

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**МОЛОДЕЖЬ,  
КОНКУРЕНЦИЯ,  
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ**

Монография

Под редакцией академика РАО  
Г. Ф. Шафранова-Куцева

Тюмень  
Издательство  
Тюменского государственного университета  
2019

УДК 316.34/.35  
ББК С542.15  
М754

**Авторы:**

*Г. Ф. Шафранов-Куцев* (введение, гл. 1), *В. Г. Немировский* (гл. 2), *В. В. Мельник* (гл. 2), *Г. З. Ефимова* (гл. 2, 4, заключение), *М. Ю. Семенов* (гл. 2), *Е. М. Черкашов* (гл. 3), *Л. В. Гуляева* (гл. 4)

**Рецензенты:**

*Ю. Р. Вишнеvский* — доктор философских наук, профессор, профессор кафедры социологии и технологий государственного и муниципального управления Уральского федерального университета имени первого Президента России Б. Н. Ельцина

*Н. Г. Милованова* — доктор педагогических наук, профессор, профессор кафедры педагогики и психологии, проректор Тюменского областного государственного института развития регионального образования

**Молодежь, конкуренция, конкурентоспособность** : монография / М754 под ред. акад. РАО Г. Ф. Шафранова-Куцева ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Тюменский государственный университет. — Тюмень : Издательство Тюменского государственного университета, 2019. — 256 с.

ISBN 978-5-400-01548-9

В монографии представлен теоретико-эмпирический анализ конкуренции как социально-культурного феномена. Предложена модель «4-К», которая раскрывается в виде цепочки: «конкурентоориентированность — компетенции — конкурентные преимущества — конкурентоспособность». Эмпирический анализ реализации конкурентных взаимодействий основан на результатах комплексного социологического исследования, проведенного научным коллективом социологической лаборатории Тюменского государственного университета среди учащейся (старшеклассники и студенты учреждений среднего профессионального и высшего образования) и работающей молодежи Тюменской области. Выявлены ключевые компетенции и способности молодежи выбирать, мобилизовывать, комбинировать и применять физические и интеллектуальные ресурсы для достижения желаемого результата, показаны ключевые перспективы и риски конкурентоспособности молодого поколения.

Адресована специалистам сферы образования, магистрантам, аспирантам социологических и педагогических направлений, а также широкой общественности.

*Исследование выполнено при финансовой поддержке государственного задания Минобрнауки РФ «Формирование конкурентоориентированности и конкурентоспособности молодежи в российском обществе в контексте современной социокультурной динамики» (2017–2019 гг.). Код проекта 28.2941.2017/4.6*

УДК 316.34/.35  
ББК С542.15

ISBN 978-5-400-01548-9

© Тюменский государственный университет, 2019

# ОГЛАВЛЕНИЕ

---

ВВЕДЕНИЕ .....	5
Глава 1. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ КОНКУРЕНЦИИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ .....	11
§1. Поиск методологических ориентиров.....	11
§2. Конкуренция и конкурентоспособность в современном экономико-социологическом дискурсе .....	19
§3. Система образования в формировании конкурентного потенциала .....	25
§4. Человеческий капитал — основа конкурентных отношений .....	29
Глава 2. СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МОЛОДЕЖИ .....	37
§1. Социокультурные характеристики современной молодежи.....	37
§2. Одаренность как стратегический ресурс конкурентоспособности.....	49
§3. Современные подходы к изучению социокультурных факторов формирования конкурентоспособности молодежи.....	71
§4. Факторный анализ социокультурных факторов формирования конкурентоспособности молодежи....	79
§5. Институциональные проблемы влияния социокультурных факторов на формирование конкурентоспособности молодежи.....	89
§6. Индексный анализ конкурентоспособности молодежи.....	99

Глава 3. КОНКУРЕНТНЫЕ ПОЛЯ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА И ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МОЛОДЕЖИ .....	113
§1. Основные группы конкурентных полей современного общества и молодежь .....	113
§2. Взаимодействие конкурентных полей и противоречивость установок конкуренто- ориентированности современной молодежи .....	131
§3. Предпринимательская деятельность как установка молодежи на достижение личной конкурентоспособности и социальной успешности..	140
§4. Конкурентное поле сферы высшего образования и его влияние на жизненные траектории различных групп молодежи.....	160
Глава 4. ЭМПИРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПРОЦЕССОВ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТО- ОРИЕНТИРОВАННОСТИ УЧАЩЕЙСЯ МОЛОДЕЖИ И РЕАЛИЗАЦИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РАБОТАЮЩЕЙ МОЛОДЕЖЬЮ .....	181
§1. Конкурентоориентированность молодежи .....	184
§2. Формирование общекультурных и профессиональных компетенций .....	204
§3. Конкурентные преимущества молодежи .....	213
§4. Реализация конкурентоспособности учащейся и работающей молодежью .....	222
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	237
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	241

## ВВЕДЕНИЕ

---

Конкуренцию во всех ее проявлениях можно отнести к тем культурным универсалиям (Дж. Мэрдок), которые всегда есть и будут основным двигателем развития человеческой цивилизации. Как выразился отечественный социолог А. Зиновьев, «она была, есть и будет одной из опор и движущих сил западного общества, несмотря ни на что. Она есть неустранимый закон природы»<sup>1</sup>.

Отношения конкуренции, соперничества, состязания считались источником социальной и территориальной мобильности населения во все времена — от переселения племен и народов, олимпийских игр древности до экспедиций первопроходцев, разного рода войн (от пиратских набегов до мировых противостояний) и революций (научно-технических, информационных, политических, технологических, зеленых и др.). Во всех этих проявлениях одна суть — борьба за территории, ресурсы, признание, власть и т. п., то есть отношения конкуренции, соперничества.

Можно со всей определенностью утверждать, что отношения конкуренции — универсальный социальный закон, который действует во всех социальных группах вне зависимости от воли индивидуумов, их составляющих. Поэтому важно исследовать этот феномен с позиций различных гуманитарных и социальных наук, и особенно науки социологической. Именно социология может предложить инструменты для оценки таких сложных и многогранных явлений, как конкуренция, конкуренториентированность, конкурентоспособность.

---

<sup>1</sup> Зиновьев А. А. Запад. Феномен западнизма. М.: Центрполиграф, 1995. С. 450.

Конкуренция выражается своеобразно в различных общественно-экономических формациях, национальных, возрастных, социально-профессиональных общностях, главным образом в условиях значительных трансформационных сдвигов. К примеру, в капиталистическом обществе это явление приобретает характер собственно конкуренции, а в социалистическом общественном устройстве для его обозначения сложился термин «социалистическое соревнование».

При этимологической близости этих понятий термин «конкуренция» указывает больше на индивидуальный характер, тогда как термин «социалистическое соревнование» больше носит коллективистский смысл. Точнее этому явлению идеологи придавали соответствующую смысловую нагрузку в зависимости от социального заказа.

В обществе мы находимся в постоянной конкуренции друг с другом. Конкурентоспособность проявляется во всех сферах жизни, в любой среде. В начале XX века конкурентоспособность стала модным словом, таким же как глобализация. Разумеется, все это привлекает внимание правительств, международных организаций, деловых кругов и исследователей.

Изучение конкуренции и конкурентоспособности на международном, национальном, корпоративном и личностном уровнях находится на междисциплинарных границах между экономикой, социологией, менеджментом, психологией и другими науками. Приоритетное использование указанных категорий пока отмечается в экономике, менеджменте. Социологические, педагогические, психологические аспекты конкурентных отношений часто необоснованно упускаются, что, конечно же, обедняет научный анализ этих явлений.

Комплексное исследование конкуренции и конкурентоспособности молодежи проведено научным коллективом социологической лаборатории Тюменского государственного университета в рамках государственного задания Министерства образования и науки РФ (в настоящее время — Министерство науки и высшего образования РФ) в 2017–2019 годах.

В первый год реализовано разведывательное исследование, в 2019 году по отработанной программе осуществлено повторное обследование мониторингового характера трех социально-демографических групп молодежи: старшекласников, студентов среднего профессионального и высшего образования, работающей молодежи. В выборке представлены респонденты крупного города Тюмени, средних городов — Тобольска и Ишима, сельских муниципальных образований Тюменской области<sup>2</sup>. Более подробная характеристика выборочной совокупности, принципов ее формирования, проверки ее репрезентативности даны в главе 4.

На каждом этапе анкетным опросом по месту работы или учебы было охвачено более трех тысяч человек. Типы выборки: квотная, районированная, гнездовая. Репрезентативность проверялась по признакам: пол, возраст, форма собственности предприятия, среднемесячная зарплата. В монографии использованы материалы социологического исследования наших коллег из Сибирского федерального университета (г. Красноярск).

После обработки массива собранной статистической и социологической информации, получения общих ориентиров по теме исследования для углубленного изучения отдельных проблем использовались различные приемы социологического анализа. Например, для оценки связи между уровнем конкурентоспособности и нацеленности молодых людей на предпринимательство, малый и средний бизнес использовался метод фокус-групп.

Отношения конкуренции, формирование конкурентоспособности имеют важнейшее значение для эффективного,

---

<sup>2</sup> Согласно классификации городов и сельских населенных пунктов в зависимости от численности населения. СП 42.13330.2011 Градостроительство. Планировка и застройка городских и сельских поселений. Актуализированная редакция СНиП 2.07.01-89 (с поправкой, с изменением № 1) [Электронный ресурс]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200084712> (дата обращения: 25.03.2019).

устойчивого, инновационного развития любого общества, социума. Наиболее значимы конкурентные отношения для молодежных демографических групп, вступающих в самостоятельную взрослую жизнь, в многоплановую конкурентную среду. В первую очередь среди них можно выделить такие группы, как старшекласники, студенты и работающая молодежь. Замысел нашего научного проекта заключался в том, чтобы в одновременном социологическом исследовании проследить и формирование конкурентоориентированности, профессиональной ориентированности старшекласников, и кристаллизацию профессиональных компетенций студентов, и отношение работающей молодежи к конкуренции, и самооценку личной конкурентоспособности и личностных качеств, ее определяющих. Мы исходили из того, что именно конкурентоспособность является главным фактором, обуславливающим развитие личности, социальной группы, нации и государства. В глобальной конкуренции, которая присуща современному обществу, это системное качество определяет многое, если не все. Впервые рассматривается одаренность детей и подростков как стратегический ресурс национальной конкурентоспособности.

Успешная деятельность человека в современных условиях требует от него немалых усилий, сопротивления «объективно существующему порядку вещей» — для того чтобы быть реально конкурентоориентированным и объективно конкурентоспособным. В противном случае, в сухом остатке на выходе получается социально неадаптированная личность. Такая «аномичная» личность (по Э. Дюркгейму) не может ни полноценно вписаться в окружающую социально-культурную среду, ни тем более ее изменить, не может жить в ней, не испытывая дискомфорта и депривации, строить эффективно свои повседневные практики.

Таким образом, ключевая научная проблема проведенного нами исследования заключается в определении базовых



«кирпичиков», составляющих конкурентоспособность, и выявлении основных факторов ее формирования. Не менее важна социально-культурная среда, которая мотивирует учащуюся и работающую молодежь на обладание системными знаниями, умениями и компетенциями.

Нами предложена модель «4-К» в виде устойчивой цепочки: *«конкурентоориентированность — компетенции — конкурентные преимущества — конкурентоспособность»*. Конкурентоориентированность молодежи формируется в раннем детстве (дошкольный и ранний школьный возраст). Впоследствии в рамках формального и неформального образовательного процесса у детей, подростков и молодежи развиваются социально-профессиональные компетенции (*HardSkills, SoftSkills*) и конкурентные преимущества. После окончания учреждений среднего профессионального или высшего образования и начала трудовой деятельности молодежь может проявить на практике сформированную конкурентоспособность.

Для обеспечения устойчивой реализации предложенной цепочки важно знать, какие факторы социально-культурной среды наиболее эффективно воздействуют на личность на каждом этапе ее становления. Именно эту информацию и было задумано получить в проведенном исследовании. Обзор отечественной научной литературы показывает, что нашим научным коллективом впервые осуществлен масштабный социологический опрос представителей трех основных демографических групп (старшеклассники, студенты и работающая молодежь) в сходной социально-культурной среде на предмет выявления процесса формирования и проявления принципиально важных для развития современного общества конкурентных качеств. Проведено сравнение всех трех молодежных демографических групп и выявлено, как складываются и проявляются личностные факторы, определяющие успешную реализацию модели «4-К».

Исследование проведено научным коллективом в составе:  
*Шафранов-Куцев Геннадий Филиппович* — академик Российской академии образования, доктор философских наук, профессор, научный руководитель Тюменского государственного университета, главный научный сотрудник социологической лаборатории Тюменского государственного университета

*Немировский Валентин Геннадьевич* — доктор социологических наук, профессор, главный редактор журнала «Siberian Socium», главный научный сотрудник социологической лаборатории Тюменского государственного университета

*Мельник Владимир Владимирович* — доктор философских наук, профессор, профессор кафедры общей и экономической социологии, ведущий научный сотрудник социологической лаборатории Тюменского государственного университета

*Ефимова Галина Зиновьевна* — кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры общей и экономической социологии, заведующий социологической лабораторией Тюменского государственного университета

*Черкашов Евгений Михайлович* — кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры мировой экономики и международного бизнеса, старший научный сотрудник социологической лаборатории Тюменского государственного университета

*Гуляева Людмила Владимировна* — кандидат социологических наук, доцент кафедры общей и экономической социологии, старший научный сотрудник социологической лаборатории Тюменского государственного университета

*Семенов Максим Юрьевич* — кандидат социологических наук, ассистент кафедры общей и экономической социологии, младший научный сотрудник социологической лаборатории Тюменского государственного университета

# Глава 1

## СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ КОНКУРЕНЦИИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

---

### §1. Поиск методологических ориентиров

Классики социологической мысли Карл Маркс и Макс Вебер подчеркивали, что конкуренция, соперничество — естественное проявление активности человека, универсальный принцип практически в любой сфере деятельности. Макс Вебер считал, что конкурентная борьба — неотъемлемая черта всех социальных отношений, это «формально мирное состязание за возможность распоряжаться теми шансами, которые вожделем также и другие (действующие)»<sup>3</sup>.

Конкуренция многократно обостряется в современном глобализованном мире. Конкурируют государства, межгосударственные объединения, народы, города, социальные и региональные общности, отдельные индивидуумы. Международные организации — Организация Объединенных Наций, Совет Европы, Всемирный экономический форум и другие регулярно представляют доклады, в которых содержатся рейтинги, сравнительные характеристики уровня конкурентоспособности отдельных стран. Россия занимает в этих рейтингах не самые лучшие позиции<sup>4</sup>.

---

<sup>3</sup> Вебер М. Основные социологические понятия // Теоретическая социология: антология: в 2 ч. М.: Университет, 2002. Ч. 1. С. 117.

<sup>4</sup> The Global Competitiveness Report 2016–2017 [Electronic resource]. URL: [http://www3.weforum.org/docs/GCR2016-2017/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2016-2017\\_FINAL.pdf](http://www3.weforum.org/docs/GCR2016-2017/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2016-2017_FINAL.pdf) (accessed: 25.03.2019).

Недостаточная конкурентоспособность населения в силу самых различных, в том числе и объективных обстоятельств, является одной из основных проблем, сдерживающих социально-экономическое развитие России. По данным Всемирного экономического форума, у России 38 место по уровню конкурентоспособности из 137 обследованных стран. В 2017 году Россия несколько улучшила свою позицию в рейтинге конкурентоспособности, поднявшись с 43 на 38 место. Эксперты Всемирного экономического форума анализируют показатели по трем основным категориям (базовые требования, усилители эффективности, инновационные факторы) и 12 областям (общественные институты, инфраструктура, макроэкономическая среда, здравоохранение и начальное образование, высшее образование и профподготовка, рынок товаров и услуг, рынок труда, развитость финансового рынка, технологический уровень, размер рынка, конкурентоспособность компаний, инновации). Первое место в этом рейтинге заняла Швейцария, на втором оказались США, на третью строчку эксперты поставили Сингапур<sup>5</sup>.

В настоящее время еще одним инструментом оценки качества молодой рабочей силы, ее конкурентоспособности могут быть мировые чемпионаты профессионального мастерства движения WordSkills. Очень важно, что возраст его участников в основном до 22 лет. Когда наша страна впервые приняла участие в чемпионате в 2013 году в Лейпциге, то она оказалась на 41 месте — самое последнее место в медальном зачете.

После ряда организационных мер, а это мы умеем делать, отбора и тренировок через три года Россия на чемпионате Европы в Гетеборге заняла первое место, а в 2017 году россияне по баллам выиграли чемпионат мира в Абу-Даби. Очередной чемпионат мира по профессиональному мастерству состоялся в 2019 году в Казани.

---

<sup>5</sup> Индекс глобальной конкурентоспособности [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий, 2006–2018. URL: <http://gtmarket.ru/ratings/global-competitiveness-index/info> (дата обращения: 25.03.2019).

Итоговая аттестация выпускников колледжей в 2017 году по стандартам WordSkills показала, что только 18% студентов лучших колледжей страны соответствуют среднему мировому уровню подготовки<sup>6</sup>.

Именно невысокое качество профессиональной подготовки основной массы обучающихся, недостаточная компетентность в современных технологиях и есть основная причина невысокой конкурентоспособности российской молодежи.

Конкуренция может быть свободной (А. Смит), совершенной (Ф. Эджуорт), несовершенной (А. Маршалл, Дж. Робинсон), пространственной (Г. Хотеллинг), корпоративной и индивидуальной, внешней и внутренней, нечестной, недобросовестной. Выделяется такой тип, как монополистическая конкуренция (Э. Чемберлин). Самые эффективные результаты приносит целевая конкуренция, где четко намечаются цели, сроки, определяются необходимые ресурсы. Именно в процессе такой целенаправленной деятельности, по сути индикативного планирования, особенно ярко формируются и проявляются конкурентные свойства, качества, компетенции. В практике управления такой подход обычно используется при разработке целевых программ, составлении и реализации «дорожных карт», стратегических планов развития.

Усложнение социально-экономических механизмов постиндустриального общества порождает новые типы конкуренции, к примеру «коопетицию». Термин в трактовке А. Брандербургера объединяет воедино конкуренцию и кооперацию. При таком подходе становится возможной трансформация конфликта интересов в многосторонние конкурентные преимущества. Смысл заключается в совместной деятельности, направленной на поиск новых рынков и расширение существующих, а не бесконечную борьбу за потребителя. Ключевое отличие коопетиции от других бизнес-стратегий

---

<sup>6</sup> Результаты демэкзамена по стандартам WorldSkills определили лучшие колледжи страны [Электронный ресурс]. URL: <https://worldskills.ru/media-czentr/novosti/rezultaty-demekzamena-po-standartam-worldskills-opredelili-luchshie-kolledzhi-stranyi.html> (дата обращения: 25.03.2019).

состоит в предположении, что необязательно наличие одного проигравшего на каждого выигравшего<sup>7</sup>.

Конкуренция часто может являться предварительным условием сотрудничества. Она показывает сильные и слабые стороны человека, организации, социальной общности, страны, и тогда такое сотрудничество, взаимовлияние создает синергетический эффект.

Чем сложнее социальная общность, чем она масштабней, тем многогранней проявляются отношения конкуренции, соревновательности, тем многофакторней формируется конкурентный потенциал, находя свое выражение в конкретных конкурентных преимуществах, приобретая все больше социальный, по сути, характер.

Конкурентоспособность трактуется большинством авторов как свойство, присущее человеку и состоящее из психолого-физиологических ресурсов (возраст, здоровье, внешность, семейное положение, интеллектуальный уровень) и нравственных аспектов (ценностные ориентиры и их иерархия, верования и их система, личные запреты и ограничения).

