

ББК 60.54 УДК 316.351

Ефимова Галина Зиновьевна –
заведующая учебно-научной
социологической лабораторией при
кафедре общей и экономической
социологии, кандидат социологических
наук, доцент,
Тюменский государственный университет,
г. Тюмень
e-mail: g.z.efimova@utmn.ru

УРОВЕНЬ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ И КАЧЕСТВА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ И РАБОТАЮЩЕЙ МОЛОДЕЖИ

Исследование «Формирование конкурентоориентированности и конкурентоспособности молодёжи в российском обществе в контексте современной социокультурной динамики» проведено коллективом учебно-научной социологической лаборатории при кафедре общей и экономической социологии Тюменского государственного университета под руководством Академика РАО Г.Ф. Шафранова-Куцева в рамках выполнения государственного задания Минобрнауки России «Формирование конкурентоориентированности и конкурентоспособности молодёжи в российском обществе в контексте современной социокультурной динамики» проект №28.2941.2017/4.6.

Ключевые слова: молодёжь, студент, работающая молодёжь, профессиональное образование, конкурентоспособность, человеческий капитал.

Вопросы изучения конкуренции и конкурентоспособности на национальном, корпоративном и личностном уровне находятся на междисциплинарной границе между экономикой, социологией, менеджментом, психологией и другими науками. Приоритетное использование данных терминов отмечается в отношении экономики и производственной сферы. Социологические, управленческие и педагогические аспекты необоснованно упускаются, выпадая из научного анализа.

Конкурентоспособность трактуется как «комплексное свойство, присущее человеку и состоящее из психофизических ресурсов (здоровье, возраст, внешность, уровень интеллекта) и нравственных аспектов (ценностные ориентиры и их иерархия, верования и их система, личные запреты и ограничения). Основу данного свойства составляют высокий

профессионализм, психологическая готовность к конкурентной борьбе за своё существование и социальные особенности личности» [4].

Процесс накопления конкурентоспособности человека оценить достаточно сложно и в первом приближении при всей субъективности, это можно сделать, основываясь на личной самооценке конкурентоспособности. Примером методологической состоятельности такого подхода при оценке социальных процессов и личностных позиций является использование метода самооценки при исследованиях стратификационной структуры российского общества, где именно личностная самооценка выступает одним из четырёх факторов, определяющих место человека в социальной иерархии [1].

Рассмотрим уровень конкурентоспособности студенческой¹ и работающей молодежи², по результатам проведённого нами социологического исследования. В среднем каждый четвёртый студент считает себя конкурентоспособным (вариант ответа «да») – 26%, а три четверти респондентов сомневаются в своей конкурентоспособности. Так, при ответе на вопрос «Считаете ли Вы себя конкурентоспособным (успешным)?» выбрали вариант ответа «скорее да, чем нет» - 59% студентов, «скорее нет, чем да» – 13%. Категорически отрицают свою конкурентоспособность – 3% опрошенных.

Конкурентоспособность студента находит продолжение в конкурентоспособности выпускника. Таким образом, во время обучения студент становится «объектом конкурентоориентирования» [2, С.221]. Среди работающей молодежи, конкурентоспособными считают себя уже в два (!) раза больше респондентов – 57% (вариант «да, конкурентоспособен»), каждый третий (33%) «скорее конкурентоспособен» (вариант «скорее да, чем нет»).

¹ Опрос студенческой молодежи проведён в апреле – июле 2017 года среди 1360 студентов учреждений высшего и среднего профессионального образования. В городах юга Тюменской области опрошено 1196 человек, в т.ч. Тюмень (963 человека), Тобольск (135 человека), Ишим (98 человек). Помимо этого, в выборку включены студенты, участники Всероссийского слёта лучших групп (164 человека), который проводился в Тюмени в мае 2017 года. Метод исследования: анкетный опрос по месту обучения. Тип выборки: многоступенчатая, районированная, квотная пропорциональная. Ошибка выборки составила 3,1%, что обеспечивает высокую надёжность полученных данных. Генеральная совокупность численности обучающихся образовательных организаций среднего профессионального образования по программам подготовки специалистов среднего звена (очная форма обучения) составляет 13900 человек и высшего образования (очная форма обучения) составляет 26309 человек (по городам Тюмень, Тобольск, Ишим) по данным на начало 2017 года. Для обработки и анализа полученных данных использовалась лицензионная версия программы IBM SPSS Statistics 23.

² Опрос работающей молодежи проведён в апреле – июле 2017 года среди 956 представителей работающей молодежи в городах юга Тюменской области. В исследовании приняли участие респонденты из городов Тюмень (711 человек, 74%), Тобольск (169 человек, 18%) и Ишим (76 человек, 8%). Работающая молодёжь представлена более чем двадцати предприятиями Тюменской области. Метод исследования: анкетный опрос по месту работы. Тип исследования: разведывательное.

