директор не вправе указывать другим, что делать. Поэтому каждый управляющий директор должен учиться лидерству, даже с учетом того, что партнеры тесно сотрудничают и поддерживают друг друга.

4. *Внимательное изучение* работ по проблемам лидерства. Я пришел к выводу, что необходимо изучать принципы поведения лидеров и пытаться найти пути их внедрения на всех уровнях компании.

Большинство исследований по вопросам лидерства касаются главным образом сферы государственного управления и политики. Тем не менее ведущие ученые постепенно пришли к общему мнению по поводу принципов лидерства. Таким образом, свою основную задачу я видел в том, чтобы адаптировать общие принципы лидерства для управления бизнес-организацией. Я убежден, что достичь этого можно, формируя систему лидеров и команд лидеров так, как предлагается в этой книге.

Концепции лидерства и командной работы не новы. Но быть начальником гораздо проще, чем лидером. Чтобы воспитывать лидеров и создавать команды лидеров в бизнесе, необходимы воля, новаторство и готовность к экспериментам. Только в этом случае совместная деятельность сотрудников будет эффективной.

В бизнесе, однако, миссию или цель компании, а также стратегию их достижения, как правило, определяют топ-менеджеры. Хотя (как мы увидим в дальнейшем) лидеры других уровней также могут вносить ощутимый вклад. Таким образом, тяжелее всего освоить навыки лидерства именно высшим руководителям. Но в то же время именно бизнес-организация наилучшим образом подходит для освоения лидерства в процессе работы: начав обучаться на старте карьеры, к моменту перехода в руководство компании менеджеры смогут стать настоящими лидерами, заменив начальников.

## **Чего не стоит ждать от этой книги**

Эта книга не о лидерстве вообще – она посвящена лидерству в бизнесе. Многие ее рекомендации можно использовать для повышения эффективности компаний с жестким командным управлением – при этом необязательно преобразовывать эти компании в лидерские. Такая комбинация типов управления может не только повысить эффективность компании, но и стать фундаментом для перехода организации на принципы лидерства.

В этой книге нет конкретных рекомендаций. Особенности перехода от авторитарного управления к руководству через сообщество лидеров невозможно описать, поскольку нет достойного практического примера. Специфика подобного переустройства во многом зависит от типа бизнеса. Мне не удалось найти компанию, построенную на принципах лидерства, которая могла бы указать путь, скажем, для производителя товаров широкого потребления, железнодорожной или розничной компании, а также для какого-либо конкретного типа предприятия. Поэтому каждая компания (а каждая компания уникальна) должна с помощью новых подходов и экспериментов разработать модель лидерства, соответствующую ее требованиям.

## Приступая к делу

Я, насколько это возможно, развиваю в этой книге общие принципы лидерства, которые, по моему мнению, могли бы наилучшим образом подойти для различных видов бизнеса. Именно поэтому данная книга лишь компас или ориентир, а не законченные и оформленные указания по достижению желаемого состояния.

Как только несколько компаний, может быть, средних или малых, достигнут успеха, применив систему коллективного лидерства, более крупные организации, скорее всего, последуют их примеру, несмотря на риск краткосрочного снижения курса акций. Во всяком случае, когда я говорил об этом с главным редактором журнала *Fortune* Джоном Хьюи, который и сам писал о лидерстве, он посоветовал мне «рассказать об этом поподробнее».

Эта книга призвана побудить руководителей компаний, советы директоров, менеджеров различного уровня, теоретиков бизнеса, консалтинговые фирмы, выпускников бизнес-школ искать наиболее подходящие для конкретной компании способы перехода от авторитарного руководства к лидерству.

Несмотря на всю очевидность утверждения, хочу подчеркнуть: изменения, о которых идет речь, смогут быть реализованы, только если у руководителя компании есть сильное стремление к лидерству и поддержка совета директоров. Однако некоторые рекомендации могут быть полезны руководителям разного ранга для повышения их собственной эффективности.