По нашему мнению, в самом первом приближении категорию «конкуренция» в социологической науке можно определить «как действия человека, социальной общности на основе мотивированных ценностей, направленных на достижение значимых для них экономических, социальных, политических и других результатов»<sup>8</sup>. Необходимо особо подчеркнуть, что указанные действия осуществляются в процессе состязания, соперничества, соревнования с другими субъектами, то есть в конкурентной социальной среде.

---

<sup>7</sup> Козловская О. В., Акерман Е. Н. Конкурентоспособность как системообразующее свойство региона // Вестник Тюменского государственного университета. 2008. № 1. С. 42.

<sup>8</sup> Шафранов-Куцев Г. Ф. Формирование конкурентоспособности специалиста в учреждениях профессионального образования // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. 2016. Т. 2, № 2. С. 12.

Современный мир, окружающий нас, многократно усложняется, общественных связей становится на несколько порядков больше. Такому усложнению, безусловно, способствуют процессы стремительной глобализации, урбанизации, нарастания социальной и территориальной мобильности людей, сетизации жизни на основе современных информационных технологий и многое другое. Общественные контакты людей становятся все более частыми, разнообразными, а лучшие образцы деятельности во всех сферах жизни — более доступными для подражания, что порождает стремление не только их достигнуть, но и превзойти.

С помощью социологической науки можно оценить конкурентоспособность социальной общности, так как ее формируют множество факторов не только экономического, но и социального характера. Однако проблема заключается в том, что если конкуренция находит основное выражение в механизмах рыночных отношений и может относительно легко измеряться тем же размером прибыли, то конкурентоспособность в значительной мере явление социальное — потенциальные возможности и человека, и производственного коллектива, их социальный и человеческий капитал реализуются в обществе. При этом должны учитываться и оцениваться многие составляющие: менталитет, уровень общего и профессионального образования, здоровье населения, качество социальных институтов и многое другое, что в конечном итоге и формирует конкурентоспособность населения, инвестиционную привлекательность страны, региона.

К тому же необходимо принимать во внимание, что в социальной сфере, а именно в эту область в постиндустриальном обществе все в большей мере сдвигается жизнедеятельность современного общества (особенно в науке, образовании, культуре, спорте и т. п.), отношения состязания, соперничества, конкуренции тесно переплетаются с отношениями сотрудничества, взаимопомощи. И в первую очередь потому, что здесь многие ресурсы неограниченны, к примеру информационные, и их потребление зависит в основном от способностей и

устремлений личности. Но конкурентные отношения между людьми тем не менее возникают и во многом определяют их поведение.

В современном мире конкурентные преимущества в большинстве случаев носят нематериальный характер и определяются уровнем образования и здоровья людей, их инновационностью и креативностью, их базовыми морально-духовными ценностями и мотивацией. В социологических исследованиях последних лет явно обозначилось, что уровень инновационности занятого населения во многом определяет его конкурентоспособность.

В свою очередь, уровень инновационности во многом определяется развитостью дополнительного профессионального образования занятого населения. И все эти связи, зависимости не носят материального характера, хотя мощно воздействуют на уровень конкурентоспособности населения. Инвесторы интуитивно ориентируются на крупные научно-технические центры, города и регионы, где выше показатели инновационной активности, а следовательно, и конкурентоспособности населения.

По определению французского социолога П. Бурдьё в самых различных сферах общественной жизни, в том числе и в сфере образования, формируются конкурентные поля, окружающие современного человека. Их можно представить, как ареалы влияния конкурирующих субъектов. Конкурентные поля образуются информационными волнами, различными по степени интенсивности, способам распространения. Характер и интенсивность таких информационных волн зависит от многих факторов: статусности источника информации, финансовых ресурсов, способов распространения информации, противодействия конкурентов и т. п.

Отношение молодежи к конкуренции меняется в условиях перехода российского общества к рыночным отношениям. Для этого мы попытались проанализировать конкурентоспособность работающей молодежи на основе самооценки и личного отношения к конкуренции.



Исследование включало целевой опрос работающей молодежи в возрасте до 30 лет из 20 организаций основных отраслей экономики крупного, средних городов, сельской местности Тюменской области с объемом выборки 956 респондентов (57% мужчин и 43% женщин, средний возраст — 26,8 года). По стажу работы: общий стаж в среднем по выборке составил — 6,1 года, в данной профессии — 4,5 года, в данной организации — 3,4 года. Уровень образования респондентов: неполное среднее — 1,6%, среднее общее — 4,1%, начальное профессиональное — 2,3%, среднее профессиональное — 15,0%, незаконченное высшее — 7,6%, высшее — 58,2%, послевузовское — 2,8%<sup>9</sup>.

В анкете сформулировано по 10 позитивных и негативных характеристик конкуренции, которые респондентам предложено оценить по семибалльной шкале. В табл. 1 представлены результаты изучения семантического дифференциала системы понятий молодых работников, характеризующих конкуренцию.

Таблица 1

**Семантический дифференциал, характеризующий понятие «конкуренция» (в % к числу ответивших, N = 956)**

Кластер	«Положительные» оценки		«Отрицательные» оценки		Кластер
I	Полезна	90	28	Некомфортна	I
	Нужна	87	28	Неприятна	
	Эффективна	84	26	Нечестна	
II	Прибыльна	66	26	Несправедлива	II
	Явна	61	17	Аморальна	

<sup>9</sup> Полевой этап проведен научным коллективом социологической лаборатории Тюменского государственного университета с апреля по май 2017 года в форме анкетного опроса среди работающей молодежи в городах Тюмень, Тобольск, Ишим и сельской местности Тюменской области по месту работы респондентов. Типы выборки: квотная, районированная, гнездовая. Репрезентативность определялась по таким признакам, как пол, возраст, форма собственности предприятия, организации, среднемесячная заработная плата.

Кластер	«Положительные» оценки		«Отрицательные» оценки		Кластер
	III	Честна	50	12	
Моральна		48	12	Скрыта	
Справедлива		47	5	Неэффективна	IV
Приятна		44	3	Вредна	
IV	Комфортна	41	3	Не нужна	

Полученные результаты показывают в основном положительную ментальную оценку конкуренции работающей молодежью, отрицательные кластеры менее весомы.

Определены приоритетные качества, по мнению молодежи, необходимые для успешной конкуренции: трудолюбие, профессионализм и талант (табл. 2). Последние места занимают такие качества, как хитрость, активная самореклама и помощь родителей.

Таблица 2

**Распределение ответов на вопрос «Назовите наиболее эффективные средства, способы стать победителем в профессиональной конкуренции»**

Наименование средств	Средняя оценка	Ранг
Трудолюбие	3,522	1
Профессиональное превосходство	3,467	2
Интеллектуальное преимущество над конкурентами	3,439	3
Постоянное повышение квалификации	3,418	4
Талант, способности	3,389	5
Средства на развитие необходимых качеств, умений	3,358	6
Поддержка своим руководством	3,216	7
Хитрость, смекалка	3,196	8
Личные высокие моральные качества	3,153	9
Активная самореклама, пиар	2,869	10
Содействие влиятельных знакомых, друзей	2,787	11
Помощь родителей	2,561	12

На период становления личности приходится ключевые переходы: школьная молодежь, студенчество, работающая молодежь, первое рабочее место, начало личной семейной жизни и др. Все эти обстоятельства накладывают особую ответственность на систему образования и позволяют сделать вывод, что именно на нее ложится основная ответственность за формирование конкурентоспособности каждого молодого человека.

Своеобразный вид конкурентных отношений формируется в вузовской среде, где на базе использования информационных технологий реализуются программы двойных дипломов, индивидуальные образовательные траектории (ИОТ), программы академической мобильности, совместных научных проектов, масштабных экспедиций, где сотрудничество, объединение ресурсов вовсе не исключает межвузовскую конкуренцию.

## **§2. Конкуренция и конкурентоспособность в современном экономико-социологическом дискурсе**

Как мы уже указывали выше, проблематика конкуренции и конкурентоспособности стала активно исследоваться со времени возникновения политической экономии, работ А. Смита, первых социальных утопистов. Социологическая наука появилась только к концу XIX века и уже потому не могла исследовать конкурентные отношения, конкурентоспособность совместно с экономической и другими науками. За прошедшие 200 лет теория и практика конкуренции прошли длительный путь развития, главным «мотором» которых, по мнению профессора В. В. Мельника, стали промышленные революции. Упорядочиванию стихийных трудовых отношений в Европе препятствовали два основных фактора. Во-первых, только на пороге XX века сформировались общенациональ-

ные структуры коллективных индустриальных соглашений (трехсторонние комиссии). Во-вторых, основная сфера конкурентной борьбы между фирмами и компаниями была сосредоточена преимущественно в рамках локальных и региональных рыночных систем. И только в первые десятилетия XX века бурный процесс отраслевой самоорганизации привел к рационализированным и хорошо организованным промышленным институтам, изменившим конкурентный ландшафт Европы. Промышленный рост Франции, Германии, Англии вывел конкурентную борьбу на глобальный уровень. Это повлекло за собой появление новых концепций менеджмента организаций в управлении персоналом, человеческими отношениями в организации, производственных процессов<sup>10</sup>.

В начале 80-х годов прошлого века новые теоретические подходы в развитии конкуренции предложены и последовательно развиты в дальнейшем М. Портером<sup>11</sup>.

Конкуренция всегда была центральным пунктом повестки дня компаний, однако в условиях глобализации мировой экономики не только усилилось соперничество между ними на мировых рынках, но и получила развитие конкуренция между странами за создание привлекательных условий для жизни, деятельности, ведения бизнеса людей и компаний. Поэтому в понимании М. Портера конкуренция имеет два измерения: отраслевое и страновое. С одной стороны, разработанные им модели отраслевой конкуренции компаний (пяти конкурентных сил, воздействующих на компанию в отрасли; четырех

---

<sup>10</sup> Мельник В. В. Дискурс о социально-экономических аспектах пространства глобальной конкуренции (по материалам международных публикаций) // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. 2017. Т. 3, № 2. С. 9.

<sup>11</sup> Портер М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость: пер. с англ. 2-е изд. М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. 715 с.; Портер М. Международная конкуренция: пер. с англ. М.: Международные отношения, 1993. 896 с.

конкурентных стратегий; цепочки создания ценности) позволили вывести проблематику конкуренции и конкурентных отношений на уровень отрасли и стратегии компаний, формирования и реализации их конкурентных преимуществ. С другой стороны, его модель «ромба конкурентных преимуществ стран — страновых конкурентных детерминант» выявила и описала факторы, обуславливающие «возникновение национальной среды, в которой компании зарождаются и обучаются конкурировать»<sup>12</sup>.

В настоящее время указанные направления являются доминирующими в тематике социально-экономических исследований конкуренции, захватывая все новые и новые страны.

Напомним, что творцы социалистической идеологии, отбросив многие ценности человеческого общежития, оставили на вооружении конкуренцию, соперничество (правда, наименовав их социалистическим соревнованием), поставив в один ряд соперничество и сотрудничество, взаимопомощь как обязательное условие социалистического уклада хозяйствования, всей общественной жизни. Однако если вспомнить нашу недалекую историю и не грешить против истины, то следует признать, что соперничество, состязание, а еще точнее — индивидуальная и корпоративная конкуренция выражались куда ярче во всех сферах от хозяйственной до художественно-творческой жизни общества, проявления же сотрудничества, взаимопомощи чаще были чисто идеологическим изобретением — типа движения за коммунистический труд и быт.

Уместно напомнить, что и со многими другими моральными категориями происходили любопытные метаморфозы. К примеру, служебный, профессиональный карьеризм есть не что иное, как индивидуальная конкуренция между людьми, без чего трудно достичь необходимого для общества гармоничного уровня территориальной или социальной мобильности,

---

<sup>12</sup> Портер М. Конкуренция: пер. с англ. М.: Вильямс, 2001. С. 175.

разумного использования творческого потенциала людей. Но в социалистическом мироустройстве карьеризм считался не очень приличным качеством. Слово «карьерист» в служебной характеристике употреблялось в негативном смысле. Конечно, все амбициозные, способные люди думали о своей карьере, но вслух об этом не говорили. Под видом социалистической нравственности часто процветало ханжество, лицемерие и т. п. Можно только догадываться, сколько теряло общество, если способный человек не мог по собственной инициативе предложить свою кандидатуру на роль лидера. А все потому, что индивидуальная и коллективная конкуренция были твердо записаны за обществом с рыночным укладом.

Надо иметь в виду идеологическое обеспечение социалистического соревнования. Теоретики часто забежали вперед в построении нежизнеспособных конструкций. Например, в 60-е годы прошлого века обосновали переход к движению за коммунистический труд, движение за коммунистический быт. Часто неблагоустроенные рабочие общежития были завешены плакатами и лозунгами типа «Общежитие коммунистического быта». Такие красочные лозунги могли свидетельствовать только о служебном рвении идеологических работников партии, комсомола и профсоюза.

Социалистическое соревнование к тому же имело мощное организационное обеспечение на всех уровнях политического и хозяйственного управления, начиная от предприятия и заканчивая отраслью, страной. Постоянно меняли друг друга ударные месячники, различные движения: стахановское, гагановское и т. п., использовались самые различные формы поощрения победителей.

Естественно, что отечественная социология в 60–70 годы прошлого столетия в период своего конституирования, находясь под жестким надзором властей, в целях элементарного самовывживания обходила эти важные для понимания общественной жизни социологические категории.

В настоящее время проблема заключается в том, что теорию и практику конкуренции, конкурентных отношений во многом монополизировала экономическая наука и в современном понимании она представляется в основном как необходимый атрибут рыночного механизма, рыночных отношений. Достаточно посмотреть экономические и социологические словари второй половины XX века. Авторы однозначно сводят конкуренцию к состязанию между производителями (продавцами) товаров, услуг, а в общем случае — между любыми экономическими, рыночными субъектами с целью получения более высоких доходов, прибыли и других выгод<sup>13</sup>.

Г. В. Власюк в своей монографии провела анализ диссертационных исследований, по результатам которого выявлено 259 работ по тематике конкуренции и среди них всего 7 социологических работ. Данный пример наглядно показывает смещение основного фокуса исследований в сторону экономической науки. При этом, по мнению автора, в условиях рыночной экономики в социуме возникают новые процессы, позволяющие утверждать, что «по мере социального развития общества конкурентоспособность становится все более многомерной и социальной»<sup>14</sup>.

Крупный авторитет в экономической социологии В. В. Радаев, анализируя экономико-социологические подходы к понятию конкуренция, определяет ее как «действия двух и более участников рынка, нацеленные на получение одного и того же ограниченного ресурса. <...> Кроме того, ограниченный ресурс должен быть не только желаем, но и достижим для нескольких контрагентов, причем доступ к нему предполагает приложение определенных усилий, направленных на

---

<sup>13</sup> Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. — 6-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2017. С. 197.

<sup>14</sup> Власюк Г. В. Конкурентоспособность: социологический поход // Преподаватель XXI век. 2013. № 2. С. 365.

опережение других участников рынка или на доказательство превосходства над ними»<sup>15</sup>.

Анализ работ большинства англоязычных исследователей касательно проблем конкурентоспособности показывает, что поиск конкурентных преимуществ еще в начале 1990-х годов сдвинулся от финансовых источников, технической и технологической обеспеченности в сторону человеческого капитала организации. Это означает, что в современную эпоху, с учетом пятой технологической революции, изначально не величина бюджета и административный ресурс обеспечивают успех деятельности, а работник: его отношение к работе, личные компетенции, инновационные навыки и умения, настойчивость в выполнении обязательств и воспроизводстве доверия для поддержания коммуникационных контактов в сложных производственных условиях, самооценка<sup>16</sup>.

Представляют интерес реализуемые в ряде стран исследования процессов формирования конкурентоспособности такой ведущей социально-демографической группы, как молодежь.

К примеру, проект «Система индикаторов молодежной конкурентоспособности» в Гонконге. В данном проекте проведен обстоятельный анализ понятия «конкурентоспособность молодежи», изучалась конкурентоспособность различных категорий, учащихся и студентов. Исследовательская группа, проанализировав более 100 публикаций по данной проблеме, выделила 14 элементов категории «конкурентоспособность молодежи», мы их называем «кирпичиками». Среди них: «способности», «командный дух», «навыки общения», «целостность», «гражданское сознание», «устойчивость», «эмо-

---

<sup>15</sup> Радаев В. В. Конкуренция как социально укорененный процесс // Экономическая школа: альманах. 2008. Т. 6. С. 59–80.

<sup>16</sup> Мельник В. В. Новая индустриализация и конкурентоспособность молодежи // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. 2017. № 3 (54). С. 56.



ции», «опыт работы», «структура занятости», «система образования», «кадровая политика», «внутренняя конкурентоспособность», «менеджмент», «социальная система»<sup>17</sup>.

Преимущественно экономическое понимание конкуренции по инерции распространено в современном российском обществе. Однако нельзя не видеть, что оно не работает, когда мы пытаемся оценить конкурентоспособность социальной общности на уровне города, региона, страны. Конкуренцию, безусловно, надо понимать значительно шире, видеть ее социологический смысл. Категории «конкуренция», «конкурентоспособность» должны вместе с экономистами, психологами и другими специалистами активно осваивать социологи, исследуя социальную жизнь, социальные внеэкономические факторы развития общества.

### **§3. Система образования в формировании конкурентного потенциала**

Социологические исследования показывают, что наибольшее влияние на формирование конкурентного потенциала людей и общества в целом, иначе говоря, социального и человеческого капитала, оказывает общее и тем более профессиональное основное и дополнительное образование. Именно на их базе происходит переход к системам непрерывного образования. Квалифицированный конкурентоспособный специалист учится и переучивается всю свою активную трудовую жизнь, непрерывное образование и самообразование в самых различных формах становится, по сути, образом жизни современного человека. Перефразируя известное выражение недавнего прошлого, можно сказать: «Хочешь жить — умей

---

<sup>17</sup> Youth Competitiveness Indicator System in Hong Kong [Electronic resource]. URL: [http://www.coy.gov.hk/filemanager/template/common/images/archive/research/youth\\_report\\_2012s\\_e.pdf](http://www.coy.gov.hk/filemanager/template/common/images/archive/research/youth_report_2012s_e.pdf) (accessed: 25.03.2019).

учиться». И главной компетенцией современного человека является «умение постоянно обновлять свои компетенции»<sup>18</sup>.

Для понимания процессов формирования конкурентного потенциала человека в современном мире надо в первую очередь анализировать, как закладываются, формируются важнейшие качества личности особенно в старшем школьном возрасте. В это время, как правило, складываются ориентации подростка в социальной и профессиональной сферах. Эти процессы преимущественно завершаются к окончанию средней школы и начинается переход к этапу формирования компетенций (получения профессионального образования), социальных и профессиональных, которые в конечном счете определяют мотивированный выбор учебного заведения профессионального образования, успешность, конкурентоспособность молодого человека при вступлении во взрослую жизнь. Ошибки подростка, его родителей в процессе такого перехода обуславливают очень многое во взрослой жизни.

Средняя школа — основная площадка, где формируется конкурентная ориентированность подростков. В дальнейшем ориентации старшеклассников не только определяют будущую социально-профессиональную структуру общества, но и могут повлечь за собой многие перекосы на рынке труда и другие социальные проблемы. Такая ориентированность проявляется в старшей школе как выбор конкретной сферы деятельности, социальной группы или профессии. Она опирается на базовые духовно-нравственные ценности и, в свою очередь, оказывает влияние на создание новых ценностей молодого человека. Если данный процесс прошел неэффективно, то это брак не только профориентационной, но и всей воспитательной работы.