Распределение ответов респондентов по полу показывает, что мужчины гораздо выше оценивают собственный уровень конкурентоспособности. Среди студентов: мужчины называли себя конкурентоспособными (вариант ответа «да») в каждом третьем случае (33%), что в 1,4 раза выше аналогичного показателя среди женщин (23%). Среди работающей молодежи: варианты ответа «да, конкурентоспособен» выбрали 64% мужчин и 48% женщин.

При анализе открытых вопросов «Что значит «быть конкурентоспособным» в жизни в целом?», «Что значит «быть конкурентоспособным» на рынке труда?» выделены конкурентные стратегии и стереотипы восприятия конкурентоспособности. В первом приближении респондентов (судя по их ответам на вопрос) можно разделить на добросовестно конкурирующих и тех, кто не гнушается нечестной конкуренции, а при необходимости готов «пойти по головам», необоснованно рисковать и даже преступить закон. Около 7% респондентов упомянули негативные черты и характеристики конкурентоспособной личности. Примечательно, что чаще наделяли конкурентоспособного человека негативными чертами те респонденты, которые не считают себя конкурентоспособными. Высокая амбициозность, наглость, упёртость, хитрость и умение добиваться своих целей любой ценой и «уметь «запудрить» мозги». Респонденты отмечали возможность занять желаемое рабочее место (даже прибегая к недобросовестным приёмам) или отнять его у соперника.

Далее, выделяется преобладающее стремление к индивидуальной конкурентоспособности (90%), о которой респонденты заявляют следующим образом: «уметь «обойти» соперников конкурентов легальными способами»; «не тупить и хорошо учиться, чтобы в будущем без проблем обходить соперников»; «добиваться всего только самой, опережать других в чем-либо»; «быть на голову выше соперников», «быть на первом месте», «превосходство над другими», «выглядеть лучше на фоне других», «быть независимым от людей». Другие люди воспринимаются ими как «чужие», «враги» и «соперники», а не как «партнеры» и «коллеги», объединившись с которыми можно укрепить свои слабые стороны за счёт их достоинств и приобрести тем самым более высокую командную конкурентоспособность. Здесь речь может идти как об объединении, для выполнения конкретного краткосрочного проекта или рабочей задачи, так и для стратегических целей – продвижения данной сформировавшейся команды в научном или производственном секторе. В долгосрочной перспективе индивидуальная конкурентоспособность неизбежно проигрывает конкурентоспособности коллективной. Одна из причин этого кроется в неминуемых периодах «неработоспособности», которые случаются в жизни каждого человека – начиная от периодов болезни, личных неурядиц и продолжая более продолжительными периодами декретного отпуска, профессионального выгорания и прочего. В данном случае слаженная команда поддержит временно

«ослабшего» игрока и позволит ему восстановиться, реабилитировав себя. Наличие команды в аналогичной ситуации выступает своеобразной «подушкой безопасности» в конкурентном мире. Полагаясь исключительно на собственную индивидуальную конкурентоспособность становится более рискованной стратегией в долгосрочной перспективе. К тому же, высокий уровень личной конкурентоустойчивости и конкурентоориентированности поможет в кратчайшие сроки восстановить конкурентоспособность. По результатам исследования, на коллективную конкурентоспособность ориентированы менее 10% респондентов.

Вспомним такой термин как «коопетиция», который специалисты по менеджменту А. Бранденбургер и Б. Нейлбафф описывали как конкурентное сотрудничество, позволяющее компаниям из одной и той же отрасли детально согласовывать свои интересы и благодаря этому предприятия становятся более конкурентоспособными [3].

Одним из приоритетных качеств конкурентоспособной личности респонденты называли «связи» и необходимость везде иметь «своих людей». С одной стороны, это можно трактовать как стремление к недобросовестной конкуренции. С другой стороны, это начальная стадия командной конкурентоспособности, о которой мы говорили ранее. Разумеется, наличие «своих людей» в различных компаниях и даже органах власти и использование их в своих интересах может проявляться как недобросовестная конкуренция, граничащая с нарушением норм морали или даже закона.

Большинство студентов видят своё место в трудовой иерархии исключительно как «исполнителя». Прослеживается и стремление максимально красочно представить себя работодателю, обойти других претендентов на должность и зарекомендовать себя как хорошего специалиста и даже единственно достойного претендента на должность (обезопасив себя от перспектив смещения). О стремлении создать собственную команду заявляют менее 5% опрошенных. Это свидетельствует о различных стилях мышления – лидерского и исполнительского. Соответственно, конкурентные стратегии у каждого из них будут кардинально отличными друг от друга. Так, в первом случае наблюдается ориентация на достижение поставленной цели определёнными (допустимыми или же некорректными) способами, а во втором случае – максимальная самозащита от увольнения, смещения и «подсидивания» конкурентами. В последнем случае респонденты не демонстрировали чёткой ориентации на сплочение, взаимовыручку и единение.

