

сотрудничество, в постоянный поиск и в непрерывное обучение. Однако стандарты у всех разные, у фирмы «Тойота» – это их 14 принципов. Если их изучить и применить у себя, то это и будет тем механизмом, который запускает весь процесс непрерывного совершенствования в любой компании и организации.

Библиографический список

1. *Лайкер, Дж.* Дао Toyota : 14 принципов менеджмента ведущей компании мира [Текст] / Дж. Лайкер, пер. с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 402 с.
2. *Мильтнер, Б. З.* Управление знаниями [Текст] / Б. З. Мильтнер. – М. : ИНФРА-М, 2003. – 178 с.
3. *Нонака, И.* Компания – создатель знания. Зарождение и развитие инноваций в японских фирмах [Текст] / И. Нонака, Х. Такеучи, пер. с англ. – М. : Олимп-Бизнес, 2003. – 384 с.
4. *Сенге, П.* Пятая дисциплина : искусство и практика самообучающейся организации [Текст] / П. Сенге, пер. с англ. – М. : Олимп-Бизнес, 1999. – 408 с.
5. *Танец перемен* : новые проблемы самообучающихся организаций [Текст] / П. Сенге, А. Клейнер, Ш. Робертс, Р. Росс, Дж. Рот, Б. Смит, пер. с англ. – М. : Олимп-Бизнес, 2003. – 624 с.

ЛИДЕРСТВО, ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И СОЦИАЛИЗАЦИЯ

Б.В. Кайгородов
(Россия, г. Астрахань)

Проанализированы процессы становления эффективных лидеров и предпринимателей; обоснована точка зрения о тесной взаимосвязи лидерства и процессов становления и развития личности растущего человека, то есть процесса социализации, которая подтверждается проведенными исследованиями и апробацией на основе бесед-интервью молодых людей.

The author analyses the process of the forming of professional leaders and entrepreneurs; proves his point of view on the close correlation of the leadership and the process of the forming and the development of the personality of a developing person, i.e. socialization, which is based on the research findings and the approbation through conversations and interviews with young people.

Ключевые слова: лидерство, лидеры, предпринимательство, социализация, качества лидера-предпринимателя.

Key words: leadership, leaders, entrepreneurship, socialization, features of a leading entrepreneur.

В современном менеджменте и современной психологии часто разворачивается дискуссия по поводу определения детерминант образования лидерства и предпринимательства. Выделяются две кардинально противоположные точки зрения. Одна утверждает, что лидером и предпринимателем рождаются, другая – становятся. До сих пор остается открытым вопрос, лидерство и предпринимательство – это заданность или данность. От ответа на него зависит решение проблемы подготовки новых лидеров, сохранения «старых», определения индивидуально-личностных особенностей и составления типологии лидерства и лидеров, понимания взаимодействия между лидером и последователями, «выращивания» эффективных менеджеров-предпринимателей.

Мы считаем, что лидерство и предпринимательство есть производная от результата социального становления и развития личности человека, то есть процесса социализации [5]. Социализация нами рассматривается как двуединый процесс – социализации и индивидуализации [5]. Социализация как двуединый процесс выступает тогда, когда эти процессы в пространстве социального становления и развития личности растущего человека обладают следующими характеристиками: симметричность и синхронность. Углубление одного процесса требует усиления другого. На определенных этапах онтогенеза эти процессы пересекаются, образуют узел и создают ос-

нову для развития лидерства личности человека. В этом узле происходит обмен между продуктами, приобретенными в процессах адаптации и индивидуализации. Преобладание во времени и пространстве развития личности процесса адаптации делает человека подчиненным, проявление индивидуализации задает основу для раскрытия потенциала к лидерству и предпринимательству. Другими словами, лидерство и предпринимательство есть результат соотношения процессов адаптации и индивидуализации. На перекрестке этих процессов формируются основные качества, образующие лидерство и предпринимательство: интеллект (общий, эмоциональный, социальный), харизматичность, целеустремленность, уверенность в себе, настойчивость, страстность, любовь к делу и др. Эти качества есть результат актуализации, реализации процесса индивидуализации и влияют на него (облегчают или затрудняют его протекание). А. Манегетти отмечал, что гений – это всегда феномен индивидуальности, а лидеры – это множество маленьких гениев жизни [6].