Я уверен в обоснованности всех моих предложений. Но в одном из них я убежден особенно: объявив о начале программы перехода от жесткого руководства к более демократичному управлению, глава компании получит активную и единодушную поддержку своих сотрудников. Основа моей уверенности – бесчисленные беседы с людьми об их работе. Люди не любят, когда им приказывают, и чем более самостоятельными они себя чувствуют, тем с большим энтузиазмом относятся к изменениям. Другими словами, в компании с жесткой иерархией сотрудники, как правило, не любят перемен. Но я уверен: они будут приветствовать переход к лидерству.

Поскольку я представляю собственную модель управления компанией на основе лидерства и предлагаю заменить ею систему авторитарного руководства, возникает вопрос (и к автору, и к читателю): «Какой результат возымеют мои предложения?» Разумеется, мне бы не хотелось, чтобы эта книга пылилась у вас на полке.

К сожалению, несмотря на огромное количество книг по лидерству, лидеров больше не становится. Я прочел большинство из изданных книг и признаю, что многие содержат по-настоящему ценную информацию. Тогда почему моя книга должна быть более действенной? Я все же назову причину, которая заставит вас поверить (или даст надежду), что книга действительно будет способствовать распространению и внедрению идей лидерства.

Большинство книг о лидерстве написаны в первую очередь для того, чтобы внушить читателю, что он может стать лидером или хотя бы более эффективно выполнять обязанности менеджера, развив в себе лидерские качества. Конечно, моя книга также поможет вам в этом, но ее главная задача заключается в другом.

Цель книги – изменить модель управления компанией. Для этого необходимы *коллективные* действия, воля и решимость руководителя в стремлении к лидерству и одобрение и поддержка совета директоров. Как бы то ни было, побудить к коллективной деятельности несложно. И однажды начавшись как формализованный процесс, это взаимодействие между людьми наберет собственную силу, особенно если речь идет о такой популярной у людей теме, как лидерство.

*Марвин Бауэр  
McKinsey & Company, Inc.  
Нью-Йорк*

## Благодарности

Слова благодарности, я думаю, помогут читателям лучше понять эту книгу.

Четыре давних партнера McKinsey и добрых друга больше всего помогли в написании книги. У всех были неотложные дела, но они нашли для меня время. Я им очень признателен.

Возглавляет список Джон Катценбах. Он поделился знаниями о командной работе – ключевом факторе в становлении лидеров. Кац не только помогал, но и вдохновлял меня. Когда я сомневался, стоит ли продолжать, он всегда подбадривал меня.

Хью Паркер высказал мнение в целом о книге, но особенно помог с материалом по корпоративному управлению (глава 9). Он также убедил меня больше полагаться на свой собственный опыт. Когда в середине 1950-х гг. мы вместе работали над проектом для Shell в Венесуэле, нам представилась счастливая возможность поучиться лидерству на примере Джона Лаудона, председателя совета директоров Shell в то время. Джон умер буквально за год до того, как я закончил эту книгу, и я не успел поблагодарить его за вклад в ее создание, но он знал, как мы восхищались им и уважали его.

Со Стивеном Уоллеком уже в давние времена мы расходились во мнениях. Когда он был начинающим консультантом, мы вместе работали для одной компании. Он был не согласен с результатами моих договоренностей с генеральным директором и с моего разрешения перезаключил договор на более выгодных условиях. Поэтому я не был удивлен, когда Стив настоял, чтобы я пояснил некоторые из своих рекомендаций. Я сожалею, что Стив рано ушел из нашей компании – он решил инвестировать в малый бизнес и работать с ограниченным числом клиентов. Но несмотря на эти перемены, он великодушно продолжал помогать мне полезными советами.

Уильям Матассони, партнер McKinsey по связям с общественностью, продемонстрировал выдающиеся литературные способности, существенно улучшив книгу.

Рэнди Зеллер, партнер и юрисконсульт McKinsey, отрецензировала рукопись. Другие партнеры, оказавшие мне поддержку, упомянуты в самой книге. Эллен Неннер, специалист в области формирования корпоративных знаний, помогла мне найти подходящий пример, чтобы проиллюстрировать обучение лидерству в процессе работы. Анита Мэдисон и Джим Тайберг провели колоссальную исследовательскую и творческую работу.

