



ЕЛЕНА БОЛЬШАКОВА,
РЕДАКТОР BUSINESS GUIDE
«ТОП-МЕНЕДЖЕРЫ ГОДА»

ЭВОЛЮЦИЯ ВОПРОСА

Проект «Топ-менеджеры года» существует уже более десяти лет. За это время методика его не раз менялась — дополнялась новыми правилами, позволяющими получить более ясную картину по итогам исследования.

Раньше мы просили руководителей крупнейших на Северо-Западе компаний — будь то петербургское предприятие, федеральная структура с действующим в городе филиалом или международная фирма, штаб-квартира которой в России базировалась в нашем регионе, — назвать только одного, по их мнению, наиболее успешного по итогам года топ-менеджера в соответствующей сфере экономической деятельности. При этом мы не предлагали конкретных фамилий, давая жюри полную свободу выбора, а на выходе получали множество разноплановых ответов, что в некоторых отраслях не позволяло выявить лидера. Примечательно, что именно в условиях неограниченного выбора главы компаний часто голосовали за себя, а некоторых такой запрос ставил в тупик.

Тогда было решено составить списки номинантов в каждой из двух десятков рассматриваемых отраслей. В них вошли те же персоны, которых мы спрашивали о роли руководителя в успехе конкурирующих компаний. Конечно, с возможностью выходить за пределы этого перечня, если голосующий не встретит в нем фамилию лучшей, по его оценке, головы. Это облегчило выбор участникам и позволило почти во всех сферах найти того, чья деловая деятельность вызывала наибольшее уважение коллег. Такая методика оказалась неидеальной для монополизированных (где мало участников) или закрытых для СМИ — где отклик невысок — отраслей.

Наконец, "Ъ" стал спрашивать у участников три фамилии: кто, по-вашему, достоин первого, кто — второго, а кто — третьего места? И в соответствии с позицией присваивал им три, два или один балл. Для игроков это менее категорично, а мы получаем возможность по сумме баллов определить не только лидера мнений, но также «серебряного» и «бронзового» призеров.

Участники опроса и есть номинанты. Каждое из трех мест могут делить несколько человек, остальные перечислены в алфавитном порядке по фамилиям, а в конце списка приведены кандидатуры, добавленные игроками на этапе голосования. Составлять и корректировать списки нам помогли независимые эксперты (бизнес-ассоциации, аналитики и представили госорганов), опрос провели Александра Михайлова, Александра Жучина, Анастасия Петухова, София Сун и Екатерина Федорова.

ПРОЙДЕМЯ ПО ГОЛОВАМ

СРЕДИ РУКОВОДИТЕЛЕЙ БИЗНЕСА В РОССИИ БОЛЬШЕ ВСЕГО САНГВИНИКОВ, КРАСНЫХ И «АДМИНИСТРАТОРОВ». ТАКИЕ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ДАЮТ КЛАССИФИКАЦИИ ТИПОВ ЛИЧНОСТИ, ПРИМЕНЯЕМЫЕ В МЕНЕДЖМЕНТЕ, РЕКРУТМЕНТЕ И БИЗНЕС-КОУЧИНГЕ. ОДНАКО ВОСПИТАТЬ В СЕБЕ ЛИДЕРСКИЕ КАЧЕСТВА И НАВЫКИ ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИЕЙ МОЖЕТ ЛЮБОЙ ЧЕЛОВЕК, ОТНЕСИСЬ ОН КРИТИЧНО И ОБЪЕКТИВНО К СЕБЕ. АНАСТАСИЯ ЦЫБИНА

Строго по терминологии: психотип — это тип нервной системы с базовой эмоцией, поведением и ядром характера. В течение жизни он дополняется опытом и окружающими условиями и в итоге формирует личность. ВГ изучил наиболее актуальные классификации психологических типов, применяемые в бизнесе и менеджменте.

Одна из самых известных — классификация Ицхака Адизиса, которая перечисляет четыре вида руководителей: производитель, администратор, предприниматель и интегратор. Производитель, объясняет генеральный директор маркетингового агентства «Брусника» Теххи Полонская, в этом случае подразумевает функцию производства результатов, ради которых организация и существует; администратор — администрирование, необходимое для обеспечения эффективности; под предпринимательством понимается деятельность, служащая для управления

изменениями, а интеграция объединяет необходимые для жизнеспособности организации элементы. «В идеале каждый руководитель в разных пропорциях совмещает в себе все четыре роли. Отсутствие одной из них говорит о том, что человек может быть хорошим специалистом, исполнителем, но компетенций для профессионального управления ему недостает. Правда, при наличии ресурса и сильных игроков роль лидера может быть дополнена заместителем или коллегой с другим функционалом», — рассуждает госпожа Полонская.

Типология Адизиса подразумевает, что хороший руководитель должен быть в первую очередь интегратором и администратором. «Это позволяет лидеру "сшивать" несколько команд и быть медиатором разных элементов системы. Адизис также говорит, что лидеру нужно быть коммуникабельным, ответственным, до-

брожелательным, порядочным и, как ни странно, скромным», — добавляет руководитель компании «СерчИнформ Профайлинг» Алексей Филатов.

Теххи Полонская приводит также типологию по ценности Workline, исходя из которой хорошими руководителями могут быть карьеристы. «Это люди, у которых сверхценность — власть. Они умеют распределять ресурсы, видят свою выгоду и выгоду компании, — раскрывает понятие эксперт. — В качестве хороших предпринимателей выступают новаторы, но как организаторы они могут упускать много важного. Обыватели хороши на классических консервативных должностях. Из интеллигентов и подражателей не всегда получаются хорошие руководители в силу того, что этим людям нужен наставник и крепкая рука. При этом в небольшом бизнесе подражатели могут успешно зарабатывать». → 20



ДАЖЕ РАЗВИТИЕ ШИЗОИДНЫХ ЧЕРТ МОЖЕТ СПОСОБСТВОВАТЬ УСПЕХУ УПРАВЛЕНИЯ В НЕКОТОРЫХ НАПРАВЛЕНИЯХ БИЗНЕСА

ПСИХОЛОГИЯ



Re, non verbis

адвокат
Александр
Зимин