В процессе социализации, когда актуализируется и преобладает процесс адаптации, человек вводится в зону комфорта, которая его успокаивает. Зона комфорта для каждого человека индивидуальна и она определяет успех человека. Отсюда следует, что у каждого человека есть механизм провала и механизм успеха – это его «зона комфорта». Но пребывание в «зоне комфорта» приводит к статике, человек успокаивается, отсутствует движение. Пока он не выйдет за пределы «комфортной зоны», человек не сможет расти, развиваться и стать успешным в чем-либо. Причиной того, что люди не желают покинуть «комфортную зону» из-за боязни «провала», избегания неуспеха [3].

Успешные люди не боятся провалов и готовы пойти на риск. Человек, который выходит за пределы комфорта, является, во-первых, лидером и, во-вторых, – предпринимателем.

Причины, по которым одни предприниматели успешны, а другие – нет, всегда вызвали интерес у специалистов. Так, например, определены три группы составляющих личности, которые в значительной мере влияют на результат будущей деятельности человека, планирующего открыть свое дело. Это – деловые навыки; личные качества; «надситуативная» активность; способность идти на необходимые риски и жертвы ради воплощения своего замысла в жизнь [4]. «Надситуативная» активность позволяет предпринимателю выйти за пределы ситуации, увидеть новые цели, стоящие вне конкретной ситуации, но порождаемые ею.

Эти личностные составляющие позволяют выделить необходимые навыки, которые помогают лидеру и предпринимателю реализовать себя, это наличие:

- высокой общеобразовательной и профессиональной подготовки. Однако это необходимо, но недостаточно. Можно привести много примеров, иллюстрирующих обратное. Требуется сочетание такой подготовки с формированием эмоционального интеллекта;
- умения понять и анализировать кластер, в котором предполагается открыть свое дело, сформированные непосредственно перед созданием нового предприятия;
- умения руководить – приобретенные ранее качества и проверенные способности делают начинающего предпринимателя более подготовленным в отношении разнообразных задач, возникающих при учреждении нового предприятия;
- умения и знания организации предприятий, которые позволяют быстрее распознать и оценить трудности и риски раннего этапа работы, преодолеть или даже избежать их;
- желания и умения реализовать потенциал лидерства и предпринимательства. Только в этом случае человек заявляет о себе как о лидере и предпринимателе и может влиять на людей и иметь последователей. Лидер формирует команду и сам становится ее участником;
- умения общаться с людьми, будь то управление персоналом, работа в группе, переговоры с деловыми партнерами или отношения с клиентом, разрешение и управление конфликтами, то есть большое значение для обеспечения успеха имеет наличие высокой социальной компетенции. Ее основными составляющими являются коммуникаци-

онные способности, контактность, готовность и умение разрешать конфликты, внимание к партнеру, умение слушать, чувство ответственности, эмоциональная устойчивость, мотивационные способности, стремление обучаться, способность к самоанализу, чувство справедливости. Обладая этими качествами, начинающий предприниматель, как правило, оказывается в состоянии решать встающие перед ним задачи.

Исследователи Дж. Ковини, Д. Слевин в качестве главной составляющей своей концептуальной модели предпринимательства используют понятие «предпринимательская позиция» [7]. Эту позицию, по их мнению, определяют следующие три параметра:

- первый – принятие риска – готовность взять на себя предпринимательские и хозяйственные риски, что выражается в приоритете очень рискованных проектов с большими шансами на высокую прибыль по сравнению с менее рискованными проектами с небольшими, но вполне гарантированными поступлениями.
- второй – превентивная активность – готовность инициировать акции и проекты, на которые конкурент должен обязательно отреагировать. Предприниматель пытается первым, намного опережая своих конкурентов, ввести новые продукты, технологии, услуги, организационные формы и т.д. (используется лозунг: инновация, а не имитация).
- третий – инновационность – готовность широко проводить научные исследования, разработки и инновации, при этом неудачи воспринимать как неизбежные издержки риска, а инновационный успех – как вознаграждение [7].