Барбара Синклер – мой помощник, с ней я работаю и дружу уже более 25 лет. Когда я приступил к написанию книги, у Барбары уже был богатый опыт исправления моих ошибок и внесения необходимых изменений. Данная книга стала и ее делом. В течение многих лет Барбара помогала мне в самых разных вопросах и всегда делала это с радостью. Она отказывалась перейти на административную работу, даже когда я ей это советовал. Я рад представившейся возможности выразить ей свою безграничную признательность.

Патрисия Хэскелл, мой агент и научный редактор, внесла особый вклад в работу. Пэт обладает удивительным даром – умеет делать авторский текст удобочитаемым, не искажая при этом его смысл, и знает, как представить книгу в более выгодном свете издателю. Я очень благодарен Пэт, а также писателю и другу, который посоветовал обратиться к ней.

Я получил огромную поддержку от издательства HBS Press, особенно от ответственного редактора Марджори Уильямс, которая помогла в окончательной подготовке рукописи к публикации.

Издательство отобрало восемь генеральных директоров компаний и теоретиков бизнеса – для анонимного рецензирования рукописи. Я благодарю их за потраченное время, за их суждения и помощь, а особенно за глубокие и содержательные комментарии. Я исключил почти все фрагменты, которые они сочли слабыми, другие же усилил. Чтобы устранить отмеченную некоторыми неопределенность, я постарался быть максимально конкретным. Некоторые рецен-



зенты посоветовали шире использовать личный опыт и пример компании McKinsey, что я и сделал.

В 1992 г. мы с женой Клео переехали в Делрей-Бич во Флориде, и я арендовал уютный офис напротив нашего дома. Так у меня появилось тихое место, где я мог сконцентрироваться на работе над книгой, прерываясь лишь на проекты компании или поездки в офисы McKinsey в Северной Америке или Европе.

Я рад, что мне удалось привлечь к работе внештатного секретаря Маргарет Нил. Она отбирала необходимый для книги материал и вела по телефону все дела с Барбарой в Нью-Йорке. Маргарет обладает писательским опытом, и она проявила огромный интерес к работе. На нее легла также большая часть работы по подготовке книги к печати: проверка сносок, составление заявки на публикацию, чтение корректуры.

Джеймс Маккинзи рекомендовал мне учиться у всех, у кого можно. Окруженный талантливыми людьми – на фирме и среди клиентов, – я знаю, что еще многим и многим обязан за помощь в создании книги.

Однако, как ни велика эта помощь, книга лишь пунктиром указывает цель, к которой должна стремиться компания. А так как каждая компания уникальна, ее руководители должны разработать собственный проект построения сообщества лидеров. Надеюсь, в этом им помогут мои соображения.

## Глава 1

### Зачем переходить к лидерской модели

В 1980-х гг. я участвовал в проекте McKinsey для одной из крупнейших в своей отрасли компаний (назовем ее Worldwide, Inc) со множеством подразделений и многотысячным штатом. Положение компании было крайне неустойчивым – ее активно атаковали конкуренты.

Мы начали работу, как обычно, с конфиденциальных бесед с топменеджерами. В мою задачу входило проведение интервью с руководителем самого крупного подразделения, который прошел все иерархические уровни компании. Мы немного побеседовали, затем я передал ему лист бумаги и сказал: «Здесь перечислены пять ключевых принципов нашей работы с клиентами. Это поможет вам лучше понять McKinsey».

1. Ставить интересы клиентов выше интересов фирмы.
2. Быть верными таким высоким принципам, как правдивость, честность, и надежность.
3. Не разглашать конфиденциальную информацию организаций клиентов, а также личные мнения сотрудников.
4. Отстаивать независимую точку зрения, быть готовыми высказывать свое несогласие с руководством компаний-клиентов и говорить им правду, даже если это негативно скажется на наших доходах или поставит под угрозу дальнейшее сотрудничество.
5. Консультировать клиентов только по тем вопросам, в которых фирма компетентна и решение которых принесет ощутимую пользу клиенту.

Топ-менеджер внимательно прочитал список, на секунду задумался, а потом сказал: «Чтобы понять *нашу* компанию, вам следует знать, что каждому, черт побери, лучше бы хорошо делать то, что говорит ему босс!» В его высказывании не было ничего нового, удивляла разве что его горячность. Большинство людей в большинстве компаний беспрекословно исполняют то, что приказывают им их боссы.