---

<sup>18</sup> Манифест. Гуманистическая педагогика XXI века [Электронный ресурс] // Новая газета. 2015. № 112. С. 14–16. URL: <https://www.novaya-gazeta.ru/articles/2015/10/11/65959-gumanisticheskaya-pedagogika-xxi-vek> (дата обращения: 25.03.2019).

При этом надо иметь в виду, что когда выпускник средней школы выбирает престижный университет, престижную профессию, то он «прицеливается» на определенный «этаж» социальной структуры взрослого общества и уже включается в конкурентные отношения.

Лучше всего, если уровень одаренности подростка, его подготовки, личные качества выше требований этого социального «этажа». В таком случае открываются возможности профессионального роста, лидерства, личной удовлетворенности, личного успеха. Вполне приемлемо, если уровень профессиональной подготовки, личные качества удовлетворяют общественным и корпоративным требованиям и человек находит свое место в социальной иерархии. Плохо, если человек по своим личным качествам, профессиональной подготовке «не дотягивает» до требований выбранного социального «этажа». Тогда остается путь нисходящей социальной мобильности либо мимикрии и приспособленчества со всеми негативными социальными последствиями как для общества, так и самого человека<sup>19</sup>.

Традиционная ошибка профессионального выбора заключается в том, что многие профессии, места работы требуют от человека полной самоотдачи в течение длительного времени, нахождения в стрессовой ситуации. В результате человек профессионально и психологически «выгорает». Поэтому важно, чтобы возможности человека были несколько выше требований конкретной профессии, места работы. Тогда человеку можно в критической, стрессовой ситуации «форснуть», чтобы в дальнейшем выйти на нормальный режим работы как главное условие удовлетворенности своей работой, сохранения здоровья, работоспособности. У человека для нормальной жизни, профессиональной деятельности должен быть хотя бы небольшой запас прочности.

---

<sup>19</sup> Шафранов-Куцев Г. Ф. Современные вызовы и реальность профориентационной деятельности в системе «школа — вуз — рынок труда» // Социологические исследования. 2015. № 1. С. 121.

Можно говорить о том, что в современном обществе наблюдается преимущественно парантократическая (parentocratic — родительская) модель формирования стартовых конкурентоспособных возможностей, в которой образование ребенка, подростка все больше зависит от благосостояния и желания родителей, а не его/ее собственных целей, способностей и усилий. Наше исследование подтвердило, что при выборе вуза для 64% школьников совет родителей оказался решающим. Но и для 91% молодых работающих из всего окружения наиболее значимыми в поддержке также являются родители. Начиная со школы, дифференциация затем становится более значимой в сфере профессионального образования. Как следствие, она продолжается в траекториях карьерных лестниц и закрепляется в тенденциях воспроизведения и усугубления социального неравенства.

Последние десятилетия отмечают серьезные сдвиги в системе базовых ценностей российской молодежи — от коллективистских, свойственных российскому менталитету, в сторону большего индивидуализма. Причем с позиций отечественной ментальности сдвиг однозначно подается со знаком минус. Однако можно предположить, что смещение духовно-нравственных ценностей в сторону большего индивидуализма должно вести и в сторону повышения конкурентных качеств молодых людей. Как проверить эту гипотезу, чего в этом ценностном сдвиге больше — положительных или отрицательных моментов? На этот вопрос можно поискать ответ, используя опросы экспертов или фокус-групповые интервью. Надо учитывать, в России даже в условиях трансформационного перехода обязательно должны действовать устоявшиеся традиции трудовой деятельности, национального менталитета.

Уместно сослаться на мнение германского предпринимателя, члена Римского клуба доктора К. Штальмана, которое было высказано в связи с создавшейся ситуацией в России в 1990-е, но не потеряло своей актуальности и сегодня: «При-

сущие русскому народу духовность, гуманизм, идейность, альтруизм и многие другие ценности и значимые социокультурные качества неожиданно вытеснялись на обочину общественного развития. Для экономики, основанной на системе конкуренции, и человека как рыночного агента главное заключается в том, чтобы быть лучше и сильнее других. В России ценностные ориентации стали заметно смещаться в индивидуалистическую и потребительскую сферы. Мотивом и «мотором» российской рыночной системы стали выступать эгоизм и жажда наживы. Но эгоизм, не заключенный в определенные рыночные условия, часто не останавливается ни перед чем. Современная российская рыночная действительность дает массу примеров, когда жажда наживы ведет к преступлениям и наносит огромный ущерб самой идее русского предпринимательства в глазах мировой общественности»<sup>20</sup>.

Именно поэтому в нашем исследовании мы попытались оценить отношение работающей молодежи к конкуренции, к тем факторам, которые имеют первостепенное значение для успешной конкуренции. Такая возможность объясняется тем, что молодому поколению, в отличие от старших, не пришлось проходить идеологическую ломку в процессе трансформационного перехода от социалистического соревнования к свободной конкуренции в условиях перехода к рыночным отношениям.

#### **§4. Человеческий капитал — основа конкурентных отношений**

Конкуренция в современном обществе отличается прежде всего возрастанием роли человеческого фактора, качества трудовых ресурсов, человеческого потенциала, что в последнее время принято называть «человеческим капиталом». Следует внимательно присмотреться к категории «человеческий

---

<sup>20</sup> Штальман К. Новая философия бизнеса: в 3 т. М.; Берлин, 1998. Т. 1. С. 32.

капитал», его методологическим возможностям для оценки конкурентных отношений, конкурентоспособности как индивидуальной, так и корпоративной. И опять очень важно не отдать эту многообещающую категорию на откуп только экономистам.

Можно выделить два основных вида капитала и, следовательно, два вида инвестиций: во-первых, физический капитал (техника, оборудование, здания, производственная инфраструктура и т. п.) и, во-вторых, человеческий капитал (образование, продолжительность жизни населения, состояние здоровья, уровень профессиональной подготовки и др.). В отличие от индустриального этапа развития общества, где на первом плане были вложения в физический капитал, определявшие в основном темпы индустриального роста, на стадии постиндустриального развития многократно возросла значимость человеческого капитала. Подчеркнем, многократно.

В современной теории под «человеческим капиталом» принято понимать запас знаний, навыков, способностей, которые могут использоваться человеком как в производственных, так и потребительских целях. Отличительная черта человеческого капитала — его неотделимость от личности своего носителя. Однако в остальном человеческий капитал подобен физическому: он представляет собой благо длительного пользования, но с ограниченным сроком службы; как и любой исчерпаемый ресурс, требует расходов по своему обновлению, содержанию; может морально устаревать, амортизироваться и т. п.

Накопление человеческого капитала является и главным «мотором» социально-экономического развития, ключевым фактором благосостояния общества. Оценки, которые производились в разные годы в различных странах, однозначно показывают, что экономическая отдача человеческого капитала, а следовательно, от инвестиций в человеческий капитал, многократно превышает отдачу от капитала физического. Исследователи делают вывод, что вложения в человеческий капитал дают значительный по объему, длительный по вре-

мени и интегральный по характеру экономической и социальной эффект<sup>21</sup>.

По расчетам Р. И. Капелюшникова, на каждого россиянина приходится в среднем порядка 6 млн рублей человеческого капитала. Его валовый запас примерно в 13 раз превышает ВВП страны. Такие расчеты и оценки необходимы для прогнозирования не только по стране, но и по отдельным регионам, городам. Можно предположить, что в ближайшие годы будет создана методика оценки индивидуального человеческого капитала. Она необходима в первую очередь для оценки и отбора кадров, формирующих экономическую и политическую элиту общества. Конечно, такие оценки ведутся, но — с какими ошибками и просчетами?! Вспомним, например, трудности становления масштабных конкурсов «Лидеры России», «Я профессионал» и многих других.

Причем прослеживается такая закономерность: господь бог не дал всем одинаковые условия для вложения физического капитала: природные ресурсы, климат и т. п. Условия же для развития человеческого капитала у всех стран одинаковые. Вот где есть возможность соревноваться и конкурировать. В итоге выигрывают те страны, где интенсивней, креативней наращивается человеческий капитал. Взять, допустим, Японию, Южную Корею — о каких природных ресурсах здесь можно говорить? Поразительные результаты достигнуты экономикой данных стран именно за счет высокоразвитого человеческого капитала.

Инфраструктура, институциональная среда для формирования элементов человеческого капитала сильно дифференцированы в различных странах и даже отдельных регионах. Об этом прекрасно знают транснациональные компании, когда создают глобальную конфигурацию своего бизнеса, размещая структурные элементы цепочки создания ценности

---

<sup>21</sup> Беккер Г. Не жалейте денег на людей // Business Week. 1996. № 6. С. 4–5.

своей продукции в различных точках Земли. Американские университеты это тоже понимают, выступая «пылесосами», выкачивающими носителей различных элементов человеческого капитала, сформировавшихся в различных странах и регионах мира.

Важно отметить, что накопление человеческого капитала сильно меняет отношения собственности в условиях рыночной экономики. Поскольку наемный работник с высокоразвитым человеческим капиталом, являясь его собственником, претендует на соответствующие позиции в управлении корпоративной собственностью, повышенной долей дохода и т. п. Такая тенденция меняет многое в организации экономической жизни, отношений собственности, конкуренции, вплоть до превращения объекта рыночных отношений в коллективную собственность со всеми вытекающими отсюда последствиями.

В условиях перехода к постиндустриальному технологическому укладу все чаще используется понятие «человеческий капитал» как совокупность качеств человека, его способности к труду и т. п. Вместе с тем человеческий капитал основан на природных задатках, врожденных способностях личности, и в этом кроется трудность его качественного и количественного измерения. Одним словом, тезис «кадры решают все» не только не теряет своей актуальности, но все точнее выражает суть происходящих процессов.

В научной литературе имеется множество определений категории «человеческий капитал», и в большинстве из них нет упоминания о том, что конкретное человеческое качество становится капиталом, если оно востребовано в социально-экономических практиках (в частности, в трудовой деятельности). Соответственно, необходимо воспринимать эту категорию в тесной связи с конкурентоспособностью. Человеческий капитал (своего рода «вещь в себе»), потенциал, который может реализоваться только в соответствующих условиях,



когда говорят «раскрылся талант, способности». Реализация человеческого капитала наилучшим образом происходит в условиях конкуренции, соперничества и т. п.

Представление о состоянии человеческого капитала, следовательно, и конкурентоспособности можно также получить на основе индикаторов человеческого развития. Это еще один достаточно эффективный инструмент для оценки уровня конкурентоспособности.

В изданиях доклада Международного валютного фонда традиционно содержится информация об индексе человеческого развития (ИЧР, до 2013 года — ИРЧП). Он ежегодно рассчитывается экспертами, использующими в своей работе наряду с аналитическими разработками статистические данные национальных институтов и международных организаций<sup>22</sup>.

Индекс человеческого развития разработан в 1990 году и применяется Организацией Объединенных Наций как альтернативный показатель общественного прогресса в противоположность чисто экономическим оценкам. Индекс человеческого развития — совокупный показатель уровня развития человека в стране, поэтому иногда этот термин употребляют в качестве синонима таких понятий, как «качество жизни» или «уровень жизни». Индекс измеряет достижения страны с точки зрения состояния здоровья, получения образования и фактического дохода ее граждан.

Интегральный характер феномена конкурентоспособности обуславливает необходимость разработки для ее измерения различного рода индексов. В зарубежной науке распространена практика оценки конкурентоспособности на основе агрегирования статистических показателей.

Процесс накопления конкурентоспособности человека оценить достаточно сложно, и в первом приближении, при

---

<sup>22</sup> United Nation Development Programme. Human Development Reports [Electronic resource]. URL: <http://hdr.undp.org/en/data> (accessed: 25.03.2019).

всей субъективности, это можно сделать, основываясь на самооценках личной конкурентоспособности респондентов. Насколько правомерно опираться на эти субъективные данные? Примером методологической состоятельности такого подхода в социологии является использование метода личной самооценки при исследовании стратификационной структуры российского общества, где именно личностная самооценка выступает одним из четырех факторов, определяющих место человека в социальной иерархии<sup>23</sup>.

В нашем опросе респондентам предложили самостоятельно оценить уровень собственной конкурентоспособности, ответив на вопрос «Считаете ли Вы себя конкурентоспособным?». Выяснилось, что работающие молодые люди достаточно высоко оценивают свою конкурентоспособность. На вопрос «Считаете ли Вы себя конкурентоспособным?» однозначно утвердительных ответов «да» — 57%, однозначных ответов «нет» только — 3%. Однако немало молодых людей выразили сомнение в своей успешности: «скорее да, чем нет» — 33% и «скорее нет, чем да» — 7%.

Наблюдается высокий уровень уверенности в собственной успешности. Только один из десяти опрошенных указывает на свою неконкурентоспособность. Считаем, что высокие оценки во многом связаны с молодостью, небольшим жизненным опытом, амбициозностью и иными факторами. Правда, самооценку личной успешности можно уточнить по некоторым «кирпичикам», характеризующим отношение молодых людей к выполняемой работе. Среди признаков, характеризующих высокую конкурентность работающей молодежи, на первом месте — «нравится профессия» (88%), на втором — «есть возможность повысить квалификацию» (84%), на третьем — «считаю себя

---

<sup>23</sup> Горшков М. Г. Роль неэкономических факторов в использовании потенциала экономического роста, модернизации и консолидации российского общества и регионов РФ // Вестник Тюменского государственного университета. Социология. 2014. № 8. С. 13.

исполнительным и работоспособным» (78%). Низкий уровень самооценки конкурентоспособности отмечен у работников отставивших, что «профессия им не нравится» (47%), «нет возможности повысить квалификацию» (54%), «не считаю себя исполнительным и работоспособным» (50%).

Исходя из выявленных противоречий, сформулированы основные гипотезы, требующие соответствующих исследований, проверки и выработки рекомендаций.

В современных условиях социокультурная жизнь с достаточно сильным акцентом формирует среду жесткой конкуренции, можно сказать гиперконкуренции, между молодыми людьми как индивидуумами для выстраивания своей цепочки: «конкурентоориентированность — компетенции — конкурентные преимущества — конкурентоспособность» («4-К»).

Формирование конкурентоспособности, конкурентных преимуществ обусловлено действием трех основных системообразующих факторов.

Во-первых, социокультурная среда в социальных институтах общего и профессионального образования и начале самостоятельной трудовой деятельности молодежи не ориентирована («не заточена») в массовом масштабе на формирование мотивации молодежи к выработке и обладанию системными знаниями, умениями и деловыми компетенциями, чтобы обеспечивать устойчивую цепочку: «конкурентоориентированность — компетенции — конкурентные преимущества — конкурентоспособность» («4-К»).

Во-вторых, сложившаяся образовательная среда недостаточно акцентирована на формирование знаний и умений работы в командах, взаимодополняющих позиции лидеров и участников в процессе разработки и реализации конкретных совместных проектов, особенно по организации собственного дела.

В-третьих, конкурентная борьба возникает между выпускниками образовательных учреждений и представителями более старших поколений, уже занятых в различных

организациях и учреждениях, за доступ к перспективным рабочим местам. Исследователи исходили из гипотезы, что конкурентоспособность молодежи несколько выше, чем взрослого населения.

Основной объект внимания: цепочка «конкурентоориентированность — компетенции — конкурентные преимущества — конкурентоспособность» (тренд в процессе учебы и практики) на базе формирования системных знаний, умений и компетенций у молодежи благодаря соответствующей мотивирующей социокультурной среде.

Принципиальные вопросы, на которые следует найти ответы:

— *Что в современном обществе влияет на формирование этого тренда и как?*

— *Какие факторы стимулируют (провоцируют), какие блокируют, какие обеспечивают устойчивость цепочки «4-К» на коротком и длинном временном интервале?*

— *Каковы место и роль социокультурной среды (ситуации) в системе образования, у работодателей, во взаимодействии образования и работодателей при формировании устойчивости цепочки «4-К»?*

Конкурентоспособный человек характеризуется совокупностью социально ориентированных качеств, обеспечивающих ему преимущества, успех и, как правило, лидерство в одной из сфер его жизнедеятельности. Это — личность, способная быстро и безболезненно адаптироваться к постоянным изменениям общественных условий, научно-технического прогресса, новым видам деятельности и формам общения при условии сохранения позитивного внутреннего потенциала и гармонии. Здесь имеет особый смысл работа с одаренными детьми и подростками, чей божий дар можно однозначно оценивать как уникальный, к тому же постоянно пополняемый стратегический ресурс общества, социума с точки зрения его конкурентоспособности.

## Глава 2

# СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МОЛОДЕЖИ

---

### §1. Социокультурные характеристики современной молодежи

Классическая теория поколений, предложенная немецко-английским социологом и философом К. Манхеймом<sup>24</sup>, предполагает дифференциацию социальных групп относительно их жизненного опыта и мировоззренческих установок, сформированных при идентичности внешних условий социализации. Каждое новое поколение производно от тех экономических, политических, социокультурных процессов и явлений, в ходе которых проходили их основные, наиболее активные этапы социальной адаптации. Исходя из этого, изучение «духа поколения» становится способом получения знания как о злободневных проблемах и специфике жизни каждого отдельного поколения, так и о возможных вызовах всего общества, что несомненно отразится в процессе преемственности социальных позиций.

Значительное увеличение периода социализации личности, отмечаемое уже на протяжении нескольких десятков

---

<sup>24</sup> Манхейм К. Диагноз нашего времени: пер. с нем. и англ. М.: Юристъ, 1994. 693 с.

лет российскими<sup>25</sup> и западными<sup>26</sup> исследователями, считается важным фактором, подлежащим учету при анализе места, роли и функций современной молодежи как отдельной большой социально-демографической группы. Вполне логично, что при таких процессах определять «лицо общества» современное молодое поколение будет только тогда, когда фактически выйдет за пределы возрастных рамок данной социально-демографической общности, обретет необходимые статусы и роли, станет полноценно включенным в социально-профессиональные структуры. Несмотря на это, в свете актуальности подобного знания о молодежи как особой социально-демографической группе, набирают популярность и становятся общепринятыми современные теории, посвященные дифференциации поколений людей и описанию их ключевых характеристик.

Наибольшее развитие современная теория поколений получила благодаря трудам В. Штрауса<sup>27</sup> и Н. Хоува<sup>28</sup>, в которых заложен принцип цикличности, на основе чего происходит сменяемость периодов и архетипов различных социальных когорт. Сменяемость поколений характеризуется наличием диалектического единства противоположных процессов. С одной стороны, периодом кризиса, сопряженного с крупными потрясениями, вследствие чего преобразуются институты и нормы поведения, что приводит к социальному консенсусу. С другой стороны, периодом подъема, определяющегося культурным и религиозным обновлением, связанным с усилением

---

<sup>25</sup> Левада Ю. А. Сочинения: избранное: социологические очерки, 2000–2005 / сост. Т. В. Левада. М.: Издатель Карпов Е. В., 2011. 507 с.

<sup>26</sup> Твендж Дж. М. Поколение селфи. Кто такие миллениалы и как найти с ними общий язык. М.: Эксмо, 2018. 330 с.

<sup>27</sup> Howe N., Strauss W. Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069. New York: William Morrow & Company, 1991. 538 p.

<sup>28</sup> Howe N., Strauss W. Millennials Rising: The Next Great Generation. New York: Vintage Books, 2000. 415 p.

индивидуализма в общественном сознании. Необходимо отметить, что подобные представления о различиях среди возрастных групп населения приводят к ряду вопросов.

Во-первых, порождает сомнения анализ поколенческих особенностей, основанный только на внешних объективных факторах социализации личности. В данном случае не учитываются ее индивидуальные психофизиологические особенности, а также специфика конкретных референтных групп, оказывающих влияние на индивида в период наиболее активных этапов социализации. Это приводит к достаточно высокому уровню обобщенности теории.