Что касается личных качеств предпринимателя, то среди множества черт характера эксперты выделяют четыре свойства, которыми обладают почти все успешные бизнесмены: потребность в достижениях, инициатива, вера в себя, смелость, знание и понимание себя. Понимание себя позволяет предпринимателю и лидеру разобраться в своих желаниях, своих мотивах и целях. Это важно при планировании своей деятельности. Человек, который знает и понимает себя, лучше разбирается в других людях, что помогает ему эффективно ими управлять.

Опрос представителей среднего и малого бизнеса позволил нам выделить личностные качества, обеспечивающие им эффективную деятельность в бизнесе. К таким качествам можно отнести: способность быстро принимать неожиданные решения; способность продуктивно работать в «пиковом» состоянии; уверенное поведение, умение рисковать; коммуникативные преимущества; агрессивность характера; целеполагание; креативность, харизматичность, интуиция; умение работать с людьми; устойчивость поведенческих и ценностных стратегий в различных ситуациях; «спокойное» отношение предпринимателей к своим недостаткам, высокий уровень самооценки. Многие в этот список добавляют оптимизм. Оптимизм, по нашему мнению, есть стратегия поведения и не всегда оптимальная. Пессимизм иногда предпочтительнее, так как позволяет просчитать все трудности и препятствия, быть готовым к ним и мобилизовать себя на их преодоление.

Следующая группа составляющих любого предпринимателя – его способность справляться с неизбежными испытаниями, проблемами и жертвами. Предпринимательство не может быть без исключительной самодисциплины; отказа от отпуска и почти постоянной работы по вечерам и выходным дням; сокращения времени, уделяемого семье и личным интересам. Хотя, надо отметить, что в настоящее время актуальной проблемой является поиск адекватного соотношения между личной и деловой жизнью. Итак, умения и индивидуально-личностные характеристики предпринимателей и лидеров являются одними из механизмов их успеха.

С другой стороны, пусковым механизмом успеха является набор целей. Целеполагание одна из важных характеристик лидерства и предпринимательства. К сожалению, большинство людей испытывают сложности в целеполагании. Часто цели есть, но они четко не сформулированы, а если и сформулированы, то несут общий характер, они не конкретные, а главное – не измеряемые. Отсюда данные цели трудно контролировать и определить качество их реализации. Можно однозначно утверждать, что такие формулировки являются не целями, а пожеланиями. Главное в целеполага-

нии, чтобы желания стали целями и тогда они будут управлять человеком, стимулировать его к действиям. Цели как устойчивое явление начинают развиваться в юношеском возрасте. Следовательно, юношество является сензитивным периодом для развития лидерства и предпринимательства.

Наши исследования показывают, что у выпускников гимназий и первокурсников вузов г. Астрахани наиболее часто встречаются цели, связанные с выбором профессии, учебой, общением, с собственной личностью и самореализацией. Наиболее выраженной является жизненная цель – самореализация (19,3%). Далее следует выбор профессии (13,8 %), учеба (9,2 %), а затем – общение (8,3 %), обладание (8,3 %).

В 18–19 лет у молодых людей (второкурсники и третьекурсники) на первое место выходят цели, связанные с общением (15,7 %), учебой (11,1 %) и поиском самодостойности (9,2 %). Хотя, надо отметить, что сохраняют актуальность и цели, связанные с самореализацией (13,8 %).

В 20–21 год (четвертый и пятый курсы) встречаются цели, характеризующие самореализацию и учебу. В преддверии завершения вузовского образования молодые люди задумываются о дальнейшей жизни, основываясь на осознании своих возможностей, они пытаются «наверстать» упущенное, спланировать дальше свою жизнь («обзавестись семьей», «найти престижную работу», «найти достойную работу» и т.д.). Как видно из приведенных данных, молодые люди ставят цель – самореализоваться. Поэтому необходимо организовать условия, позволяющие студентам реализовать себя в бизнесе, инновационной деятельности, науке и т.д. Можно отметить, что у второкурсников и третьекурсников наблюдается узел связи процессов индивидуализации и социализации, что и задает новый виток социальному развитию молодого человека. В этой «точке» отмечается синхронность и симметричность процессов социализации и индивидуализации, что создает основу для актуализации нового качественного витка для развития лидерства и предпринимательства.