## Ужасы иерархии

После нескольких дней бесед с руководителями разных уровней стало ясно, что информация, имеющая важное значение для топ-менеджера, с которым беседовал я, к нему не поступала. Это старая, как мир, проблема административно-командной модели управления, основанной на строгой иерархии, где каждый вышестоящий имеет власть над нижестоящим. Поэтому каждый подчиненный делает то, что хочет начальник, или даже то, что, *как ему кажется*, хочет начальник. Если вы думаете, я преувеличиваю, вам стоило бы послушать *что* рассказывали нашим сотрудникам подчиненные топменеджера в доверительной беседе.

За 60 лет, прошедшие с того дня, когда я впервые начал работать с американскими компаниями над повышением их результативности, в модели управления большинства из них мало что кардинально изменилось. Всемогущий генеральный директор занимает высшую ступень иерархической лестницы и издает приказы для исполнения задуманных им планов.

Вам все еще кажется, что я преувеличиваю, тогда давайте объясню, почему так происходит. Люди хотят «преуспевать» (т. е. продвигаться по иерархической лестнице), чтобы руководить другими. Тогда они могут отправиться домой, сообщить своим близким, что их повысили и им прибавили зарплату, рассказать об этом своим друзьям и даже прочитать о себе в газетах.

Рассмотрим подробнее, что происходило с иерархической системой.

**Как масштабные преобразования укрепили иерархию.** Известный историк Альфред Чандлер-мл. в своей монументальной работе «Стратегия и структура» (Strategy and Structure)<sup>[4]</sup> делает вывод о масштабных преобразованиях в американской экономике, исходя из анализа структурных перемен в управлении четырех крупных производственных компаний: General Motors; DuPont; Standard Oil Company, New Jersey (позднее – Exxon) и Sears, Roebuck.

Вскоре после Первой мировой войны и до Великой депрессии каждая из этих компаний выработала независимо друг от друга новые управленческие методы, чтобы адаптироваться к стремительной экспансии американской экономики, которая стимулировала быстрый рост этих и других крупных компаний.

На реорганизацию данных компаний повлиял распространенный в то время в США подход к искусству управления. Каждая компания считала свои проблемы уникальными, а найденные способы их преодоления инновационными. На самом деле их основные выводы сводились к одному: нужно переходить к децентрализованной структуре с несколькими финансово независимыми подразделениями. Со временем многие американские корпорации провели реорганизацию по этой модели.

Крупные европейские компании обращались в американские консалтинговые фирмы с просьбой передать им опыт внедрения подобных управленческих моделей. Это подражание оказало огромное влияние на расширение деятельности McKinsey в Европе, по мере того как крупные корпорации разделялись на финансово независимые подразделения. Но в каждом подразделении продолжала существовать строгая иерархия и командные методы управления. Руководители подразделений привыкли конкурировать друг с другом за более высокие посты в компании по относительным показателям прибыли. При такой иерархической системе каждый руководитель подразделения автоматически становится генеральным директором.

**Как незначительные преобразования укрепили иерархию.** Конечно, административные и управленческие методы подверглись тысячам дополнительных преобразований. Так, командная работа, ее более широкое внедрение (об этом речь пойдет ниже) – это что-то сред-

нее между масштабными и дополнительными преобразованиями. Сегодня реформы любого масштаба – тема, невероятно актуальная в менеджменте.

Однако, несмотря на многочисленные преобразования, основной принцип управления в американских компаниях мало изменился за последние 60 лет. Всемогушие генеральные директора, отчитывающиеся перед советом директоров, по-прежнему обладают всей полнотой власти в вопросах управления. Они занимают высшую ступень в иерархии, что позволяет им отдавать приказы и контролировать людей, исполняющих эти приказы.

**Как иерархия тормозит инициативу.** Власть, которой каждый начальник обладает над подчиненными, налагает на них своего рода путы. Это выражаются в: 1) нежелании людей спорить с руководством, 2) нежелании предоставлять информацию или высказывать свое мнение, пока тебя не спрашивают, 3) нежелании проявлять какую-либо личную инициативу. Конечно, для преодоления подобной скованности во многих компаниях проводятся специальные тренинги. И хорошие начальники стремятся выстраивать отношения с подчиненными, чтобы ослабить эти внутренние ограничители, хотя им совсем непросто смириться с возражениями подчиненных.