Какими качествами и характеристиками должен обладать человек, чтобы быть конкурентоспособным (успешным) на рынке труда? Не ответили на вопрос 34% студентов (458 человек). На первом месте по частоте упоминаний – профессионализм и репутация на рынке труда (в конкретной сфере) – быть высококвалифицированным специалистом, востребованным на рынке труда (19%). Варианты ответа, причисленные нами к этому блоку,

дали 74% респондентов. Чтобы быть конкурентоспособным, человек должен иметь исчерпывающие знания и навыки в профессиональной сфере, уметь их правильно применять в конкретной ситуации. Другие респонденты дополняли, что в современных реалиях недостаточно просто иметь знания, важно чтобы они были максимально полными, достоверными и максимально актуальными, а также сопровождалась различными дополнительными уникальными навыками и личностными качествами. Таким образом, лидирует в данном блоке такая характеристика как «высокая компетентность»; «чтобы выбор между мной и другими оканчивался на мне из-за знаний и опыта»; «обладание абсолютными знаниями в своей сфере труда»; «быть мастером своего дела».

Репутация воспринимается 15% студентов как индикатор конкурентоспособности: быть «значимым специалистом, с чьим мнением считаются», «известным в своей сфере деятельности», «доказать, что ты отличный специалист в данной области», «числиться в списке известных специалистов», «уважение среди коллег и руководства».

Далее следует такое качество как способность бороться за своё рабочее место – как при первоначальном отборе при приёме на работу, так и в дальнейшем, чтобы не заменили другим сотрудником. Этого работника ждёт непрекращающаяся конкурентная гонка с другими сотрудниками, стремление показывать свои лучшие качества, постоянно превосходить других людей в профессиональных навыках. Отмечается приоритетная важность разбираться в своих профессиональных обязанностях, трезво оценивать свои силы и способности, демонстрировать профессионализм («делать то, чего не могут другие или так, как не могут другие»), иметь достаточное количество знаний и умений, опыта и мудрости.

На третьем месте такое качество как саморазвитие и самосовершенствование (названо каждым шестым респондентом): «повышать свой профессиональный уровень», «стремиться к новым знаниям», «быть на два шага впереди других», «постоянно обучаться, иметь стопку корочек».

Об адаптивности и оперативности изменений упомянули 10% опрошенных. Конкурентоспособного человека они наделили гибкостью, умением подстроиться под изменяющиеся условия и требования рынка, быть готовым к трудностям в трудовых вопросах и личных аспектах, схватывать все «на лету» и даже «быть во всех местах одновременно». Человек, претендующий на победу в конкуренции должен знать о тенденциях в своей сфере деятельности и смежных с ней, развиваться, ощущать потребности общества и отвечать на них.

Ответы респондентов можно разделить ещё по одному принципу. Одни трактуют конкурентоспособность как опосредованный результат, который обязательно можно достичь, если человек ориентируется на более социально значимые, крупные цели. Для других респондентов конкурентоспособность становится самостоятельным результатом, за которым не стоит ничего более.

Ими (каждый третий респондент) конкурентоспособность оценивается через престижное рабочее место, высокую заработную плату и социальный статус.

Оценивали конкурентоспособность постфактум (5%), т.е. называли конкурентоспособным того, кто уже занимает лидирующее место: «лидер в организации», «умный и дальновидный руководитель», «превосходит других», «имеет качества руководителя и видит ключевые факторы, влияющие на рост компании».

В отдельную группу выделяются характеристики уникальности конкурентоспособного специалиста и его независимости: «специалист, который сам решает, где ему работать, а не его выбирают, как рабочего», «возможность выбрать работу, которая интересна». Это свидетельствует о стремлении сформировать персональный бренд, о социальной и профессиональной зрелости личности и готовности конкурентоспособного работника на равных взаимодействовать с работодателем – не «наниматься» на работу, максимально ярко и эффектно презентуя себя и свои профессиональные и личные качества, но и выбирать ту работу (сферу деятельности, компанию), в которой ему будет комфортно работать. В таких условиях человеку будет гораздо проще самореализоваться (7% респондентов) – если будет работать в том месте, которое нравится, т.к. на этом месте хочется развиваться и получать новые знания, доставляющие удовольствие. Противоположная точка зрения: «добиваться положительного результата для работодателя», «быть рентабельным», «знать, как найти работу, подходящую под диапазон навыков», «доказать, что я незаменимый работник».

Список литературы:

1. Горшков М.К., Тихонова Н.Е Средний класс как социальная база обеспечения конкурентоспособности России [Электронный ресурс] http://www.civisbook.ru/files/File/Srednij_klass_kak_socialnaya_baza.pdf
2. Занаев С.С. Конкурентоспособность и конкурентоориентированность как педагогические категории // Вестник Чеченского государственного университета. 2015. № 4. С. 221–225.
3. Кабрера М. Коопетиция — новое слово в стратегии // URL <http://http://hbr-russia.ru/upravlenie/strategiya/p13385/>
4. Практикум по социально-психологическому тренингу / под ред. Б.Д. Парыгина. СПб, 2000. – 352 с.