Во-вторых, эмпирической и аналитической базой для изучения различий среди неоднородных возрастных групп населения для указанных авторов в большей степени явились некоторые западные страны, главным образом США. Таким образом, целесообразность применения подобного подхода в других странах, отличающихся по уровню экономического развития, идеологического наполнения, социально-политических процессов, вызывает определенные сомнения. Возможно предположить, что с учетом процессов глобализации, открытости информационного пространства с течением времени территориальные особенности постепенно станут утрачивать свою значимость.

Научная литература и источники публицистического характера в изобилии наполнены информацией о том, какими специфическими ценностными ориентациями и установками наделены представители таких поколений, как беби-бумеры, бумеры (X), миллениалы (Y) и центениалы (Z), как в конечном счете они себя проявляют в политике и экономике. Разработана и достаточно часто применяется адаптированная для российской действительности модель теории поколений Штрауса–Хоува с учетом отечественной специфики. В данной модели для беби-бумеров отведен период с 1943 по 1963 год, для бумеров, или поколения X, — с 1963 по 1984 год, для миллениалов, или поколения Y, — с 1984 по 2000 год, а с 2000

по настоящее время — для центениалов, или поколения Z<sup>29</sup>. Отметим также, что в отдельных зарубежных исследованиях отсчет поколения Z начинается с 1995 года.

В группу современной молодежи на данный момент входят представители двух последних поколений. Представители поколения Y в подавляющем большинстве уже реализовывают свои способности и приобретенные компетенции как молодые специалисты, некоторые из них становятся управленческим ресурсом. Люди, относящиеся к поколению Z, находятся в стадии перехода от общего к профессиональному образованию, сталкиваются с проблемами выбора своей специальности, в ряде случаев работают. Таким образом, анализируя представителей современной молодежи, необходимо учитывать ее двупокленную структуру в рамках теоретической концепции Штрауса–Хоува.

В России изучение молодежи как отдельной социальной группы является крайне актуальной и популярной темой для исследований социологического и экономического профиля как на уровне отдельных научно-образовательных центров, так и межведомственных проектов. В качестве наиболее значимого примера можно привести «Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ» (RLMS-HSE)<sup>30</sup>, который выполняется Высшей школой экономики и ООО «Демоскоп» при участии Института социологии РАН и Центра народонаселения Университета Северной Каролины (США). В 2017 году 15-й выпуск ежегодника Института социологии РАН полностью посвящен «анализу положения, проблем и жизнедеятельности молодежи в современной России»<sup>31</sup>.

---

<sup>29</sup> Астахова Ю. В. Теория поколений в маркетинге // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. 2014. Т. 8, № 1. С. 109.

<sup>30</sup> Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ [Электронный ресурс]. URL: <http://www.hse.ru/rlms> (дата обращения: 15.01.2019).

<sup>31</sup> Россия реформирующаяся: ежегодник. Вып. 15 / отв. ред. М. К. Горшков. М.: Новый хронограф, 2017. 568 с.



Среди крупных исследований на региональном уровне, посвященных изучению молодежи, можно отметить более чем 20-летний мониторинг социокультурного портрета студенчества, проводимый в Свердловской области группой уральских социологов под руководством Ю. Р. Вишневого. По данным этого анализа, наиболее значимые изменения в сознании и повседневных практиках молодежи произошли в области использования информационных технологий и технических средств, установок на здоровый образ жизни, семейных ценностей<sup>32</sup>. Вполне естественно, что подобная тема представляет интерес и для исследований международного уровня.

Результаты современных международных сравнений ценностей миллениалов (Y) и центениалов (Z) как субъектов экономической деятельности в рабочем процессе свидетельствуют о наличии достаточно однородных установок<sup>33</sup>. По сведениям, представленным на портале Randstad, указанная схожесть проявляется относительно выбора условий для работы (предпочитают корпоративный офис 42% поколения Y и 41% поколения Z), средств межличностной коммуникации, качеств руководителя (лидера), внедрения необходимых технологий в рабочий процесс. Подобные исследования представляют значимый научный и практический интерес, однако в настоящее время достаточно спорным будет намерение проводить сопоставления между людьми, имеющими разницу в возрасте

---

<sup>32</sup> Студент 1995–2016 гг.: динамика социокультурного развития студенчества Среднего Урала: монография / Л. Н. Банникова [и др.]; под общ. ред. Ю. Р. Вишневого. Екатеринбург: УрФУ, 2017. 904 с.

<sup>33</sup> Исследование проведено компанией Morar Consulting на территории 10 стран (США, Великобритания, Германия, Мексика, Польша, Аргентина, Индия, Китай, Канада и Южная Африка) с 22 июня по 11 июля 2016 года. Общее количество участников равняется 4066 респондентов. Поколение Z — 1965 человек, миллениалы — 2101 человек. В данном исследовании поколение Z принято с 1995 года рождения. См. подробнее: URL: <https://www.randstadusa.com/workforce360/managing-gen-y-z>

менее 20 лет, как было сделано в указанном сравнении, и ожидать серьезных различий в ориентациях и установках. Предполагаем, что исследования, которые будут выполнены с поколением Z (центениалами), родившимися в 2000-х, а не середине 1990-х, покажут более значимые различия в ответах, но это вопрос времени.

Особо значимые различия между представителями различных возрастных когорт выявляются в процессе сравнительного анализа миллениалов и старших поколений (бумеров, период рождения — 1946–1964 годы) как субъектов политического процесса в отношении острых социальных проблем. По подсчетам американских социологов, 51% миллениалов — это сторонники прав людей с нетрадиционной сексуальной ориентацией, тогда как среди бумеров таких 33%. Отметим, что по материалам других исследований 33% центениалов (Z) указывают, что пол человека определяется тем, как он ощущает себя сам, и не является врожденным качеством<sup>34</sup>. Почти 70% представителей миллениалов (Y) высказываются за легализацию веществ, основанных на растительных каннабиноидах, по сравнению с 52% бумеров. Каждый второй миллениал также не только поддерживает межрасовые браки, но и считает, что это «хорошо для американского общества», в то время как доля бумеров с подобными взглядами составляет 19%<sup>35</sup>. Интересно заметить, что на территории России, по данным Института социологии РАН, в период с 1997 по 2007 год, наоборот, произошло укрепление установки на заключение брака с представителями исключительно своей национальности<sup>36</sup>. Исходя из имеющихся сведений, важно

---

<sup>34</sup> Gen Z: The Culture, Beliefs and Motivations Shaping the Next Generation. 2018. Barna Group and Impact 360 Institute. P. 13.

<sup>35</sup> Milkman R. A new Political Generation: Millennials and the Post-2008 Wave of Protest // American Sociological Review. 2017. Vol. 82 (1). P. 6.

<sup>36</sup> Молодежь новой России: образ жизни и ценностные приоритеты: аналитический доклад, подготовленный в сотрудничестве с Представительством Фонда им. Фридриха Эберга в Российской Федерации / М. К. Горшков [и др.]. М., 2007. С. 101.

отметить, что почти половина современных представителей поколения Y еще составляют молодежь, что может быть использовано при изучении основных социокультурных характеристик этой социально-демографической группы.

В настоящее время имеются серьезные исследования, посвященные изучению миллениалов в сравнении с предшествующими им поколениями как в России, так и за рубежом, основанные на актуальных данных<sup>37</sup>. Отечественный социолог В. В. Радаев отмечает ряд характерных для них признаков: медленное «взращение», наивысший уровень активности и качества использования информационно-коммуникационных технологий по сравнению с предыдущими поколениями, ослабление установки алкопотребления, усиление практик здорового образа жизни, наличие оптимистического настроения, низкий уровень религиозности<sup>38</sup>. Перечисленные особенности поколения миллениалов (Y) подтверждаются и результатами наблюдений зарубежных ученых.

В современный период только небольшая часть представителей поколения центениалов (Z) является полноценно включенной в определенный тип профессиональной, а не образовательной деятельности. Этим обуславливается ограниченное наличие эмпирического материала, посвященного представителям данной возрастной когорты, реализующим свои профессиональные компетенции. При этом среди работодателей существует потребность в понимании основных особенностей поколения Z с целью выстраивания эффективной управленческой политики в пространстве своего предприятия или компании.

Достаточно часто в последнее время один из наиболее авторитетных и известных печатных изданий журнал Forbes обра-

---

<sup>37</sup> Лисаускене М. В. Молодые сибиряки: жизненные ценности и модели поведения «поколения Z» (опыт исследований молодежи Иркутской области в 1991, 2013, 2018 гг.) // *Siberian Socium*. 2019. Т. 3, № 1. С. 46–60.

<sup>38</sup> Радаев В. В. Миллениалы на фоне предшествующих поколений: эмпирический анализ // *Социологические исследования*. 2018. № 3. С. 15–33.

щает внимание на общее и особенное между представителями поколений Y и Z. Так, отмечаются изменения в использовании технологий опосредованной коммуникации в ходе рабочего процесса. Если миллениалы в большей степени предпочитают пользоваться электронной почтой, то центениалы как работники склонны применять технологию мессенджеров. Происходит переход от digital natives к mobile natives (от цифровых аборигенов к мобильным аборигенам)<sup>39</sup>. Подобные тенденции фиксировали еще в начале 2010-х годов.

Коммерческие компании и международные транснациональные корпорации, для которых представители молодежи являются будущими потребителями, также имеют вполне практический интерес к пониманию того, что в большей степени определяет потребительские предпочтения людей из разных поколений, как они реагируют на различные формы продвижения товаров и как в конечном счете покупают их. Отмечается, что центениалы демонстрируют более спокойное отношение к рекламе товаров и услуг в Интернете в отличие от миллениалов, потому что для них крайне важна ее лаконичность и комплексность одновременно<sup>40</sup>. Предполагается, что причина подобного различия заключается в том, что если для первых интернет-пространство немислимо без большого количества рекламного контента, то у вторых он чаще вызывает негативное отношение, поскольку они в силу своего возраста еще успели использовать Интернет до его превращения в значимый канал продаж товаров и услуг.

---

<sup>39</sup> Litt M. How Millennial CEOs are adapting to Generation Z [Electronic resource]. URL: <https://www.forbes.com/sites/forbescommunicationscouncil/2018/03/14/how-millennial-ceos-are-adapting-to-generation-z/#ed75b4a6c957> (accessed: 15.01.2019).

<sup>40</sup> Стевенс Р. Как завоевать сердца клиентов из разных поколений [Электронный ресурс] // Forbes. URL: <http://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/370079-kak-zavoevat-serdca-klientov-iz-raznyh-pokoleniy> (дата обращения: 15.01.2019).

Помимо того, существуют и схожие особенности миллениалов и центениалов, определяющие их потребительское поведение. По данным исследования компании Nielsen, эти поколения готовы переплачивать за экологичность и безопасность приобретаемых товаров, в отличие от старших возрастных групп населения<sup>41</sup>. По мнению Д. В. Борзакова, подобное стремление сформировано посредством их активной социализации в эпоху резонанса экологических проблем<sup>42</sup>. Таким образом, можно предположить, что в будущем производители для сохранения своей конкурентоспособности должны будут придерживаться экологических принципов создания и продвижения своих товаров и услуг или хотя бы голословно декларировать это.

Заслуживающими внимания в рамках изучения представителей поколения Z являются ежегодные отчеты Центра кинетики поколений<sup>43</sup>, посвященные анализу отдельных характеристик современной молодежи. Людям, входящим в поколение центениалов, свойственно получать профессиональные навыки не только в рамках образовательного учреждения, но и посредством самостоятельных видеуроков. По подсчетам за 2017 год, 85% людей из поколения Z просматривают как минимум одно видео онлайн в неделю, чтобы научиться чему-то новому<sup>44</sup>. В определенной степени — это

---

<sup>41</sup> We are what we eat. Healthy eating trends around the world. The Nielsen Company, 2015 [Electronic resource]. URL: <https://www.nielsen.com/content/dam/niensenglobal/co/docs/Reports/2015/Nielsen%20Global%20Health%20and%20Wellness%20Report.pdf> (accessed: 15.01.2019).

<sup>42</sup> Борзаков Д. В. Корпоративная социальная ответственность в восприятии поколений Y и Z // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2018. № 2. С. 62.

<sup>43</sup> Центр кинетики поколений (The Center for Generational Kinetics) базируется в г. Остин, штат Техас (США). Работа центра посвящена исследованию поколенческих особенностей в современных условиях. Проводит ежегодные национальные обследования представителей Z-поколения, сотрудничает с рядом мировых компаний, входящих в список Fortune 500.

<sup>44</sup> The state of gen Z: Meet the throwback generation. The Center for Generational Kinetics. Report. 2017. P. 10.

может свидетельствовать о наличии установки к самообучению среди большинства представителей данного поколения. В некотором плане подобные результаты могут трактоваться как наличие здорового индивидуализма, основанного на самостоятельной ответственности за собственную жизнь.

Интересны результаты исследования фонда Г. Кайзера, которое посвящено изучению повседневных практик использования медиаресурсов среди детей и подростков<sup>45</sup>. Учитывая период проведения указанного исследования (1999–2009 годы), можно отметить, что среди респондентов были представители как поколения Y, так и поколения Z. Полученная информация свидетельствует о том, что одним из основополагающих факторов увеличения частоты потребления медиаресурсов среди подростков стала доступность мобильных средств связи. Для примера: с 2004 по 2009 год количество владельцев мобильных телефонов от 8 до 18 лет увеличилось с 39 до 66%, владельцев портативных устройств для прослушивания музыки с 18 до 76%<sup>46</sup>. При этом уже в тот период стала проявляться тенденция применения подростками своих мобильных устройств как полноценных мультимедийных инструментов, при помощи которых они слушают музыку, смотрят телевизионные передачи, играют в игры.

В 2018 году, по данным Центра кинетики поколений, количество представителей поколения Z, использующих свои смартфоны более 10 часов в сутки составило 33%, от 5 до 9 часов — 32%, до 4 часов — 30%<sup>47</sup>. Таким образом,

---

<sup>45</sup> Исследование включает в себя результаты трех волн опроса (1999, 2004, 2009 гг.) молодого поколения от 8 до 18 лет на территории США.

<sup>46</sup> A Kaiser Family Foundation Study. January 2010. Generation M<sup>2</sup>. Media in the Lives of 8- to 18-Year-Olds / V. J. Rideout, U. G. Foehr, D. F. Roberts. P. 10.

<sup>47</sup> The state of gen Z: Unexpected insights into how Gen Z is impacting everything from technology and brands to social media and the workplace. The Center for Generational Kinetics. Report. 2018. P. 6.

становится понятен переход молодежи от цифровых к мобильным аборигенам, о чем было упомянуто выше. По заявлению Д. Алтмана, президента и управляющего фондом Г. Кайзера: «*The amount of time young people spend with media has grown to where it's even more than a full-time work week*»<sup>48</sup> / «Количество времени, которое молодые люди проводят в медиа выросло настолько, что даже превысило по времени полноценную рабочую неделю» (перевод наш. — Авт.). Отсюда следует несколько логичных и, на наш взгляд, важных замечаний.

Во-первых, исходя из имеющихся сведений, вполне обоснованными представляются современные тенденции к возрастанию и укреплению установки среди молодежи относительно взаимодействия с информационно-коммуникационными технологиями. С одной стороны, возрастает использование современных средств коммуникации, обмена, хранения, передачи и получения информации. С другой стороны, развиваются и появляются их новые формы, смещается часть предыдущих практик использования медиапространства в новые возможности реализации. Это в определенном смысле подтверждает теорию установки личности Д. Н. Узнадзе. Согласно данной теории формирование и укрепление установки происходит при синергии потребности и благоприятных условий, когда она может реализоваться<sup>49</sup>. Получилась ситуация, при которой объективные условия развития информационно-коммуникационных технологий совпали с субъективной потребностью индивида в социальном взаимодействии, обмене информацией и ее получении.

Во-вторых, достаточно острым становится вопрос о возможных или уже реальных психофизиологических послед-

---

<sup>48</sup> Daily media use among children and teens up dramatical from five years ago. 20 January 2010 [Electronic resource]. URL: <https://www.kff.org/disparities-policy/press-release/daily-media-use-among-children-and-teens-up-dramatically-from-five-years-ago> (accessed: 15.01.2019).

<sup>49</sup> Узнадзе Д. Н. Труды. Тбилиси: Мецниереба, 1977. Т. 6. С. 263–326.

ствиях увеличения количества времени использования детьми, подростками и молодежью современных информационно-коммуникационных технологий. По подсчетам американских исследователей, за последние 20 лет значительно возросло количество детей и подростков с установленным синдромом дефицита внимания и гиперактивности (СДВГ, от англ. ADHD — attention deficit hyperactivity syndrome). Так, с подобным неврологическо-поведенческим расстройством в период с 1997 по 1998 год диагностировано 6,1% людей в возрасте от 4 до 17 лет, а в 2015–2016 годах — 10,2%<sup>50</sup>. При этом в указанный период наблюдался постоянный рост доли выявляемости заболевания среди молодого поколения. В связи с чем можно сказать, что современная молодежь и общество в целом сталкиваются с новыми проблемами в области здоровья населения. Вполне логично, что увеличение количества молодых людей с наличием психофизиологических расстройств негативно скажется на реализации их конкурентных качеств и преимуществ в процессе взросления и реализации себя в определенных профессиональных областях.

Таким образом, можно отметить ряд основных моментов, на наш взгляд, наиболее значимых для изучения современной молодежи в процессе формирования ею своих конкурентных качеств и их дальнейшей реализации.

В настоящее время молодежь, согласно теории поколений, включает в себя представителей как миллениалов, так и центениалов. Этим объясняется неоднородность представлений на ее различных возрастных уровнях. Подобная ситуация усиливает актуальность изучения современной молодежи различных типов (учащейся, работающей) с целью расширения научного знания в рамках поколенческой теории Штрауса–Хоува.

---

<sup>50</sup> Twenty-Year Trends in Diagnosed Attention-Deficit / Hyperactivity Disorder Among US Children and Adolescents, 1997–2016 / G. Xu [et al.] // JAMA Network Open. 2018;1(4):e181471. DOI: 10.1001/jamanetwork-open.2018.1471



Несмотря на то что представители молодого поколения в процессе социализации формируют определенный тип мировосприятия, уже сегодня, по данным современных исследований, заметны серьезные различия во мнениях между представителями молодого и старшего поколений по особо острым социальным явлениям и процессам. В дальнейшем это определит социокультурные особенности общества будущего.

## §2. Одаренность как стратегический ресурс конкурентоспособности

Современные дети через десятилетие войдут в экономически активный возраст, будут составлять трудоспособную и творческую часть населения нашей страны. Одаренность воспринимается нами как стратегический ресурс конкурентоспособности. Аргументируем обозначенную точку зрения. Конкурентоориентированность молодежи необходимо рассматривать как стартовый элемент конкурентоспособности, которая формируется уже в раннем детстве — начиная с дошкольного и раннего школьного возраста. В полной мере конкурентоориентированность проявляется у старшеклассников в виде сформированного диапазона ценностных приоритетов, профориентационных предпочтений и сформированных стратегий социального поведения и стереотипов действий в различных социально обусловленных ситуациях. Среди значимых количественных индикаторов конкурентоориентированности учеников школ можно назвать «успеваемость» и «участие в олимпиадах» и др.

Феномен «**одаренность**» представляет интерес для психолого-педагогического и социально-культурного научного анализа и определяется как *«качественно-своеобразное сочетание способностей, от которого зависит возможность достижения большего или меньшего успеха в выполнении той*

или иной деятельности»<sup>51</sup>. При этом одаренность трактуется не как механическая совокупность способностей, а как принципиально новое качество, возникающее во взаимовлиянии и взаимодействии компонентов, в нее входящих<sup>52</sup>. Одаренность не гарантирует успех в конкретной сфере деятельности, но допускает возможность достижения такого успеха, поскольку, помимо наличия способностей, для успешного выполнения деятельности человеку необходимо обладать определенной суммой приобретенных знаний, сформированных умений и навыков.