Весьма показательно современное употребление термина «босс». Изначально так называли только мелких начальников, теперь же боссами называют руководителей любого ранга, даже глав компаний. Подчиненным слово «босс» постоянно напоминает, что начальник имеет власть над ними. Он оценивает работу сотрудников, от него зависит размер заработной платы и повышение по службе. А поскольку люди ходят продвигаться по служебной лестнице, они всячески стараются выполнять любые распоряжения босса или даже предугадывать их. Более того, руководитель может повлиять на репутацию сотрудника в компании и, разумеется, уволить его.

Желание продвинуться по службе заставляет начальников и подчиненных задумываться над тем, как их решения и действия повлияют на них лично. Это, по всей вероятности, самый существенный недостаток командной системы, но также и ее сильная сторона.

При административно-командной системе управления действительно удается добиться определенных успехов: руководители лично отвечают за результаты, они несут ответственность за результативность работы своих подчиненных, оценивают эту работу, определяют уровень оплаты их труда, от них зависит продвижение сотрудников по службе.

Тем не менее иерархическая модель управления воспринимается настолько негативно, что многие талантливые люди не хотят работать в крупных компаниях. Не так давно мне довелось присутствовать на четырех занятиях второго курса Гарвардской школы бизнеса. Я познакомился с половиной выпускников. Три четверти из них до поступления в школу уже работали в крупных корпорациях около четырех лет. Они настолько негативно относились к иерархии, что старались найти работу в небольших компаниях (такой пугающий отток талантов стал угрозой для крупных предприятий).

Для развития компании необходимо, чтобы каждый сотрудник был полностью вовлечен в процесс повышения ее результативности. Иерархическая же система вынуждает ответственных лиц на любом уровне учитывать и свои личные интересы, а не только интересы компании. Я вижу свидетельства этого годами. Мои доверительные беседы с руководителями разных уровней (кроме тех, которые занимают самые высокие позиции) завершались, как правило, следующими словами: «Прежде чем мы закончим, не посоветуете, как быстрее продвинуться по службе?» А некоторые добавляли: «Я подумываю о том, чтобы уйти из компании, потому что недостаточно быстро продвигаюсь».

## Изменение курса

В США многие руководители компаний сейчас признают серьезные недостатки административно-командной системы управления. Однако в начале 1990-х гг. призывы к фундаментальным изменениям звучали настойчивее. В компании General Electric необходимость существенных реформ обсуждалась с акционерами уже в конце 1980-х гг. В 1991 г. в своем обращении к совету директоров Джек Уэлч и его заместитель Эдвард Худ вынесли приговор командной системе управления, заявив: «Разделение по уровням иерархии разобщает, замедляет работу и приводит к искажению информации. Руководители в иерархических организациях пребывают в блаженном неведении относительно реального состояния дел»<sup>[5]</sup>.

В 1990 г. в интервью журналу *Harvard Business Review* Элмер Джонсон, глава чикагской юридической фирмы Kirkland & Ellis, бывший вице-президент и член совета директоров General Motors, сказал следующее: «Одно из самых замечательных организационных достижений в истории – крупное открытое акционерное общество, управляемое независимым советом директоров – более полувека служило обществу как бесценный источник благосостояния и работы. Теперь этот вид под угрозой вымирания, и нам следует принять решительные меры по его сохранению и обновлению»<sup>[6]</sup>.

Тот факт, что такие могущественные компании, как, например, IBM, могут оказаться под угрозой, действительно свидетельствует о необходимости решительных мер. В ответ на призывы финансовых аналитиков и крупных инвесторов сменить исполнительных директоров, переживающих кризис компаний, большинство советов директоров в конце концов пошли на подобные перемены. (За несколько лет, в середине 1990-х, были отправлены в отставку руководители таких компаний, как IBM, General Motors, Westinghouse, American Express и Eastman Kodak.)