Таким образом, качественный анализ показал, что молодые люди студенческого возраста в зависимости от отношения к будущему и целей по-разному воспринимают себя как субъектов этого будущего. Это зависит от осознания своих возможностей, способностей и той реальности, в которой находится растущая личность.

Осознание своих способностей позволяет, с одной стороны, решить задачу на целеполагание, а, с другой – выделить у себя те способности, которые необходимы именно для достижения жизненных целей. Жизненная цель позволяет актуализировать понимание себя, постичь смысл своего существования в контексте поставленной цели. На первое место у этих испытуемых выходит «Я», то есть актуализируется процесс индивидуализации. А это как раз время развития лидерства. Молодой человек на первом курсе адаптировался к вузу, студенческой группе, понял и принял «правила игры», господствующие в вузе. В сочетании с юношеским максимализмом, неумением они желают проявить себя, выделиться, выйти из «комфортной зоны». Это свойственно студентам вторых и третьих курсов. Молодые люди стремятся заявить о себе, проявить себя, включиться в новые для них отношения. Это наблюдается у студентов, которые положительно относятся к себе. При негативном отношении к себе молодые люди проявляют инфантильную позицию и считают: пусть окружающие люди, общество заботится о них, главное – адаптироваться к социальному окружению.

Данные, полученные в ходе беседы-интервью, показали, что 15 % испытуемых, не доверяющих себе, имеют проблемы в осознании себя. Так, они отметили, что хотели бы быть моложе, чем они есть на самом деле. У испытуемых, которые доверяют себе, такие желания отсутствуют.

Анализ ответов на вопрос «Ваша надежда?» позволил нам констатировать, что надежда на лучшее – это не пассивная, а активная позиция молодых людей. Большинство опрошенных считают, что надо надеяться только на себя (38 %) и на успешную карьеру (21 %). Большое значение приобретает специальность, которую приобретут студенты, и возможность стать профессионалом (38 %). Только 3 % опрошенных затруднились дать ответ на поставленный перед ними вопрос. Эти данные

свидетельствуют об «отходе» от инфантильной, инфантильной позиции, что знаменует новый уровень социального созревания. Данное положение можно проиллюстрировать словами одной девушки: «Только от таких, как Я, зависит будущее страны». Все это можно интерпретировать двояко. С одной стороны, проявляется юношеский максимализм, с другой – осознание собственной ответственности за себя в этом мире, за свою жизнь.

Для выяснения предпочтений мы предложили испытуемым сформулировать «девиз жизни». Все ответы на вопрос: «Ваш девиз?» были разбиты на шесть категорий: «ориентация на успех» (25 %), «саморазвитие» (31 %), «отношение к людям» (15 %), «организованность» (10 %), «качество» (6 %). При этом 2 % испытуемых затруднились дать ответ.

Как видно, большинство юношей и девушек имеют выраженную ориентацию на саморазвитие, что находит отражение в целях, направленных на изменения в ожиданиях и надеждах молодых людей. Эти респонденты – юноши и девушки – вкладывают в содержание девиза смысл, заключающийся в движении, развитии.

Из всех опрошенных только 11 % молодых людей в своем девизе отразили категорию «пассивности». Это можно интерпретировать как то, что молодые люди в большей степени полагаются на судьбу, на ожидание того, что жить будет лучше, или занимают позицию стороннего наблюдателя.

Поведение человека зависит от опыта, сформированного в процессе социализации, который аккумулирует когнитивные схемы действия в типичных ситуациях и те переживания, которые эти ситуации вызвали. С учетом сформированного опыта поведение человека в этих ситуациях стабильно и устойчиво. В силу этого у человека складывается определенная стратегия алгоритма действий в аналогичных ситуациях.

Для изучения самопонимания в сложных жизненных ситуациях мы применили вариант проективной методики, в качестве стимульного материала использовались отрывки текстов (микротексты), которые отражают состояния человека в следующих ситуациях: «успех», «неуспех», «уверенность», «сомнение», «решение», «проблема». При анализе материала, полученного в ходе исследования, мы использовали качественный анализ (основная сфера развития сюжета рассказа, личностные характеристики героя, характер использования предлагавшегося испытуемому текста, особенности динамики удовлетворения доминирующей потребности, временная протяженность сюжета, осознание героем последствий от достигнутого им результата деятельности) и количественный (частотная оценка различных категорий «тем») анализ.