В современной научной мысли существует два взгляда на явление одаренности. Представители первого (*Ф. Гальтон, Л. М. Термен*) считают, что одаренные люди встречаются крайне редко, их необходимо отыскать и прицельно заниматься развитием их способностей, доводя до совершенства. Сторонники другого подхода (*С. Л. Рубинштейн, А. Г. Асмолов, В. В. Рубцов, Д. И. Фельдштейн, И. С. Якиманская*) полагают, что до уровня одаренного можно довести практически любого физически и психически здорового человека при создании соответствующих условий для обучения и воспитания. В поддержку второго обозначенного подхода выступил Президент Российской Федерации: «В основе всей нашей системы образования должен лежать фундаментальный принцип: каждый ребенок, подросток одарен, способен преуспеть и в науке, и в творчестве, и в спорте, в профессии и в жизни. Раскрытие его талантов — это наша с вами задача, в этом — успех России»<sup>53</sup>.

---

<sup>51</sup> Теплов Б. М. Способности и одаренность // Психология индивидуальных различий: тексты / под ред. Ю. Б. Гиппенрейтера. М.: Изд-во МГУ, 1982. С. 136.

<sup>52</sup> Ильин Е. П. Психология творчества, креативности, одаренности. СПб.: Питер, 2009. С. 147.

<sup>53</sup> Послание Президента РФ Федеральному Собранию от 1 декабря 2016 г. [Электронный ресурс]. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/53379> (дата обращения: 15.02.2019).

Обозначенные подходы — полярные точки зрения и «золотая середина» может быть сформулирована следующим образом: потенциальные предпосылки одаренности имеют многие люди, тогда как реальные достижения показывает значительно меньшая их часть. Львиная доля успеха данного процесса зависит от создания педагогами и родителями (а позже, по мере взросления, и самими одаренными) соответствующих социально-психологических условий обучения и воспитания.

Среди концепций интеллектуальной одаренности самой популярной считается трехкольцевая модель, предложенная американским ученым Дж. Рензулли, согласно которой одаренность трактуется как сочетание трех основных признаков: высокие интеллектуальные способности, креативность, высокая и устойчивая мотивация. На этой основе предложены «мультифакторная модель одаренности» (Ю. Д. Бабаевой, А. И. Савенкова), пятифакторная модель (А. Танненбаума), инвестиционная модель одаренности (Р. Стренберга и Е. Гриненко), мюнхенская модель одаренности (К. Хеллера) и др.

В России в конце XX века предпринята попытка создания «рабочей концепции одаренности» (Д. Б. Богоявленская, В. Д. Шадриков) по заказу Министерства образования РФ. По определению этих авторов, одаренность — «системное, развивающееся в течение жизни качество психики, которое определяет возможность достижения человеком более высоких (необычных, незаурядных) результатов в одном или в нескольких видах деятельности по сравнению с другими людьми»<sup>54</sup>.

Методам выявления и оценки талантливых сотрудников в организации посвящены научные исследования В. В. Айталиевой, И. Г. Юрковой<sup>55</sup>. Вопросам сопровождения талант-

---

<sup>54</sup> Рабочая концепция одаренности. Выдержки [Электронный ресурс]. URL: <http://festival.1september.ru/articles/593595> (дата обращения: 15.02.2019).

<sup>55</sup> Айталиева В. В., Юркова И. Г. Методы выявления и оценки талантливых сотрудников в организации // Наука и мир. 2016. Т. 2, № 3 (31). С. 8–10.

ливой молодежи и их профориентации уделяли внимание Д. А. Троешестова, О. Н. Васильева<sup>56</sup>.

Попытки привлечь внимание к указанной проблеме предпринимали В. М. Еськов, Г. Мелхорн, Х. Мелхорн говоря о необходимости заботы об одаренных детях<sup>57</sup>. В исследованиях Г. В. Бурменской, В. М. Слуцкого, В. П. Лебедевой, В. И. Панова рассматривались личностные и профессиональные качества специалиста как стержневого субъекта в организации процесса развития одаренных детей и молодежи<sup>58</sup>.

Вопросы управления, направленные на решение современных социальных проблем, привлекают к себе все усиливающееся внимание исследователей. Теоретические основы социального управления разработаны в трудах М. Вебера, К. Маркса, Г. Спенсера, Ф. Энгельса и др.<sup>59</sup> Общая теория социального управления разработана Ю. Авериным, Н. А. Аитовым, В. С. Карпичевым, И. М. Слепенковым и другими учеными<sup>60</sup>.

---

<sup>56</sup> Троешестова Д. А., Васильева О. Н. Система профессиональной ориентации учащихся, привлечения и сопровождения талантливой молодежи // Высшее образование в России. 2017. № 7. С. 125–131.

<sup>57</sup> Еськов В. М. Поддержка одаренности — социальная необходимость для обеспечения безопасности России: монография. Сургут: СурГУ, 2001. 205 с.; Мелхорн Г., Мелхорн Х. Гениями не рождаются. Общество и способности. М.: Просвещение, 1989. 160 с.

<sup>58</sup> Одаренные дети: пер. с англ. / под общ. ред. Г. В. Бурменской, В. М. Слуцкого; предисл. В. М. Слуцкого. М.: Прогресс, 1991. 376 с.; Учителю об одаренных детях / под ред. В. П. Лебедевой, В. И. Панова. М.: Молодая гвардия, 1997. 200 с.; Экземплярский В. М. Проблема школ для одаренных. М.; Л., 1927. 356 с.

<sup>59</sup> Вебер М. Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990. 456 с.; Маркс К. Критика Готской программы. М.: Мысль, 1987. 752 с.; Спенсер Г. Основания социологии. СПб., 1957. Т. 1–2; Энгельс Ф. Происхождение семьи, частной собственности и государства. М.: Политиздат, 1987. 652 с.

<sup>60</sup> Слепенков И. М., Аверин Ю. П. Основы теории социального управления: учеб. пособие. М.: Высшая школа, 1990. 302 с.; Аитов Н. А. Можно ли управлять социальными процессами? // Социологические исследования. 1998. № 3. С. 24–30; Его же. Социальное развитие регионов. М.: Мысль, 1985. 220 с.; Карпичев В. С. Социальное управление: курс лекций. М.: РАГС, 2000. 438 с.

Тема одаренности остается практически не исследованной с социологической точки зрения. Рассматриваются в основном отдельные аспекты проблематики — адаптация (социализация) одаренных личностей в обществе и отдельные аспекты формирования и развития одаренных детей. Известно, что в силу своих особых способностей одаренные часто испытывают определенные трудности во взаимодействии со сверстниками. На них оказывают сильное давление родители (особенно если ребенок единственный в семье) и система образования<sup>61, 62</sup>. Несмотря на осознание важности творческих людей для жизни социума, в современном российском обществе недостаточно изучаются вопросы социализации творчески одаренных личностей в целом, детей и молодежи в частности, их личностные характеристики, определяющие адаптацию. Социология одаренности также изучает особенности процесса социализации одаренных детей и подростков. Различным аспектам поддержки одаренной и талантливой молодежи посвящены работы Л. В. Поповой, Н. С. Захаровой<sup>63</sup>, Т. А. Безенковой, М. А. Черкасовой<sup>64</sup>, Ю. В. Еременко<sup>65</sup>, С. А. Чернышева<sup>66</sup> и др.

---

<sup>61</sup> Потапова В. В. Культурная диссинхрония психического развития интеллектуально одаренных подростков // Интеграция образования. 2013. № 1 (70). С. 55–59.

<sup>62</sup> Шаяхметова Р. Р., Тухватуллин Р. М. Факторы, влияющие на здоровье одаренных детей, и роль социальной среды // Вестник Башкирского университета. 2012. Т. 17, № 2. С. 1061–1065.

<sup>63</sup> Попова Л. В., Захарова Н. С. Образовательные программы поддержки одаренных в университетах // Психологическая наука и образование. 2011. № 4. С. 46–55.

<sup>64</sup> Безенкова Т. А., Черкасова М. А. Одаренные дети как объект социальной педагогики // Инновационное развитие. 2017. № 4 (9). С. 115–116.

<sup>65</sup> Еременко Ю. В. Творчески одаренные ученики как категория девиантного риска: социологический анализ // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2017. Т. 7, № 3 (24). С. 219–227.

<sup>66</sup> Чернышев С. А. Сравнительный анализ ориентаций подростков и их родителей на социальное окружение // Аналитика культурологии. 2009. № 3 (15). С. 243–247.

С начала XXI века отмечается неуклонное сокращение доли молодежной возрастной группы в общей численности населения. По данным официальной государственной статистики, в 2002 году количество россиян младше 30 лет составляло 59 млн человек, в 2010-м — 54, в 2014-м — 53<sup>67</sup>. В 2018 году в России проживал 51 млн человек в возрасте младше 30 лет<sup>68</sup>. Определить изначальную одаренность каждого из них достаточно сложно, но можно создать условия, при которых она сможет проявиться, и применить комплекс социально-педагогических методов формирования и содействия ее реализации. В настоящее время процент ярко одаренных от природы детей в каждом регионе России составляет от 3 до 5%<sup>69</sup>, а доля людей со скрытой одаренностью может достигать 15–25%<sup>70</sup>.

Современные ученые придерживаются различных научных концепций одаренности и гениальности. Согласно одной из них, на гениальность оказывает влияние генетический аспект, на ее развитие и становление — биосоциальный, на реализацию и воплощение — социально-культурный фактор<sup>71</sup>. Разумеется, одаренность, как и крайняя степень отсталости, являются девиациями и априори не могут составлять значимую часть популяции. Талант и одаренность представ-

---

<sup>67</sup> Распределение населения по возрастным группам [Электронный ресурс]. URL: [http://www.gks.ru/free\\_doc/new\\_site/population/demo/demo11.xls](http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/demo/demo11.xls) (дата обращения: 15.02.2019).

<sup>68</sup> Там же.

<sup>69</sup> Доклад Правительства Российской Федерации о реализации национальной образовательной инициативы «Наша новая школа» в 2010 году. Раздел 2: Направление «Развитие системы поддержки талантливых детей» [Электронный ресурс]. URL: [https://www.proffipro.ru/upload/iblock/11f/1530\\_11.pdf](https://www.proffipro.ru/upload/iblock/11f/1530_11.pdf) (дата обращения: 15.02.2019).

<sup>70</sup> Из интервью «Одарен! Что делать?» автора концепции одаренности в РФ, чл.-кор. РАО В. Панова // Городские известия (г. Курск). 2012. № 145 (3316).

<sup>71</sup> Эфроимсон В. П. Гениальность и генетика: биосоциальные механизмы и факторы наивысшей интеллектуальной активности. М.; СПб.: Нестор-История, 2017. 480 с.

ляют собой позитивное девиантное поведение, одобряемое обществом. Однако не каждый член общества способен войти в данную социальную группу. Согласно закону нормального распределения, отклонения в обе стороны не превышают 20%. По различным оценкам психологов и педагогов, количество одаренных детей колеблется от 1–2 до 20% от их общей численности. Исследования Н. Ю. Сиягиной показывают, что доля одаренных в России составляет — 7%, а «потенциально одаренных» — 30%<sup>72</sup>.

Исследователи отмечают, что *«социализация одаренных детей проходит трудно, с большими сложностями. Одаренные дети чувствуют себя в “осредненной среде” неуютно: не учитывается специфика их поведения, наклонностей, отношение к сверстникам. <...> Педагоги не всегда могут распознать способности исключительно одаренных учеников и не умеют стимулировать их развитие, оказывать квалифицированную помощь родителям одаренных детей. <...> Обычная общеобразовательная школа не приспособлена для тех, кто значительно отличается от среднего уровня в сторону больших способностей»*<sup>73</sup>. Именно поэтому важным аспектом реализации программ по работе с одаренными детьми является то, насколько они будут востребованы в родной стране после их выхода во взрослую трудоспособную жизнь, насколько социальные институты будут готовы к их социальной адаптации и интеграции. В случае, если востребованность ока-

---

<sup>72</sup> Из выступления доктора психологических наук Н. Ю. Сиягиной, директора Федерального государственного научного учреждения «Центр исследования проблем воспитания, формирования здорового образа жизни, профилактики наркомании, социально-педагогической поддержки детей и молодежи», на пленарном заседании Всероссийской научно-практической конференции «Опыт работы с одаренными детьми в современной России», Ставрополь, 27 октября 2008 г. См. подробнее: URL: [http://odardeti.ru/images/onlydoc/stavropolnu\\_2008.doc](http://odardeti.ru/images/onlydoc/stavropolnu_2008.doc)

<sup>73</sup> Луныкова Л. Г. Материал интернет-конференции «Дети и молодежь» [Электронный ресурс]. URL: <https://iq.hse.ru/more/education/odarennie-deti> (дата обращения: 15.02.2019).

жется весьма низкой, ожидаемым результатом станет «утечка мозгов» в другие страны. Такой поворот событий нежелателен для России, потому что все ранее затраченные ресурсы на воспитание представителей молодого поколения будут работать на социально-экономическое благо другой страны.

Большинство стран мира признают наличие особых образовательных потребностей у всех детей, в том числе и одаренных. Актуальность этой темы определяется необходимостью выявления одаренности, индивидуализации и дифференциации обучения одаренных детей, а также создания целостной системы их поддержки и сопровождения. Недоработанными остаются вопросы оценки эффективности работы подобной системы в образовательных учреждениях и в государстве в целом<sup>74</sup>.

В скандинавских странах (Норвегия, Дания, Швеция и Финляндия) нет отдельных образовательных учреждений для одаренных детей. «Однако законы в сфере образования данных государств определяют обязательную дифференциацию и индивидуализацию обучения такой категории детей»<sup>75</sup>. В Великобритании одаренные дети не обучаются отдельно, а включены в общий образовательный процесс. В школах существует ряд мер выявления высоких способностей детей, расширенные и интенсивные учебные планы и сопровождение одаренных. В соответствии с программой Национальной ассоциации одаренных детей осуществляется мониторинг и сопровождение указанной категории учащихся<sup>76</sup>.

---

<sup>74</sup> Потанина А. В., Сафонова Н. М., Синичкина А. А. Сопровождение одаренных детей и оценка системы поддержки одаренности в разных странах мира [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/soprovozhdenie-odarenykh-detey-i-otsenka-sistemy-podderzhki-odarennosti-v-raznyh-stranah-mira> (дата обращения: 15.02.2019).

<sup>75</sup> Там же.

<sup>76</sup> The Gifted and talented children the UK [Electronic resource]. URL: <http://www.mensa.org.uk/gifted-talented> (accessed: 15.02.2019).



Мониторинг образовательных практик в разных странах мира, проведенный сотрудниками НИУ «Высшая школа экономики», отражает широкий диапазон взглядов и подходов к системе поддержки и сопровождения одаренных детей и молодежи за рубежом<sup>77</sup>. Международные мониторинговые наблюдения, направленные на оценку системы поддержки одаренных детей и молодежи, показывают, что в большинстве стран есть специализированная национальная программа, имеющая комплекс эффективных мероприятий по отбору и дальнейшему развитию одаренных.

Вместе с тем *«по результатам многочисленных исследований, проведенных во многих странах мира, одаренные дети крайне редко бывают отличниками или даже просто хорошими учениками. К сожалению, чаще всего одаренные в традиционной школе — троечники. <...> Действительно одаренный человек обычно более способен к усвоению нового опыта. Но реальные успехи в учебе, обозначенные школьными отметками, далеко не всегда однозначно характеризуют эту способность»*<sup>78</sup>. Принимая справедливость сказанного, отметим, что в рамках данного поискового социологического исследования придерживаемся выдвинутой гипотезы о наличии прямо пропорциональной взаимосвязи между участием молодежи в олимпиадах (во время обучения в школе и профессиональном учебном заведении (колледж, техникум или университет)) и последующей конкурентоспособностью. Соответственно, считаем, что индикатор успеваемости поможет достаточно эффективно идентифицировать конкурентоориентированность респондента как среди учащихся старших классов школ и учащихся средних профессиональных и высших образовательных заведений, так и работающей молодежи.

---

<sup>77</sup> Одаренные дети — ресурс человеческого потенциала современной России [Электронный ресурс]. URL: [https://iq.hse.ru/more/education/odarennie-deti#\\_ftn1](https://iq.hse.ru/more/education/odarennie-deti#_ftn1) (дата обращения: 15.02.2019).

<sup>78</sup> Детская одаренность [Электронный ресурс]. URL: [http://adalin.mospsy.ru/1\\_01\\_12.shtml](http://adalin.mospsy.ru/1_01_12.shtml) (дата обращения: 15.02.2019).

Ключевым социальным индикатором, в средне- и долгосрочной перспективе способствующим достижению устойчивого инновационного развития страны (региона), является работа с одаренными детьми и молодежью. «Мотором» инновационной деятельности становятся творческие, инновационные личности как особый тип творческих индивидов (Н. И. Лапин)<sup>79</sup>.

Одним из эффективных инструментов поиска и отбора одаренной молодежи можно назвать олимпиадное движение<sup>80</sup>. Обратим внимание на международные олимпиады школьников. Это группа ежегодно проводимых интернациональных соревнований выпускников школ по ряду научных дисциплин. В олимпиадах участвуют от каждой страны команды из 4–6 выпускников, прошедших национальные отборы (обычно также называемые олимпиадами). В настоящее время существует 12 международных научных олимпиад. В абсолютном большинстве из них команды от России ежегодно занимают призовые места, возвращаясь на Родину с золотыми, серебряными или бронзовыми медалями.

Международная математическая олимпиада (International Mathematical Olympiad) — ежегодная математическая олимпиада для школьников, старейшая из международных предметных олимпиад. Среди самых сильных команд — КНР, США, Южная Корея и Россия. В 2018 году Россия вошла в тройку лидеров, заняв второе место по рейтингу и уступив только сборной США. Международная физическая олимпиада для школьников (International Physics Olympiad) — ежегодные международные соревнования по физике среди школьников разных стран. В 2017 году российские школьники впервые были награждены

---

<sup>79</sup> Лапин Н. И. Теория и практика инноватики: учеб. пособие. М.: Логос, 2008. С. 55.

<sup>80</sup> Ананьева Т. Н. Всероссийская студенческая олимпиада как механизм выявления талантливой молодежи / Т. Н. Ананьева [и др.] // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. 2013. № 4. С. 56–65.

пятью золотыми медалями<sup>81</sup>. Международная биологическая олимпиада (International Biology Olympiad) — международное научное состязание для школьников не младше 15 лет, в котором российские школьники также ежегодно завоевывают несколько комплектов медалей.

Олимпиады, как механизм работы с талантливой молодежью, на протяжении многих десятилетий подтверждают свою эффективность, способствуя развитию человеческого капитала страны. Они являются своеобразным трамплином, позволяющим молодежи проявить себя, убедиться в уровне знаний и собственной конкурентоспособности. Это также эффективный путь выстроить карьеру. «Стране важно качество человеческого капитала и нужны люди с глубокими знаниями и пониманием особенностей современных экономических тенденций. Ученики, участвующие в олимпиадах, как раз демонстрируют необходимые черты с точки зрения предпринимательства и восприятия нового экономического уклада»<sup>82</sup>.

Экономист Б. Сьлюсаж отмечает, что в Польше победители и финалисты олимпиад могут подавать документы в вуз на выбранную специальность, минуя процедуру экзаменов. «Многие участники олимпиад добились успеха в науке, пополняя ряды ведущих польских экономистов»<sup>83</sup>.

Подавляющее большинство олимпийцев убеждены в том, что участие в конкурсе становится пропуском к дальнейшему образовательному и профессиональному успеху. Участники особенно высоко ценят систему призов и открывающихся для победителей возможностей.