В 1992 г. председатели советов директоров крупнейших производственных компаний из списка Fortune 100 в своих обращениях к акционерам, содержащихся в ежегодных отчетах, ясно давали понять, что в системе управления крупными американскими компаниями грядут революционные перемены. Уэйн Келлоуэй, в то время генеральный директор PepsiCo, прямо заявил: «Мир переживает потребительскую революцию, поэтому мы должны переосмыслить свой способ ведения бизнеса»<sup>[7]</sup>.

В том же 1992 г. главы других компаний признали неудовлетворительным ведение дел в своих компаниях и решительно заявили об этом в обращениях к акционерам. Так, руководители Allied-Signal Лоренс Боссиди и Алан Бельцер писали: «...Успех в 1990-е гг. сможет обеспечить только фундаментальная перестройка методов управления нашей компанией и представлений каждого из нас о том, какую роль он играет в компании... В настоящее время менеджмент разрабатывает новые методы управления компанией»<sup>[8]</sup>.

В 1992 г. в общей сложности в 26 обращениях к акционерам из ста содержались те же идеи, что и в послании руководства Allied-Signal. Так, Пол О'Нил, председатель совета директоров и генеральный директор Alcoa, говорил: «Реорганизация избавит нас от бесконечных согласований и проволочек...»<sup>[9]</sup>

Многие компании, недовольные административно-командной системой управления, хотя и не были готовы к обновлению и трансформации методов ведения бизнеса, все-таки реформировали систему, пытаясь ее улучшить.

Сейчас процесс изменений затронул большинство крупных и средних американских компаний. Их руководители понимают, что прежние методы препятствуют развитию, и опасаются, что в дальнейшем ситуация лишь усложнится. Они стремятся добиться большей производительности и гибкости, чтобы компании могли успешно развиваться в быстро меняющихся условиях конкурентной среды.

Однако среди всех этих призывов к переменам я не услышал ни одного, который бы предлагал заменить власть лидерством. О лидерстве написано огромное количество книг, но, как правило, они говорят о том, как стать лидером отдельному человеку, а не о том, как управлять организацией с помощью сообщества лидеров.

В этой книге я пытался продумать весь процесс обучения лидерству на практике и создания затем системы управления компанией, построенной на взаимодействии отдельных лидеров и лидерских команд.

Я уверен, что лидеры и лидерские команды, работающие как единое целое, более эффективны, чем командная система управления, основанная на принципах иерархии. Однако доказательств этому у меня нет. И готовых моделей не существует. Следовательно, руководство каждой компании должно разработать свою специальную модель управления на основе сообщества лидеров, т. е. развить лидерство на всех уровнях компании.

Я полагаю, что рано или поздно командную систему необходимо будет заменить. Просто «починить» ее недостаточно. Но и заменить ее будет не просто. Вероятно, этого не произойдет до тех пор, пока небольшие компании не докажут на практике, что их модели управления, основанные на взаимодействии лидеров, способны успешно конкурировать с административно-командной моделью управления.

Главы компаний, они же боссы (а так можно охарактеризовать большинство из них), должны развивать стремление к лидерству, начиная с себя: развивать в себе лидерские качества, необходимые для бизнеса, а также создавать и возглавлять сообщества лидеров и лидерские команды, распределенные в рамках организационной структуры.

## **Конец ознакомительного фрагмента.**

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.

## **Комментарии**

**1.**

John Pound, «The Promise of the Governed Corporation,» Harvard Business Review, March-April 1995, 92.

**2.**

Marvin Bower, The Will to Manage: Corporate Success Through Programmed Management (New York: McGraw-Hill, 1966), 250–252.

**3.**

Stratford Sherman, «How Tomorrow's Best Leaders Are Learning Their Stuff,» Fortune, November 27, 1995, 90.

**4.**

Alfred D. Chandler, Jr., Strategy and Structure: Chapters in the History of the American Industrial Enterprise (Boston: M.I.T. Press, 1962).

**5.**

General Electric 1991 Letter to Share Owners, February 14, 1992, 2.

**6.**

Elmer W. Johnson, «An Insider's Call for Outside Direction,» Harvard Business Review, March-April 1990, 46.

**7.**

PepsiCo 1991 Letter from the Chairman, 1992, 4.

**8.**

Allied-Signal 1991 Letter to Shareowners, February 10, 1992, 1.

**9.**

Alcoa 1991 Letter to Shareholders, February 14, 1992, 2.