Обратимся к анализу полученных данных. Основными сферами жизнедеятельности молодых людей, отраженными в их текстах, являются в ситуации «успеха»: карьера (30 %), поступление в вуз (21 %), самореализация (15 %), взаимоотношения между людьми (9 %); в ситуации «неуспеха» – экзамен (45 %), карьера (23 %), отношения между людьми (15%); в ситуации «уверенности» – выбор профессии (27 %), поступление в вуз (25 %), отношение к противоположному полу (13 %); в ситуации «сомнения» – выбор специальности (34 %), распорядиться деньгами (25 %), место будущей работы (20 %); «решение» – выбор специальности (37 %), выбор работы (29 %), отказ от вредных привычек (17 %); «проблема» – отношения с друзьями (32 %), отношения с людьми (27 %), отношения с противоположным полом (17 %).

Анализ текстов показал, что поведение героев, запечатленных в этих текстах, зависело от их отношения к будущему («оптимист», «пессимист»). В ситуации «неуспеха» чаще всего отмечалось обращение героя к своему «Я», выражающееся в актуализации эмоционального состояния, что способствовало пересмотру и корректировке своих возможностей в достижении результата. Такое поведение героя представили в своих описаниях испытуемые, которых можно охарактеризовать как оптимистов. В поведении героя у пессимистов наблюдалась иная картина. Фиксация на собственное «Я», выраженная у героя, приводила к блокировке действий. Герой, представленный в тексте испытуемого, все внимание переносил на глобальное «Я» и при этом не мог выделить те составляющие «Я», которые могли способствовать адекват-

ному выходу из этой ситуации. У молодых людей без явной ориентации позитивный выход из ситуации неуспеха наблюдался чаще, чем у пессимистов.

Таким образом, анализ данных подтвердил, что испытуемые при составлении текстов, в которых ими описывались ситуации «успеха», «неуспеха», «уверенности», отражали привлекательные и актуальные для студентов сферы жизнедеятельности: карьера, реализация мечты, поступление в вуз. Это актуальные сферы, соответствующие социальной ситуации развития современного студенчества.

Надо отметить, что на современном этапе развития общества стремление к карьере является «здоровой» тенденцией в становлении личности будущего профессионала. Но стремление к карьере будет зависеть от понимания субъектом процесса подготовки к профессиональной деятельности. Это понимание закладывается в процессе его развития. От того, как понимает молодой человек «карьеру», будет зависеть её достижение.

Знания о карьере в соотношении с собственной личностью находят определенное место в структуре «Я» молодого человека, а именно – в его «Я-концепции». Понимание карьеры определяет переход знания в иное качество знания, которое может реализовываться в конкретной, будущей профессиональной деятельности.

На основе понимания карьеры, по данным нашего исследования, выделились две группы студентов: первую составили студенты, положительно относящиеся к карьере (35 %), вторую – студенты, отрицательно относящиеся к карьере (65 %).

В первой группе молодые люди отметили активный (57 %) и пассивный (43 %) характер карьеры. Студенты второй группы не дифференцировали карьеру и карьеризм. Для них эти понятия образуют синонимичный ряд. В своих рассказах испытуемые выделяли следующие личностные характеристики героя, способствующие состоянию успеха, неуспеха и т.д. Так, в ситуации «успеха» герой наделялся характеристиками: хороший работник, талантливый, трудолюбивый, решительный, внимательный, неутомимый, ловкий, упорный, желающий быть первым, целеустремленный, принципиальный, уверенный.

В ситуации «неуспеха»: самоуверенный, эмоционально неустойчивый, закомплексованный, надеющийся, верующий в свои мечты, открытый новому опыту, ответственный. Надо отметить, что студенты, описывая ситуацию «неуспеха», часто характеризовали героя двояко: во-первых, с позиции тех качеств, которые повлияли на неуспех, и, во-вторых, с позиции тех качеств, которые способствовали выходу из этой ситуации.