---

<sup>81</sup> Пять золотых медалей завоевала сборная России на Международной физической олимпиаде [Электронный ресурс]. URL: <https://info.olimpiada.ru/news/10246> (дата обращения: 15.02.2019).

<sup>82</sup> Сьлюсаж Б. Олимпиада экономических знаний как способ развития человеческого капитала страны (пример Польши) // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. 2019. Т. 5, № 1. С. 36–49.

<sup>83</sup> Там же.

G. Wałęga приводит результаты исследования ключевых факторов победы в предметных олимпиадах по экономике. Чаще всего успех на олимпиаде связывается с тяжелой работой — самостоятельным обучением и увлечением экономикой (85–89%). К тому же участники рассчитывают на поддержку третьих лиц. «В наибольшей степени помогают в успехе учителя, а также победители и финалисты предыдущих соревнований. Почти ни для кого из молодых людей завершение очередной олимпиады не означает завершения темы экономики. Олимпиада прокладывает эдукационные и профессиональные тропинки. Почти все участники намерены поступать в вуз (в том числе 70% на экономический факультет, финансы или управление)»<sup>84</sup>.

В России в качестве эффективных форм поддержки и работы с одаренными детьми можно назвать следующие:

1. Проведение предметных олимпиад, конкурсов, фестивалей, конференций.

2. Организация профильных лагерей, профильных (творческих) смен, учебно-тренировочных сборов, научно-исследовательских экспедиций.

3. Поддержка образовательных учреждений, работающих с одаренными детьми.

4. Выделение стипендий (премий) одаренным детям.

5. Проведение очно-заочных школ работающих с одаренными детьми, летних творческих школ, лабораторий, мастер-классов по различным направлениям образовательной деятельности.

6. Издание творческих работ учащихся-победителей конкурсов юных техников и изобретателей, исследователей, поэтов, художников, музыкантов и др.

---

<sup>84</sup> Wałęga G. Olimpiada Wiedzy Ekonomicznej i jej odbiorcy w świetle wyników badań ewaluacyjnych // Trzydzieści lat Olimpiady Wiedzy Ekonomicznej / B. Ślusarz (ed.). Warszawa: Polskie Towarzystwo Ekonomiczne, 2018. Pp. 55–56.

Одной из зарекомендовавших себя практик поддержки молодых талантов является включение в правила приема на обучение в вузы дополнительных баллов за наличие золотого знака отличия Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «ГТО», победы в статусных олимпиадах по профильным учебным дисциплинам (олимпиады «Ломоносов», «Менделеев», отраслевая олимпиада «Газпрома» и др.) и успешное обучение в Центре робототехники и АСУ.

Во многих регионах, в том числе и в Тюменской области, создана и регулярно пополняется Региональная база данных талантливых детей и молодежи<sup>85</sup>. В базу вносят сведения о победителях престижных мероприятий, среди которых, например, «Интеллектуальные соревнования учащихся начальной школы», «Областной научный форум молодых исследователей “Шаг в будущее”», региональный этап Всероссийской олимпиады школьников по общеобразовательным предметам и др. На начало 2018 года в базу данных талантливых детей и молодежи Тюменской области входило 4,2 тыс. человек. В процентном соотношении на победы молодежи в значимых мероприятиях 6,5% приходится на конкурсы международного уровня и 19% — на конкурсы всероссийского уровня.

Как измерить долю одаренных? Сделать это можно, рассчитав долю детей и молодежи, включенных в региональную базу талантливых детей и молодежи, по отношению к количеству проживающих в каждом муниципальном образовании Тюменской области в возрасте 5–30 лет: Сорокинский район (1,5%); Викуловский район (1,3%); Нижнетавдинский район (1,2%); Тюмень (1,0%); Ялуторовск (1,0%); Тобольск (0,9%)<sup>86</sup>. По данным Департамента физической культуры, спорта и дополнительного образования Тюменской области, удельный вес численности молодых людей в возрасте от 14 до 30 лет, вовлечен-

---

<sup>85</sup> Региональная база данных талантливых детей и молодежи Тюменской области [Электронный ресурс]. URL: [https://admtumen.ru/ogv\\_ru/society/talented-children/base.htm](https://admtumen.ru/ogv_ru/society/talented-children/base.htm) (дата обращения: 15.02.2019).

<sup>86</sup> Там же.

ных в реализуемые органами исполнительной власти проекты и программы в сфере поддержки талантливой молодежи, в общей численности молодежи в возрасте от 14 до 30 лет по итогам 2017 года составил 33,8%, или более 100 тыс. человек<sup>87</sup>.

Во многих регионах, и в частности в Тюменской области, работа с одаренными детьми и молодежью обозначена как значимое направление развития региональной системы образования. Примером успешной работы в данном направлении можно назвать опыт академической гимназии при Тюменском государственном университете (входящей в число 25 лучших школ страны). В гимназии применяются методы опережающего и углубленного обучения.

Обратимся к нормативно-правовым актам федерального уровня, определяющим вектор работы с талантливой молодежью. В план деятельности Министерства образования и науки РФ на 2018 год включено направление «Выявление и поддержка одаренных детей и молодежи»<sup>88</sup>. Отдельной строкой в бюджетной классификации Российской Федерации обозначены мероприятия «Выявление талантов и их развитие в области науки и техники» и «Создание центров выявления и поддержки одаренных детей».

Статья 33 «Основ законодательства Российской Федерации о культуре», обозначенная как «Обязанности государства по созданию условий для самореализации талантов», направлена на осуществление органами государственной власти и управления своего протекционизма (покровительства) по отношению

---

<sup>87</sup> О результативности работы органов исполнительной власти Тюменской области по выявлению и продвижению талантливых детей и молодежи в Тюменской области в 2017 году [Электронный ресурс]. URL: [https://admtyumen.ru/ogv\\_ru/society/talented-children/more.htm](https://admtyumen.ru/ogv_ru/society/talented-children/more.htm) (дата обращения: 15.02.2019).

<sup>88</sup> План деятельности Министерства образования и науки РФ на 2018 год [Электронный ресурс]. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_294970](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_294970) (дата обращения: 15.02.2019).

к юным талантам, творческой молодежи, дебютантам, начинающим творческим коллективам, не посягая на их творческую независимость. Содержание, формы и способы такого протекционизма (покровительства) определяются государственными программами сохранения и развития культуры<sup>89</sup>.

В Комплекс мер по реализации Концепции общенациональной системы выявления и развития молодых талантов на 2015–2020 годы включено развитие инфраструктуры по работе с одаренными детьми и молодежью. В Концепции общенациональной системы выявления и развития молодых талантов содержатся **две стратегические установки**. Одна отражает недопустимость селекционного подхода по принципу наличия или отсутствия одаренности у детей и подростков. Отмечается, что каждый человек талантлив и добьется ли он успеха, во многом зависит от того, будет ли выявлен его талант, получит ли он шанс использовать свою одаренность. Другая установка имеет непосредственное отношение к ответственности государства за предоставление детям и молодежи возможностей для адекватного развития таланта: акцент сделан не на выявлении перспективных молодых граждан, а на стимулировании роста творческого потенциала всего российского общества за счет максимальной самореализации каждого гражданина. Каждый человек в той или иной степени талантлив. Для реализации данного потенциала необходим комплекс социально-экономических условий, который человек трудоспособного возраста может обеспечить себе самостоятельно, а детям и подросткам — родители и государство.

Рассматривая одаренную молодежь, важно обратить внимание на представителей рабочих профессий, участвующих и

---

<sup>89</sup> Основы законодательства Российской Федерации о культуре. Статья 33. Обязанности государства по созданию условий для самореализации талантов [Электронный ресурс]. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_1870/c48d3a9fcb40c127d496d9f112edc1cb08d6bb00](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1870/c48d3a9fcb40c127d496d9f112edc1cb08d6bb00) (дата обращения: 15.02.2019).

занимающих призовые места в конкурсах профессионального мастерства. В качестве яркого примера укажем WorldSkills Russia. Это движение — часть международного некоммерческого проекта WorldSkills International, миссия которого — повышение стандартов подготовки кадров. Их девиз: «Делай мир лучше силой своего мастерства!» ( «*Improving the world with the power of skills!*» ). WorldSkills Russia проводит всероссийские чемпионаты профессионального мастерства по пяти направлениям: конкурсы профессионального мастерства между студентами колледжей и техникумов в возрасте до 22 лет; корпоративные чемпионаты (на производственных площадках крупнейших российских компаний); чемпионат в сфере высокотехнологичных профессий IT-сектора (DigitalSkills); AgroSkills; межвузовский чемпионат по стандартам WorldSkills. По сути, это единственная в России независимая оценка практических навыков. По итогам испытания, студенты получают Skills-паспорта, а работодатели — достоверную информацию о профессиональном уровне молодых специалистов.

Международное движение WorldSkills International зародилось в 1947 году в Испании. «Первые чемпионаты проводились с целью популяризации рабочих профессий и повышения их престижа. Сегодня это эффективный инструмент подготовки кадров в соответствии с мировыми стандартами и потребностями новых высокотехнологичных производств»<sup>90</sup>. Россия присоединилась к движению в 2012 году.

Важно понимать, что работа по выявлению и поддержке талантливой молодежи не может иметь быстрого результата и всегда работает на средне- или долгосрочную перспективу. Воспитание и профессиональная подготовка талантливого подростка многократно окупится для региона и страны уже через несколько лет, и выгода (в первую очередь социально-

---

<sup>90</sup> WorldSkills [Electronic resource]. URL: <https://worldskills.ru/o-nas> (accessed: 15.02.2019).



культурная и экономическая) продлится в течение трудоспособной жизни человека при необходимом уровне содействия со стороны государства и непосредственного работодателя. Именно поэтому в стратегиях социально-экономического развития многих российских регионов присутствует раздел кадрового обеспечения социально-экономического роста, в том числе посредством работы с одаренной молодежью и формирования конкурентоспособности подрастающего поколения.

Работу по формированию конкурентоориентированности молодежи следует начинать «издалека» — с формирования **пула педагогов**, способных работать с одаренными детьми, а таких, как показывают исследования, проведенные под руководством академика Российской академии образования, профессора Г. Ф. Шафранова-Куцева, лишь 2% от общего числа школьных учителей<sup>91</sup>. В мировых практиках важным направлением работы с одаренными детьми является оценка работы подготовленных наставников для одаренных детей. В педагогических университетах не только развитых стран (Австрия, Швейцария и др.) существуют специализированные программы подготовки педагогических кадров для работы с одаренными детьми. Например, Европейский совет по высоким способностям (ЕСНА Diploma) с 1996 года осуществляет обучение учителей. Вместе с тем необходимо формирование стимулов для взаимовыгодного социально-экономического партнерства различных заинтересованных сторон, привлечение к сотрудничеству новых участников, педагогов, экспертов, партнеров и инвесторов.

Инвестируя в детей, мы инвестируем в будущее страны. Стратегически значимым становится выстраивание конкретных и эффективно работающих **социальных лифтов**, способствующих дальнейшему развитию одаренной молодежи, их

---

<sup>91</sup> Геннадий Куцев: работать с одаренными детьми должны подготовленные учителя [Электронный ресурс]. URL: <https://t-1.ru/137239.html> (дата обращения: 15.02.2019).

профессиональному и карьерному росту. Для этого необходим синтез профориентационных, образовательных, спортивных, творческих, исследовательских и прочих ресурсов для развития и профессионального становления детей и молодежи.

На федеральном уровне создан образовательный фонд «Талант и успех», который реализует образовательные программы для одаренных детей, проявивших выдающиеся способности в области искусств, спорта, естественно-научных дисциплин, а также склонность к техническому и гуманитарному творчеству. С этой целью в 2015 году в городе Сочи Фондом создан Образовательный центр «Сириус» (по имени самой яркой звезды), ставший эталоном в работе с молодыми талантами. Реализуется разработка и применение наиболее эффективных форм включения одаренных детей в интеллектуально-познавательную, художественную, физкультурно-спортивную и общественно-полезную деятельность. В России создаются площадки для работы с одаренными молодыми людьми, аналогичные «Сириусу».

Комплексом мер по поддержке одаренной молодежи достигается максимальный охват одаренных российских школьников и их педагогов, содействие повышению уровня профессиональной подготовки. Поддержка талантливой молодежи предполагает (независимо от социально-экономического положения их семей и места проживания) создание комплекса условий для реализации интеллектуального потенциала, профессионального развития и формирования конкурентоориентированности и навыков поддержания устойчивой конкурентоспособности на протяжении всей жизни.

С сентября 2019 года в России начинают работу академические школы, которые будут готовить учеников к поступлению в лучшие вузы с прицелом на дальнейшую научную карьеру. Открывается 101 академическая школа, практически во всех субъектах Российской Федерации. В перспективе в регионах будет не по одной такой школе.

Одаренные дети являются стратегическим ресурсом страны. Без реализации этого потенциала невозможно достижение стратегических приоритетов в региональном и федеральном масштабах. Сегодняшние дети через пару десятков лет войдут в трудоспособную жизнь и станут формировать все сферы жизни общества, социальные институты и процессы, определять социальную структуру.

Обратимся к эмпирическому блоку, основанному на результатах авторского социологического исследования молодежи. Анализ ответов старшеклассников показывает: отличники в значительно большей степени выражают согласие с утверждением, что «конкурентоспособность (успешность) — важное качество человека в современном российском обществе» (77%), и это в 2,6 раза выше, чем в прочих категориях успеваемости школьников.

Проведем анализ взаимосвязи самооценки конкурентоспособности и успеваемости респондентов различных социальных групп (старшеклассники, студенты и работающая молодежь).

Среди **учащихся старших классов** именно отличники в 90% случаев оценивают себя как конкурентоспособные (вариант ответа «да» и «скорее да, чем нет»), что выше аналогичного показателя у «хорошистов» (вариант ответа «учусь на хорошо и отлично» — 79%) и «троечников» (вариант ответа «учусь преимущественно на удовлетворительно» — 63%). Среди **студентов-отличников** — доля конкурентоспособных также выше (88%) по сравнению с менее успевающими респондентами. Так, среди «хорошистов» — 75%, среди «троечников» — 53%. Свою абсолютную неконкурентоспособность чаще всего отмечают респонденты, обучающиеся преимущественно на «удовлетворительно», — почти каждый второй считает себя неконкурентоспособным (47%), в то время как среди отличников, оценивающих себя как неконкурентоспособные, — лишь 12%. Представителей работающей молодежи мы тоже попро-

силы указать свою успеваемость в профессиональном учебном заведении (если их было несколько, то в последнем по счету). Среди бывших отличников считают себя конкурентоспособными (вариант ответа «да» и «скорее да, чем нет») — 95% работающей молодежи (среди «хорошистов» — конкурентоспособных лишь 86%, а среди «троечников» — 75%).

Студентам и работающей молодежи был задан вопрос: «Согласны ли Вы с утверждением, что конкуренция — это хорошо, она побуждает людей напряженно и творчески работать?». Максимальное несогласие с утверждением выразили «троечники» (34% — среди студентов и 25% — среди работающей молодежи, в то время как среди респондентов с более высоким уровнем успеваемости среднее значение составило 25 и 10% соответственно).

Согласно гипотезе авторского социологического исследования о наличии прямо пропорциональной связи между участием молодежи в олимпиадах во время обучения в школе и профессиональном учебном заведении (колледж, техникум или университет) и последующей конкурентоспособностью, обратим внимание на взаимосвязь данных переменных. Среди тех, кто принимал участие в олимпиадах в прошлые годы, сегодня оценивают себя как «конкурентоспособные» — 60% работающей молодежи. Их ровесники, игнорировавшие олимпиады в годы своего обучения, — ощущают себя конкурентоспособными сравнительно реже — в 51% случаев.

Успеваемость респондентов также взаимосвязана с их успехом в конкурентных интеракциях. Респондентам предложено выбрать одно из двух противоположных утверждений: «Мне очень редко удастся выходить победителем в конкуренции» и «Как правило, я всегда успешно побеждаю всех своих конкурентов». Наиболее успешны в конкурентной борьбе именно те респонденты, которые в годы своего обучения были отличниками (72% против 60% аналогичных ответов «троечников») (рис. 1).



*Рис. 1. Эффективность участия работающей молодежи в конкурентных интеракциях в зависимости от их успеваемости во время обучения в профессиональном учебном заведении (в % к числу опрошенных)*

Участие респондентов в олимпиадах по учебным предметам во время обучения в общеобразовательном и впоследствии в профессиональном учебном заведении создает необходимый бэкграунд, формирует интеллектуальный и личностный потенциал и в дальнейшем позитивно отражается на конкурентных взаимодействиях (см. рис. 2). Работающая молодежь, имеющая опыт участия в олимпиадах по учебным предметам, в 75% случаев отмечает, что в конкуренции успешно побеждает своих оппонентов.

Выводы и рекомендации, сделанные по результатам социологических исследований, можно использовать как инструмент повышения эффективности работы с одаренной и талантливой молодежью в масштабах всей страны и отдельных регионов, а это может обеспечить инновационное развитие.



*Рис. 2. Эффективность участия работающей молодежи в конкурентных интеракциях в зависимости от участия в олимпиадах по учебным предметам (в школе, техникуме, вузе) (в % к числу опрошенных)*

Работа с одаренными занимает особое место в системе инновационного развития региона и в процессе формирования конкурентоспособности личности. Важно не создавать искусственные «элитарные группы», оказывая им поддержку, а содействовать развитию способностей миллионов детей и подростков. Тем не менее этот подход получает распространение во многих странах. Примером служат лицеи, элитные школы для ребят с выдающимися способностями в учебных предметах или спорте/искусстве. Так создаются искусственные «инкубаторы», эффективно реализующие свои цели, но при этом затрудняющие социализацию представителей подрастающего поколения.

Неуклонный рост значения человеческого капитала для функционирования социальных институтов (в первую очередь

образования) обозначает работу с одаренной и талантливой молодежью в качестве приоритетной задачи. Творческие способности личности, талант и уникальные способности человека нуждаются в грамотном планомерном развитии и реализации с применением социально-педагогических технологий. Развитие способностей и талантов выступает в качестве социального механизма, противостоящего регрессивным линиям в развитии общества<sup>92</sup>. В постановлении Совета Европы по работе с одаренными детьми (принято в 1994 году) указано, что *«ни одна страна не может позволить себе роскошь расточать таланты, а отсутствие своевременного выявления интеллектуального и другого потенциала иначе как расточением человеческих ресурсов названо быть не может. <...> Одаренным детям должны быть предоставлены условия образования, позволяющие в полной мере реализовать их возможности для их собственного блага и на благо всего общества»*. Для того чтобы работа по поддержке одаренных детей и молодежи принесла долгосрочный результат, нужно проводить ее системно на федеральном, региональном и муниципальном уровнях.

### **§3. Современные подходы к изучению социокультурных факторов формирования конкурентоспособности молодежи**

Общая ситуация с анализом социокультурных факторов формирования конкурентоспособности молодежи, сложившаяся в отечественной науке, представляется нам достаточно противоречивой. Рассмотрим ее на примере следующей дефиниции. «К числу социокультурных факторов, детерминирующих процессы формирования и развития

---

<sup>92</sup> Шаяхметова Р. Р. Социальные аспекты управления процессом развития одаренных детей в современном российском обществе : дис. ... канд. социол. наук: 22.00.08. Уфа, 2006. С. 6.

конкурентоспособной личности, — пишет В. И. Шаповалов, — следует отнести: (1) объективное возрастание роли человеческого фактора в условиях рыночных отношений; (2) потребности социума в конкурентоспособном кадровом потенциале; (3) возрастание потребности современного работника в социально-профессиональном статусе; (4) стремление работников к самоактуализации»<sup>93</sup>. Приведенное определение показывает, что в современной научной литературе в ряде работ достаточно распространено смешивание, например, внешних (1, 2) и внутренних (3, 4) социокультурных факторов формирования конкурентоспособности, а также недооценка и неучет многих важных социокультурных детерминант процесса формирования конкурентоспособности. Рассмотрим основные понятия, используемые в данной главе.

