

УДК 331.446

А. С. Суханов, МФПА

ЛИДЕРСТВО И ПРЕТЕНЗИИ НА ЛИДЕРСТВО В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ

Каждый предприниматель, как правило, рано или поздно задается вопросом какова конкурентная сила его соперника по бизнесу? Как конкурент будет использовать свой ресурсный потенциал в процессе противостояния? Каким образом можно предугадать эффективность ответных действий соперников? Конкурентные отношения с сильным соперником повышают для субъекта предпринимательства риск существенной потери доли рынка, а в худшем сценарии грозит ему уходом из бизнеса. Поэтому для раскрытия сущности процесса конкурентного соперничества между лидерами и претендентами на лидерство в предпринимательстве необходимо создание методов оценки конкурентных позиций субъектов предпринимательства по отношению друг к другу и определение основных характеристик лидеров и претендентов на лидерство в предпринимательстве.

Понятие «лидерство» сопутствует предпринимательству на всех этапах его жизнедеятельности. Так, образуется новый субъект благодаря воле и желанию одного или нескольких человек, которые, убеждая людей в своей состоятельности как руководителей, создают коллектив, в котором являются лидерами. Таким образом, новообразованный субъект попадает в конкурентную среду, в которой при определенных действиях и обстоятельствах он также может стать лидером какого-либо сектора рынка товаров и услуг, опередив конкурентов. При этом, говоря про лидера на этапе создания субъекта предпринимательства, мы подразумеваем конкретного человека (физическое лицо), в то время как после основания субъекта и его попадания в конкурентную среду, мы чаще всего подразумеваем организацию (юридическое лицо), поскольку институциональный субъект предпринимательства имеет больше шансов стать лидером в силу больших организационных, статус-

ных, финансовых и других возможностей. Далее, рассматривая действия субъектов предпринимательства, мы будем понимать действия организаций в отношении конкурентов, которые тем не менее являются следствием мотивации руководства этих организаций.

В связи с вышеизложенным, важным для многих субъектов предпринимательства становится вопрос о претензиях на лидерство в предпринимательстве, поскольку зачастую их необоснованные лидерские амбиции приводят к тому, что очередной претендент оказывается не в состоянии выдерживать конкуренцию на уровне лидера. Как следствие — потеря стратегически выгодных позиций и, возможно, уход из бизнеса.

Очевидно, что для субъектов предпринимательства, всерьез намеревающихся завоевать лидерскую позицию, появляется необходимость самоидентификации относительно других участников рынка. Можно выделить два этапа определения возмож-