В поведении героя, представленного в текстах, выделяется ряд этапов, которые можно представить в виде цепочки: «актуализация – напряжение – разрешение». Эта цепочка характерна для поведения героя в ситуациях «неуспеха», «сомнения», «решения», «проблемы».

В ситуации «неуспеха» текст, предложенный испытуемым, использовался для усиления напряжения психического состояния героя. В ситуации «решение» в тексте актуализировалась цель, герой испытывал напряжение, и если оно разрешалось, то наступала разрядка. Поведение героя в ситуации «проблемы» определялось постановкой цели, осуществлением поиска решения. Им была предпринята попытка осознания возможностей, сопоставление их с предвиденным результатом, осознания последствий. Если герой самостоятельно не мог принять адекватного решения, то он обращался за помощью к другим людям, и это помогало принять решение. В ситуации «сомнения» поведение героя описывалось через постановку цели, осознание возможных способов её достижения, сопоставление их с предвиденным результатом, осознание последствий. Осознание последствий является наиболее актуальным для поведения человека в этой ситуации. Далее отмечалось принятие решения, которое актуализировало, в свою очередь, психическое состояние. В ситуации «успеха» поведение героя раскручивалось по сценарию, который приобретал иной вид. Сначала – «актуализация» цели, затем «определение и поиск возможностей», актуализация состояния максимального напряжения (это проявлялось в том, что герой трудно и долго шел к цели, долго готовился), далее «разрешение», а только потом «психическое

состояние», представленное в виде разрядки. В ситуации «уверенности» испытуемые описывали поведение героя через осознание им цели и актуальных возможностей, а их согласование порождало у героя уверенное состояние. Это позволяло ему достигать поставленной цели. В ситуации «неуспеха» испытуемые реже выделяли личностные характеристики героя, которые способствовали бы или, наоборот, затрудняли разрешение актуализируемых потребностей. Это, возможно, говорит о том, что испытуемые в ситуации «неуспеха» сформировали опыт, который заключается в отстраненности от анализа причин, приведших к этой ситуации. В ситуации «неуспеха» поведение героя описывалось по следующей схеме. Постановка цели и, как следствие, резкая актуализация психического состояния, вызванная неудачей, что далее вызывает двойное состояние героя: или приводит к депрессии, или к активизации поведения, направленного на разрешение этой ситуации.

Проведенное исследование показывает, что юношество является сенситивным периодом для развития лидерства и предпринимательства. Молодые люди достаточно четко определяют, какими качествами обладают успешные и неуспешные люди. Они осознают, как необходимо реализовывать себя в ситуации успеха, неуспеха, проблемы, решения и т.д.

Результаты данного исследования еще раз подтверждают положение, которое сводится к тому, что в формировании лидерства большое значение приобретает социальное становление и развитие личности. А. Манегетти отмечает, что в лидере, прежде всего, важна личность. Истинный лидер – это *судьбоносный момент духа в мире, как рука помощи для многих*. Лидер – это человек, который, удовлетворяя собственный эгоизм, реализует общественный интерес. Давая характеристику великому лидеру, А. Манегетти отметил, что он, руководя интересами, распределяя блага и развивая собственную деятельность, обеспечивает работой сотни людей, стимулирует прогресс в обществе, вносит оживление, диалектику, дающие толчок эволюции [6]. Это еще раз подтверждает, что развитие личности у лидера является порождением процесса индивидуализации.

Социализация как адаптация унифицирует человека, делая его стереотипным, погруженным в установочный мир. Например, сегодня во всем мире люди слушают и поют одни и те же песни, получают одну и ту же информацию, носят одежду одних и тех же фирм, пользуются одними и теми же духами. А. Манегетти утверждает, что интересы людей унифицированы единой психологией рынка, создаваемой экономическими лидерами разных стран, которые тем самым объединяют все человечество в единый народ [6].

Бизнесмен не только носитель ценностей: существует много опасностей в том, что связано с лидерством, но, безусловно, он является моментом стимула к прогрессу. Он несет всем богатство, предлагая лучшее, а далее каждый волен воспользоваться этим по-своему.