Сложная структура и многообразие социокультурных факторов формирования конкурентоспособности молодежи не позволяет нам в рамках одной главы рассмотреть всю их полноту достаточно подробно. Ниже будут показаны основные социокультурные факторы формирования конкурентоспособности молодежи, их структура, приведены результаты эмпирических исследований этих факторов на материалах молодежи Тюменской области. Безусловно, социокультурные факторы — достаточно широкое понятие. Цель нашей работы предполагает выделение социокультурной среды региона как совокупности внешних по отношению к молодежи социокультурных факторов. Наряду с ними существуют и субъективные, внутренние для социального актора (в данном случае — молодежи региона) социокультурные факторы. Тем самым в наиболее общем виде мы можем выделить два базовых вида социокультурных факторов, которые влияют на формирование конкурентоспособности молодежи:

---

<sup>93</sup> Шаповалов В. И. Формирование конкурентоспособной личности в условиях школьного дополнительного образования: монография / под науч. ред. Ю. С. Тюнникова. Сочи: СГУТиКД, 2008. С. 14–15.



- внешние факторы, в совокупности выражающиеся категорией «социокультурная среда»;
- внутренние факторы, включающие ценностные ориентации, социальные установки (как и иные формы аттитюдов), социальные представления, нормы и ценности, самоидентификацию, человеческий и социальный капитал.

При изучении социокультурной среды мы опираемся на модель социокультурного подхода, разработанную Н. И. Лапиным и его коллегами<sup>94</sup> и др. Поскольку объектом нашего исследования выступает молодежь конкретного региона, целесообразно обратиться к характеристике подобного социально-территориального образования с данных позиций. Согласно определению Н. И. Лапина, регион «выступает как макро-ячейка горизонтальной дифференциации общества, его социокультурного пространства. Это сообщество образует близкую социокультурную среду жизнедеятельности его членов как личностей, мотивирует их действия; здесь комплексно и во многом непосредственно реализуются взаимоотношения индивидов друг с другом, а опосредованно — с обществом»<sup>95</sup>. Следует подчеркнуть, что имеющие место сложности в выделении структуры и, соответственно, изучении социокультурных факторов формирования конкурентоспособности во многом проистекают из не всегда адекватного ее определения рядом авторов.

Под конкурентоспособностью мы понимаем способность социального субъекта к достижению своих целей в обще-

---

<sup>94</sup> Лапин Н. И. Социокультурный подход и социетально-функциональные структуры // Социологические исследования. 2000. № 7. С. 3–12; Его же. Социокультурные факторы российской стагнации и модернизации // Социологические исследования. 2011. № 9. С. 3–18.

<sup>95</sup> Лапин Н. И. Регион, его статус и функции в российском обществе: теоретико-методологические основы исследования // Социологические исследования. 2006. № 8. С. 25–34.

стве в условиях соперничества с другими субъектами. В нашем случае в качестве такого актора выступает молодежь крупного сибирского региона. Как правило, формированию конкурентоспособности предшествует развитие у молодежи конкурентоориентированности, под которой мы понимаем комплексную характеристику индивида, выражающую его стремление к достижению своих целей в условиях соперничества с другими индивидами.

В отечественной науке существуют различные подходы к пониманию конкурентоспособности. Два основных — процессуальный и структурный. В качестве примера первого можно привести следующее определение: «динамический процесс, в котором генерируется поиск эффективных форм поведения и одновременно осуществляется их отбор»<sup>96</sup>, второго — «интегральное качество личности, представляющее собой совокупность ключевых компетенций, ценностных ориентаций, позволяющих данной личности успешно функционировать в социуме»<sup>97</sup>. На наш взгляд, каждый из них имеет право на существование, ибо они выражают сложную диалектику структурного и процессуального в существовании феномена конкурентоспособности. То или иное из них может применяться в зависимости от ракурса исследования и его целей.

При этом важно различать конкурентоспособность индивида как в целом в обществе (социальная конкурентоспособность), так и в его определенных сферах (профессиональная, финансовая, политическая конкурентоспособность и т. п.). В современном российском обществе наиболее тесно с социальной конкурентоспособностью молодого человека взаимосвязана его профессиональная конкурентоспособ-

---

<sup>96</sup> Тарануха Ю. В. Конкуренция и конкурентные стратегии. М.: Дело и сервис, 2008. 272 с.

<sup>97</sup> Левицкая И. А. Конкурентоспособность будущего специалиста как социально-педагогическая категория // Современные исследования социальных проблем: электрон. науч. журнал. 2016. № 1 (57). С. 119.

ность. По сути, в большинстве случаев формируется своеобразный тандем, характеризующий интегральный феномен, выражающий способность человека более эффективно реализовать свои цели в обществе по сравнению с другими социальными акторами как в профессиональной, так и в иных сферах деятельности. Следует подчеркнуть неотделимость процесса формирования конкурентоспособности молодежи от процесса ее реализации, особенно в период обучения в профессиональных учебных заведениях и в начале трудовой деятельности.

Формирование конкурентоспособности молодежи — процесс, длящийся во времени. Условно можно выделить четыре этапа формирования конкурентоспособности (в некоторой степени они могут совпадать со стадиями социализации молодежи). На каждом из этих этапов действуют специфические сочетания социокультурных факторов, под влиянием которых складываются определенные личностные качества, влияющие на конкурентоспособность. Тем самым можно сказать, что основы конкурентоспособности начинают развиваться у ребенка еще в дошкольном возрасте. Условно назовем его **первым** этапом. **Второй** этап связан с обучением ребенка, затем подростка, далее юношей и девушек в общеобразовательном учебном заведении. **Третий** этап формирования конкурентоспособности молодежи — обучение в профессиональном учебном заведении. Наконец, **четвертый** этап сопряжен с их работой на профессиональном поприще (независимо от того, заняты молодые люди в соответствии с полученной ими специальностью или нет).

Соответственно этапам формирования конкурентоспособности можно выделить и преобладающие на том или ином из них **внешние социокультурные факторы**:

1. Дошкольный этап — характер семейного воспитания (анализ первого этапа не входил в число задач нашего исследования).

2. Период обучения в общеобразовательном учебном заведении. Согласно многочисленным исследованиям в области педагогики, социологии, психологии, на втором этапе происходит своеобразная «конкуренция» в формировании как конкурентоориентированности, так и конкурентоспособности индивида между родительской семьей и неформальными группами сверстников (в последние годы все чаще это и молодежные группы в социальных сетях). Ранее достаточно важную роль в этот период (как и в последующий) играли СМИ, однако в последние годы их значение все более падает, на замену им приходит Интернет.

3. Процесс влияния двух основных социокультурных факторов — родительской семьи и неформальных групп дополняется воздействием процесса профессионального обучения. Особенности третьего этапа можно назвать, с одной стороны, уже сформировавшиеся индивидуальные особенности конкурентоспособности у юношей и девушек, которые выступают основой для дальнейшего развития этого качества. С другой стороны, более осознанные самостоятельные действия определенной части молодежи, направленные на развитие собственной конкурентоспособности в ходе участия в различных социальных практиках: как связанных с формальным учебным процессом, так и вне его, в том числе за пределами учебного заведения (например, трудовая деятельность по профилю своей будущей специальности, получение дополнительного образования, которое может осуществляться в том же учебном заведении и т. п.). Безусловно, существенное значение здесь имеет четкое функционирование в образовательной организации эффективной системы формирования конкурентоспособности выпускников профессионального учебного заведения.

4. Следует подчеркнуть, что в условиях четвертого этапа конкурентоспособность молодежи формируется в условиях различной социокультурной среды.

В современной науке существуют различные типологии конкуренции.

Так, Дж. Алстон выделяет два типа конкуренции: безличную и личную. Безличная конкуренция, с позиции человеческих отношений, это наиболее эффективная ее форма. Она возможна, когда конкурирующие субъекты разведены во времени, пространстве, специфике деятельности. В случае личной конкуренции работники соревнуются напрямую друг с другом за приз, который может выиграть только один<sup>98</sup>.

Тип конкуренции, доминирующий в той или иной организации, непосредственно сказывается на характере ее организационной (корпоративной) культуры. Между тем последняя выступает важнейшим социокультурным фактором формирования и реализации конкурентоспособности молодежи. В российской научной литературе существует немало публикаций, рассматривающих организационную (корпоративную) культуру как основной социокультурный фактор формирования конкурентоспособности организации или предприятия главным образом с позиций экономики и менеджмента, значительно реже — социологии<sup>99</sup>.

Молодые работники, находясь в контексте той или иной организационной культуры, могут по-разному реализовать свою конкурентоспособность. Как известно, существуют раз-

---

<sup>98</sup> Alston J. P. *The American Samurai: Blending American and Japanese Managerial Practices* (De Gruyter Studies in Organization). De Gruyter, 1986. 369 p.

<sup>99</sup> Например: Данилов И. П., Емельянова И. А., Быкова Л. Н. Корпоративная культура как основной социокультурный фактор конкурентоспособности промышленного предприятия // Вестник Чувашского университета. 2012. № 2. С. 424–431; Рыбаков И. А. Корпоративная культура предприятий как фактор конкурентоспособности российской промышленности // Экономика и управление. 2010. № 12 (73). С. 137–141; Калужнов Н. В. Корпоративная культура как фактор повышения конкурентоспособности организации: дис. ... канд. социол. наук: 22.00.04. Иркутск, 2007. 187 с.

личные подходы к выделению типологии организационных культур. Например, Г. Хофстеде предложена следующая их типология: культуры, ориентированные на процесс или на результат; культуры, ориентированные на работу или на сотрудников; профессиональные или цеховые культуры; культуры открытых или закрытых систем. Ч. Хэнди выделял следующие типы: авторитарную, бюрократическую, культуры, ориентированные на задачу или на человека, и др. Те или иные типы организационных культур имеют специфические социокультурные механизмы реализации конкурентных преимуществ работников, как и сами эти конкурентные преимущества оцениваются по-разному. В различных типах организационных культур у молодых работников получают преимущества для своего развития определенные характеристики и аспекты их конкурентоспособности. Поэтому молодой специалист, высококонкурентоспособный в рамках одной организации, может оказаться аутсайдером, работая на другом предприятии. Следует отметить, что проблема соответствия характеристик конкурентоспособности молодого человека, поступившего на работу, и специфики организационной культуры данного предприятия требует самого пристального внимания исследователей.

Безусловно, практически на всех этапах формирования конкурентоспособности молодежи исключительно важную роль играют средства массовой информации. Лишь на первом этапе, в детском дошкольном возрасте, роль их еще весьма слаба, но уже на втором и последующих этапах СМИ становятся одним из наиболее существенных внешних социокультурных факторов данного процесса.

Внутренние социокультурные факторы формирования конкурентоспособности молодежи будут нами рассмотрены ниже, в главе, посвященной анализу материалов эмпирических исследований данной тематики.

#### §4. Факторный анализ социокультурных факторов формирования конкурентоспособности молодежи

Рассмотрим социокультурные факторы формирования конкурентоспособности и конкурентоориентированности молодежи на материалах эмпирических исследований, проведенных среди старшекласников, студентов и работающей молодежи Тюменской области в 2017 году.

Нами изучена роль следующих социокультурных факторов формирования конкурентоспособности и конкурентоориентированности молодежи: внешние — социально-нравственные качества однокласников респондента, характеризующие социокультурную среду класса; внутренние — ориентации старшекласников на ценности труда, представления о людях, которые являются для них образцом для подражания, а также образ желаемого будущего у школьников и студентов. Кроме того, проанализировано отношение работающей молодежи к понятию «конкуренция» — одному из центральных показателей их конкурентоориентированности и конкурентоспособности.

Важным элементом социокультурной среды старшекласника выступают социально-нравственные качества его однокласников. Для их анализа в нашем исследовании использовался следующий индикатор: «Какие качества и в какой мере, по Вашему мнению, присущи большинству членов коллектива (школьного класса), в котором Вы находитесь?». Респондентам предлагалось оценить по четырехбалльной шкале — «очень распространены», «встречаются довольно часто», «встречаются довольно редко», «совсем или практически не встречаются» — следующие качества однокласников (как положительные, так и отрицательные): недоброжелательность, эгоизм, пассивность, равнодушие, безответственность, добросовестность, трудолюбие, социальная активность, взаимопомощь и взаимовыручка.

Наиболее серьезно коррелируют с конкурентоспособностью школьников такие качества их одноклассников, как трудолюбие — 0,167\*, добросовестность — 0,128\*, взаимопомощь и взаимовыручка — 0,110\*, социальная активность — 0,72\*. Выявлена слабая отрицательная корреляционная связь конкурентоспособности респондентов с безответственностью их одноклассников — 0,68\*. Закономерно следует вывод об определенном влиянии на формирование конкурентоспособности респондентов позитивных деловых и нравственных качеств их одноклассников. Напротив, безответственность в ближайшем окружении старшеклассника подчас может негативно сказываться на самооценке его конкурентоспособности.

К числу проанализированных нами внутренних субъективных социокультурных факторов конкурентоспособности молодежи относятся ориентации старшеклассников на ценности труда, представления о людях, которые являются для них образцом для подражания, а также образ желаемого будущего.

Ориентации старшеклассников на ценности труда фиксировались с помощью вопроса: «Каким требованиям должна отвечать работа, которая могла бы Вас устроить?». Респондентам были представлены 14 ценностей трудовой деятельности и предлагалось оценить их по пятибалльной шкале: 0 — совершенно не важно, 1 — оказывает влияние в минимальной степени; 5 — оказывает влияние в максимальной степени.

Установлено, что существуют значимые коэффициенты корреляции между самооценкой конкурентоспособности школьников и их ценностными ориентациями в сфере трудовой деятельности: ответственная — 0,180\*, престижная, позволяющая мне стать известным, знаменитым — 0,134\*, обеспечивающая возможность влиять на принятие решений — 0,113\*, обеспечивающая возможности профессионального роста — 0,107\*.



Как видим, конкурентоспособные старшеклассники вполне логично ориентированы в сфере будущей трудовой деятельности на власть, престиж, влияние на окружающих, карьеру и профессиональный рост. Именно подобные ценности выступают важными социокультурными факторами формирования и реализации многими старшеклассниками своей конкурентоспособности.

Характерно, что такая важная и для общества, и для отдельного индивида ценность, как интересная, полезная обществу, разнообразная, творческая, предполагающая инициативу, хороший коллектив работа, соответствующая способностям респондента, не коррелирует с конкурентоспособностью молодежи. То же следует сказать и о хороших условиях труда, удобном графике работы, ее стабильности. Иными словами, отмечена тенденция, в соответствии с которой ценности интереса, творчества, самореализации, социального альтруизма, общения с хорошими людьми не относятся к числу социокультурных мотиваторов конкурентоспособности у старшеклассников. Не являются социокультурными факторами формирования конкурентоспособности у большинства старшеклассников также благоприятные условия работы, ее стабильность, неустойчивость, ненпряженность, возможность иметь больше времени для других занятий (отдыха, семьи, учебы). И даже хорошая оплата труда к ним не относится.

Для объяснения последнего факта могут быть выдвинуты две гипотезы. С одной стороны, несложно предположить, что, по мнению части конкурентоспособных старшеклассников, власть, престиж, влияние на окружающих, карьерный и профессиональный рост автоматически принесут и высокий заработок. С другой стороны, их невнимание к высокой оплате труда может быть связано с высоким социальным и экономическим статусом их родителей (зафиксирована тенденция: конкурентоспособность старшеклассника пропорциональна социально-экономическому статусу его семьи), убежденно-

стью в том, что родители и в будущем решат за них все материальные проблемы.

Исследования выявили мало различающиеся по своей величине коэффициенты корреляции между конкурентоориентированностью школьников и их ценностными ориентациями в сфере трудовой деятельности. Исключение составляет невысокий, но значимый коэффициент корреляции между конкурентоориентированностью респондентов и требованиями к будущей трудовой деятельности, как хорошо оплачиваемой — 0,071\*. Очевидно, некоторые конкурентоориентированные юноши и девушки (не все из них считают себя конкурентоспособными) надеются с помощью конкурентной борьбы реализовать и свои надежды на материальное благополучие.

К числу значимых социокультурных факторов формирования конкурентоспособности относятся нравственные идеалы или, выражаясь более простым языком, «образцы для подражания». Старшекласникам был задан вопрос: «Кто и как часто для Вас является образцом для подражания?» (один ответ по каждой строке) и предложены 11 вариантов ответов. В процессе исследования установлена корреляционная зависимость между тем, кто стал у старшекласников образцом для подражания, и самооценкой их конкурентоспособности: бизнесмены, предприниматели — 0,222\*, спортсмены — 0,148\*, политические деятели — 0,141\*, родители — 0,126\*, ученые — 0,121\*, учителя, преподаватели — 0,095\*, одноклассники — 0,090\*, военные, сотрудники специальных служб — 0,088\*, врачи — 0,081\*.

Исходя из приведенных данных, можно предположить, что наиболее конкурентоспособные старшекласники планируют стать предпринимателями, спортсменами, политическими деятелями, отчасти — учеными. Родители как образец для подражания выступают чаще в совокупности их нравственных качеств, независимо от сферы профессиональной деятельности. Заметно менее конкурентоспособные юноши и девушки намерены, выражаясь словами В. Маяковского, «делать жизнь» с учителей, преподавателей, военных, сотрудников специ-

альных служб и врачей. Как видим, основные сферы профессиональной деятельности, которые привлекают конкурентоспособных старшеклассников: бизнес, спорт, политика. Иными словами, это деньги, слава и власть. Между тем, как известно, народное хозяйство страны испытывает острую потребность в квалифицированных специалистах иного профиля.

Конкурентоориентированность старшеклассников выражается в несколько иных образцах для подражания, к тому же установленная корреляция между ее индикатором и значимостью образца для подражания заметно ниже: политические деятели — 0,169\*, одноклассники — 0,088\*, ученые — 0,084\*, литературные герои — 0,077\*. Как видим, эта взаимосвязь порой может носить абстрактно-умозрительный, в иных случаях (например, одноклассники, литературные герои) романтический характер.

Среди важнейших внутренних социокультурных факторов формирования конкурентоспособности у старшеклассников и студентов следует указать образ желаемого будущего, выражающий систему представлений респондента о смысле жизни и отображенный в массовом сознании/бессознательном респондентов в форме комплекса эмоционально окрашенных социальных представлений<sup>100</sup>.

В эмпирическом исследовании конкурентоспособности учащейся молодежи Тюменской области использовался проективный вопрос, направленный на выявление у респондентов образа желаемого будущего: «Представьте себя через 10 лет. Какие характеристики, по Вашему мнению, будут присущи Вашей жизни?» Каждая ценностная формулировка одного из аспектов их будущего отражала определенную концепцию смысла жизни. Респондентам предлагалось представить самих себя через 10 лет и оценить предложенные

---

<sup>100</sup> Немировский В. Г. Представления населения Красноярского края о смысле жизни: структура и динамика (1991–2016 гг.) // *Siberian Socium*. 2018. Т. 2, № 1. С. 20–40.

в анкете 12 жизненных характеристик по трехбалльной шкале: «обязательно», «возможно», «маловероятно».

С помощью факторного анализа (метод главных компонент, вращение «Варимакс») в массовом сознании/бессознательном школьной и студенческой молодежи выделены четыре латентных переменных.

#### **Факторный анализ: школьники**

**Ф-1.** Престиж, восхищение окружающих — 0,722; руководящая должность — 0,737; хорошие возможности для отдыха, развлечений — 0,688; материальный достаток — 0,645 (коммуналитет — 27,63%).