Таким образом, лидером не рождаются, а становятся. Становятся в процессе и в результате социального становления и развития личности человека. Следовательно, лидерство – это результат взаимодействия процессов социализации и индивидуализации [5]. Лидерство – это образование, возникающее на стыке этих процессов. Лидер аккумулирует общественные цели, ценности, «правила игры» и на основе их «заявляет» о себе. Но это протекает в «борьбе». И, прежде всего, в борьбе с самим собой, в борьбе за осознание своей ответственности за дело, деятельность. Стремление взять на себя ответственность ничего общего не имеет с «взятием» власти. Это разные вещи. Стремление к власти отчуждает от лидерства. Власть и лидерство между собой слабо совместимы. Например, борьба за лидерство в семье часто сводится к борьбе за ресурсы, за получение власти над другим человеком, который проявляет свое безоговорочное послушание.

Лидер и предприниматель заявляет о своей ответственности, взяв ее, а другой или другие соглашаются с ним, если ему доверяют. Лидер и предприниматель всегда на шаг впереди наемных сотрудников и/или исполнителей. Лидер, с одной стороны, определяется желаниями, возможностями и способностями человека, с другой сторо-

ны, представляет собой результат желаний и действий других людей. Лидер выдвигается окружением тогда, когда его психологический, личностный склад во многом совпадает с их идеальным образцом подражания. Подражая такому человеку, легче создавать, совершенствовать себя. В психологии известно, что мы стремимся к человеку, который является носителем таких качеств, которых нам недостает, которые человек страстно хотел бы видеть в себе [1]. Это один из механизмов формирования лидера. Подражание и идентификация являются основой становления и развития лидера и лидерства. Отсюда следует, что одной воли человека недостаточно для провозглашения себя как лидера, нужна воля окружения. Воля является внешним и внутренним фактором становления лидера и лидерства в человеке. Лидер должен быть востребован и воспроизведен.

Следовательно, лидер, предприниматель является примером для окружения. В этом случае он своим примером не просто толкает людей к реализации в профессиональной деятельности, а втягивает их в деятельность. Это происходит благодаря тому, что он организует деятельность с учетом достоинств сотрудников. Лидер имеет представление о результате и знает, как его достичь и адекватно выстраивает, организует отношения в деятельности, в которой сотрудники сами, самостоятельно трудятся во благо своей личности и фирмы в целом. Это «втягивание» осуществляется только здесь и сейчас, «втягивания» завтра не бывает [2]. Таким образом, лидер реализует себя здесь и сейчас. Он сегодня с людьми. И чтобы не потерять сегодня направление, он формулирует и сохраняет стратегические цели. Это цели в далекое будущее, но процесс достижения разбивается на этапы, которые реализуются сегодня.

Библиографический список

1. *Гоулман, Д.* Эмоциональное лидерство : искусство управления людьми на основе эмоционального интеллекта [Текст] / Д. Гоулман, Р. Бояцис, Э. Макки – 3-изд. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2008.
2. *Лайкер, Дж.* Дао Toyota: 14 принципов менеджмента ведущей компании мира [Текст] / Дж. Лайкер. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005.
3. *Менегетти, А.* Психология лидера [Текст] / А. Менегетти. – М. : ННБФ «Онтопсихология», 2006.
4. *Петровский, В. А.* Индивидуальность и саморегуляция : опыт мультисубъектной теории [Текст] / В. А. Петровский // Мир психологии. – 2007. – № 1.
5. *Фельдштейн, Д. И.* Психология развития человека как личности [Текст] : избранные труды : в 2 т. / Д. И. Фельдштейн. – М. : Изд-во Московского психолого-социального института – Воронеж : МОДЭК, 2005. – Т. 1.
6. *Филонович, С. Р.* Лидерство как интегральная проблема наук о поведении [Текст] / С. Р. Филонович // Российский журнал менеджмента. – 2007. – Т. 5. – № 4. – С. 91–100.
7. *Covin, J. G.*, A Conceptual Model of Entrepreneurship as Firm Behaviour [Text] / J. G. Covin, D. P. Slevin // Entrepreneurship Theory and Practice. – Baylor, Waco, 1991.