**Ф-2.** Регулярное чтение книг, посещение театров, концертов — 0,840; духовное развитие, нравственное совершенствование — 0,762; интересная творческая работа — 0,613 (коммуналитет — 13,51%).

**Ф-3.** Здоровый образ жизни — 0,816; активные занятия спортом — 0,777 (коммуналитет — 9,77%).

**Ф-4.** Вера в Бога — 0,752; жизнь ради людей, независимо от профессии, должности, даже в ущерб собственным интересам — 0,733 (коммуналитет — 8,33%).

#### **Факторный анализ: студенты**

**Ф-1.** Престиж, восхищение окружающих — 0,789; руководящая должность — 0,692; хорошие возможности для отдыха, развлечений — 0,611 (коммуналитет — 28,28%).

**Ф-2.** Регулярное чтение книг, посещение театров, концертов — 0,787; духовное развитие, нравственное совершенствование — 0,732; интересная, творческая работа — 0,579 (коммуналитет — 11,39%).

**Ф-3.** Вера в Бога — 0,747; активные занятия спортом — 0,612; здоровый образ жизни — 0,501; жизнь ради людей, независимо от профессии, должности, даже в ущерб собственным интересам — 0,446 (коммуналитет — 9,91%).

**Ф-4.** Хорошая семья — 0,672; материальный достаток — 0,522 (коммуналитет — 8,40%).

Как показано выше, у обеих групп молодежи полученные факторы несколько различаются по своему содержанию, хотя в целом имеют много общего. Так, если у школьников «спортивный» образ желаемого будущего выделяется как самостоятельная переменная, то у студентов он совмещается с религиозно-альтруистическими ориентациями. Однако в массовом сознании/бессознательном тех и других доминирует «престижно-властно-гедонистический» (Ф-1) образ желаемого будущего. У старшеклассников существенно менее значимым выступает «культурно-нравственный» (Ф-2) и «спортивный» (Ф-3), а последнее место занимает «религиозно-нравственный» образ желаемого будущего (Ф-4). У студентов невысокий коммуналитет имеют «культурно-нравственный» (Ф-2) и «религиозно-альтруистический» образ желаемого будущего (Ф-3). На последнем месте у них «семейное и материальное благополучие» (Ф-4).

По результатам факторного анализа в соответствии с обнаруженными латентными переменными для каждой из групп респондентов выделены четыре фактор-признака и далее подвергнуты корреляционному анализу с индикаторами конкурентоориентированности и конкурентоспособности.

Корреляция фактор-признаков образа желаемого будущего с конкурентоориентированностью у старшеклассников выглядит следующим образом:

**Ф-1** — «престижно-властно-гедонистический» — 0,138\*\*.

**Ф-2** — «культурно-нравственный» — 0,129\*\*.

**Ф-3** — «спортивный» — корреляция незначима.

**Ф-4** — «религиозно-альтруистический» — 0,103\*\*.

Конкурентоориентированность у школьной молодежи в равной мере может мотивироваться как престижно-потребительскими смыслами, так и культурно-нравственными. Подчеркнем, что ориентация на занятия спортом и здоровый образ жизни никак не взаимосвязана с конкурентоориентированностью. Вместе с тем вполне логична отрицательная корреляция уровня конкурентоориентированности и ориен-

тации учащихся на религиозно-альтруистический образ желаемого будущего.

Приведем результаты корреляционного анализа фактор-признаков образа желаемого будущего с конкурентоспособностью у старшеклассников:

**Ф-1** — «престижно-властно-гедонистический» — 0,280\*\*.

**Ф-2** — «культурно-нравственный» — 0,068\*\*.

**Ф-3** — «спортивный» — 0,138\*\*.

**Ф-4** — «религиозно-альтруистический» — 0,103\*\*.

Если конкурентоспособность взаимосвязана в первую очередь с «престижно-властно-потребительским», то конкурентоориентированность — также и с «культурно-нравственным» образом желаемого будущего. Отсюда можно предположить, что культурно-нравственные представления о желаемом будущем в существующих условиях малоспособны сформировать конкурентоспособность у конкурентоориентированных старшеклассников.

Ниже представлены итоги корреляционного анализа фактор-признаков образа желаемого будущего с конкурентоспособностью у студенческой молодежи:

**Ф-1** — «престижно-властно-гедонистический» — 0,277\*\*.

**Ф-2** — «культурно-нравственный» — 0,095\*\*.

**Ф-3** — «религиозно-альтруистический» — 0,106\*\*.

**Ф-4** — «семейное и материальное благополучие» — 0,083\*\*.

Как видим, у студентов выявлена в целом близкая к результатам опроса школьников корреляция фактор-признаков образа желаемого будущего с самооценкой конкурентоспособности. Наиболее тесную корреляционную взаимосвязь с конкурентоспособностью студентов имеет их ориентация на «престижно-властно-гедонистический» образ будущего. Отсюда следует вывод: ценностные ориентиры и социальные практики, присущие современному российскому обществу (по крайней мере, на материалах исследования учащейся молодежи Тюменского региона) активно способствуют формиро-

ванию конкурентоспособности у молодежи, ориентированной на ценности престижа, власти, гедонизма, потребления.

Весьма важным социокультурным фактором формирования и реализации конкурентоспособности у работающей молодежи выступает ее отношение к конкуренции.

Для анализа конкурентоспособности работающей молодежи использовался следующий индикатор: «У разных людей по-разному складывается участие в конкуренции. С каким из суждений Вы согласны? При ответе используйте десятибалльную шкалу, где 10 баллов означает, что Вы полностью согласны с “левым” высказыванием, а 1 — с “правым”».

<p>Как правило, я всегда успешно побеждаю всех своих конкурентов</p>	<p>10 9 8 7 6 5 4 3 2 1</p>	<p>Мне очень редко удается выходить победителем в конкуренции</p>
--	-----------------------------	---

Отношение указанной категории респондентов к понятию «конкуренция» определялось с помощью методики семантического дифференциала, включающей 10 биполярных семибалльных шкал, специально сконструированных на предварительном этапе исследования (для удобства восприятия их перечень будет приведен в описании результатов анализа).

Факторный анализ (метод вращения «Варимакс») выявил два обобщенных комплекса оценок понятия «конкуренция» по методу семантического дифференциала представителями работающей молодежи региона.

**Ф-1** выражает оценки по шкалам: честность — 0,707; прибыльность — 0,426; приятность — 0,736; моральность — 0,770; комфортность — 0,840; справедливость — 0,768; явность — 0,617 (описательная сила — 44,80%). Данный фактор характеризует эмоционально-нравственные оценки конкуренции.

**Ф-2** объединяет оценки по шкалам: полезность — 0,823; эффективность — 0,758; нужность — 0,850 (описательная сила — 14,32%). Данный фактор можно интерпретировать

как рациональное отношение к конкуренции, выражающее понимание респондентами ее важности.

Использование корреляционного анализа (коэффициент корреляции Спирмена) показало существование заметной корреляции между большинством шкал семантического дифференциала, включенного в анкету работающей молодежи и конкурентоспособностью респондентов:

Эффективна/неэффективна — 0,152\*\*.

Полезна/вредна — 0,144\*\*.

Нужна/ненужна — 0,141\*\*.

Справедлива/несправедлива — 0,132\*\*.

Моральна/аморальна — 0,111\*\*.

Комфортна/некомфортна — 0,105\*\*.

Явна/скрыта — 0,096\*\*.

Честна/нечестна — 0,095\*\*.

Приятна/неприятна — 0,091\*\*.

Прибыльна/неприбыльна — 0.

Учитывая результаты факторного анализа, приходим к выводу, что в массовом сознании/бессознательном работающих молодых респондентов в целом существенно доминирует комплекс позитивных эмоционально-нравственных оценок понятия «конкуренция». Между тем наиболее конкурентоспособные молодые люди склонны оценивать конкуренцию рационально, прежде всего как эффективную, полезную, нужную, справедливую. Характеристика прибыльности/неприбыльности не имеет корреляции с конкурентоспособностью респондентов. Соответственно, многие высококонкурентоспособные представители работающей молодежи рассматривают конкуренцию как важный, необходимый и, следует подчеркнуть, справедливый социальный процесс, зачастую вне контекста ее экономических стимулов. Образно выражаясь, конкуренция для работающих респондентов в целом представляет собой эмоционально и нравственно позитивный процесс, но для тех из них, кто наиболее конкурентоспособен, это уже рационально целесообразный феномен.



## §5. Институциональные проблемы влияния социокультурных факторов на формирование конкурентоспособности молодежи

Воздействие различных социокультурных факторов в современной России, подчас довольно противоречивое, порождает ряд серьезных проблем, связанных с формированием конкурентоспособности молодежи и ее реализацией. Самая главная проблема — противоречие между подготовкой в учреждениях профессионального образования и запросами работодателей. Многие устраиваются на работу не по специальности. Прежде всего, это проблема трудоустройства современной молодежи, решение которой на сегодняшний день является важной государственной задачей. В своем выступлении 26 февраля 2018 года, премьер-министр Российской Федерации Д. А. Медведев констатировал, что «в среднем по стране — три четверти [выпускников находят работу]. Такие цифры по стране нас не могут устраивать, потому что есть с этим проблема, государственная проблема — трудоустройство выпускников»<sup>101</sup>.

Действительно, по показателям выборочного обследования рабочей силы по состоянию на вторую неделю сентября 2018 года, проведенного Росстатом, среди безработных в возрасте 15 лет и старше в сентябре 2018 года доля молодежи до 25 лет — 24,7%, лиц, не имеющих опыта трудовой деятельности — 28,5%<sup>102</sup>. Важно учитывать и так называемую «скрытую безработицу» молодежи. Экспертные оценки ее масштабов хотя и существенно различаются, но все же свидетельствуют о значительной доле молодых людей, не имеющих постоянной работы.

---

<sup>101</sup> Медведев назвал трудоустройство выпускников вузов в РФ государственной проблемой [Электронный ресурс]. URL: <https://tass.ru/obschestvo/4988526> (дата обращения: 19.03.2019).

<sup>102</sup> Росстат: «Занятость и безработица в Российской Федерации в сентябре 2018 года» [Электронный ресурс]. URL: <https://nangs.org/analytics/rosstat-zanyatost-i-bezrobotitsa-v-rossijskoj-federatsii> (дата обращения: 19.03.2019).

На наш взгляд, весьма негативным является именно тот факт, что более четверти молодых людей не имеют опыта работы. В дальнейшем это существенно снижает не только их шансы на трудоустройство в соответствии с полученной специальностью (для тех, у кого она уже есть, а таких в данной категории большинство), но и крайне негативно влияет впоследствии на их конкурентоспособность.

Более того, значительная часть этой молодежи (в первую очередь не имеющие высшего или среднего профессионального образования) начинает конкурировать на рынке труда с так называемыми гастарбайтерами, которые все более заполняют в Российской Федерации рынок труда неквалифицированной и малоквалифицированной рабочей силы. Иностранцы приезжают в нашу страну в поисках лучших условий жизни, работы, на учебу и пр. В последние годы все больше приезжих, в основном из стран ближнего зарубежья, Китая, Вьетнама и других государств, стараются повысить свою квалификацию в нашей стране, преимущественно на каких-либо курсах, создать семью и закрепиться на новом месте жительства, найдя при этом достойное место работы.

Согласно данным Росстата, в 2017 году международная миграция в РФ составила: число прибывших — 589 033 чел., число выбывших — 321 018 чел., соответственно миграционный прирост составил 203 434 человека. Примечательно, что, по нашим расчетам, среди прибывших в 2017 году в Россию иностранных граждан из стран СНГ доля молодежи в возрасте 15–29 лет составила 35,7%, из других стран — 48,3%.

Причем более чем три четверти миграционного прироста (76,5%) приходится на городскую местность, прежде всего крупные города. Лидировали в миграционном приросте населения России выходцы из стран СНГ: Украины — 47 691 чел., Таджикистана — 34 639 чел., Казахстана — 32 839 чел., Узбекистана — 22 167 человек. Среди других стран своего рода «пальма первенства» принадлежит выходцам из Грузии —

2 586 чел., Индии — 1437 чел., Абхазии — 1 252 чел., Вьетнама — 1 194 чел., Сирии — 704 человека<sup>103</sup>. Очевидно, что существует значительное число нелегальных мигрантов, по оценкам экспертов, достигающее нескольких миллионов человек.

Безусловно, так называемые гастарбайтеры создают определенное напряжение на молодежном рынке труда. Следует согласиться с мнением А. Н. Покиды, Н. В. Зыбуновской, что «с одной стороны, как показывают результаты исследования, мигранты, выступая активными участниками рынка труда, занимают различные экономические ниши, которые являются малопривлекательными для российских граждан в силу невысокой оплаты труда. В качестве положительных моментов данные следствия миграции отметили более 40% опрошенного населения»<sup>104</sup>. С другой стороны, как считают указанные авторы, массовая миграция населения приводит к неблагоприятным социально-экономическим последствиям. Прибывающие мигранты оказывают давление на экономическую и социальную структуру российских регионов. Обостряется жилищная проблема, ситуация на рынке труда, эпидемиологическая и криминальная обстановка, увеличивается нагрузка на социальную инфраструктуру, осложняется социально-психологическая атмосфера. Так, около 30% опрошенных отметили, что в своей трудовой деятельности испытывают конкуренцию со стороны людей, приезжающих на заработки.

По итогам региональных исследований, рост зарубежной миграции провоцирует и другие серьезные социокультурные проблемы: «прибытие в регион большого количества мигран-

---

<sup>103</sup> Федеральная служба государственной статистики. Численность и миграция населения Российской Федерации в 2017 году [Электронный ресурс]. URL: [http://www.gks.ru/bgd/regl/b18\\_107/Main.htm](http://www.gks.ru/bgd/regl/b18_107/Main.htm) (дата обращения: 19.03.2019).

<sup>104</sup> Покида А. Н., Зыбуновская Н. В. Проблемы миграции в современной России // Социологическая наука и социальная практика. 2013. № 4. С. 66–67.

тов без знания русского языка и основ российской культуры закономерным образом приведет к увеличению социальной дистанции с принимающим населением, ориентации диаспор на свои внутренние связи, возможному усилению тенденций анклавизации и конфликтности социальных связей в миграционном пространстве региона, которые, по нашему убеждению, непосредственно затронут и местную российскую молодежь»<sup>105</sup>. Вместе с тем активный приток зарубежных трудовых мигрантов сопровождается миграционным оттоком молодежи, относящейся к коренному населению региона, что порождает ряд важных вопросов<sup>106</sup>.

Как следствие сочетания воздействия многих социокультурных и социоэкономических факторов у современной молодежи, даже у высококонкурентоспособной, существует достаточно большой риск потерять имеющееся место работы и не найти себе новое. Поэтому мы считаем верными выводы Г. А. Чередниченко, который обоснованно полагает, что наиболее серьезные перемены в экономической активности и занятости молодежи обязаны образовательной динамике последних 15–20 лет, формировавшейся под влиянием множества факторов. Действительно, среди них ведущим было то, что сама система профессионального (прежде всего высшего) образования стала переходить на функционирование в качестве рыночной системы и предоставлять образовательные услуги в соответствии со спросом на них потребителей. «Самим потребителям со стороны складывающегося рынка труда шел сигнал о том, что накопление значительных образовательных ресурсов обеспечивает преимущества в заработках, повышает шансы на нахождение лучшей работы, снижает риск

---

<sup>105</sup> Труфанов Д. О., Рафиков Р. Г. Миграционное пространство региона и его деформации // *Siberian Socium*. 2018. Т. 2, № 1. С. 97–114.

<sup>106</sup> Арбуз А. В., Широколобова О. С. Молодежная миграция в условиях регионального рынка труда (на материалах Омской области) // *Siberian Socium*. 2017. Т. 1, № 2. С. 61–71.

безработицы. Вот почему с середины 1990-х годов развитие разных ступеней системы профессионального образования шло во многом в соответствии со структурой запросов молодежи: пониженными потребностями в получении начальной профессиональной подготовки, умеренными — в отношении среднего профессионального образования и очень высокими — на обучение в высшей школе. Это нашло прямое отражение в динамике численности и степени охвата разными уровнями образования когорты сверстников: резком увеличении абсолютной и относительной численности обучающихся в высшей школе, некотором росте контингентов учащихся системы СПО, снижении числа и доли обучающихся в учреждениях начального профессионального образования»<sup>107</sup>.

Все это стало одним из факторов, породивших еще одну важную проблему: несоответствие между подготовкой в учреждениях профессионального образования и запросами работодателей. Значительная часть выпускников профессиональных учебных заведений устраиваются на работу не по специальности. Оценить масштабы существующей проблемы в определенной мере позволяют исследования, проводимые в мониторинговом режиме сотрудниками Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации в 2016–2017 годах. Выборочные наблюдения молодых людей в возрасте 18–30 лет осуществлялись в трех регионах РФ: Ивановской, Свердловской и Новосибирской областях (n = 900 чел.).

Итоги мониторинга показали, что «в 2017 году в возрасте 30 лет работали по полученной специальности 41,9% молодежи и еще 26% заняты на работе, “не полностью соответствующей” их специальности или профессии. То есть в целом около 70% молодежи в возрасте 30 лет работали по полученной в

---

<sup>107</sup> Чередниченко Г. А. Образовательные и профессиональные траектории российской молодежи (на материалах социологических исследований). М.: ЦСПиМ, 2014. С. 128–129.

учебном заведении (или близкой к ней) специальности»<sup>108</sup>. При этом, согласно результатам проведенного учеными анализа, выявлена важная, на наш взгляд, тенденция: чем старше становятся молодые люди, тем большее соответствие наблюдается между полученной специальностью/профессией и текущим местом работы. Приходим к выводу, что определенная часть выпускников профессиональных учебных заведений со временем все же находят себе место на рынке труда в соответствии с имеющейся у них квалификацией. «Ввиду отсутствия не только профессионального опыта, но также и профессионального образования молодые люди в возрасте 18–20 лет вынуждены работать там, где смогут устроиться. В дальнейшем, по мере получения профессионального образования и накопления опыта работы, растет доля юношей и девушек, работающих по специальности/профессии, которую они получили в процессе профессионального образования»<sup>109</sup>, — отмечается в приведенных материалах. Тем самым постепенно частично нивелируется негативное воздействие сложившейся на рынке труда ситуации на конкурентоспособность работающей молодежи.

Немалая часть молодежи вынуждена трудиться в режиме так называемой самозанятости. По данным уже цитированного нами исследования, проведенного в 2017 году Российской академией народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации в трех регионах страны: Ивановской, Свердловской и Новосибирской областях, уровень образования неформально занятой молодежи неодинаков в разных регионах: лишь каждый четвертый из опрошенных имеет высшее образование, менее трети — среднее профессиональное, более 40% — выпускники общеобразовательной школы<sup>110</sup>. Авторы указывают, что «в основном неформально

---

<sup>108</sup> Мониторинг трудоустройства молодежи / Е. М. Аврамова [и др.]. М.: Дело, 2018. 60 с.

<sup>109</sup> Там же.

<sup>110</sup> Трудоустройство молодежи. Неформальная занятость молодежи (2017 г.) / под ред. Т. Л. Клячко. М.: РАНХиГС, 2018. 25 с.

занятая молодежь работает на малых предприятиях: 58,5% юношей и девушек в Ивановской области, 53,8% молодежи в Новосибирской области и 77% работающей неформально молодежи в Свердловской области»<sup>111</sup>. Причем большинство этих молодых людей трудятся в сфере услуг, торговли и транспорта. Характерно, что возможные негативные последствия трудовой деятельности в формате самозанятости весьма мало тревожат молодых респондентов. Между тем именно нестабильность подобной занятости зачастую приводит к вымыванию молодежи с рынка труда (даже неформального) и способствует ее прекаризации. В результате негативных социально-экономических и социокультурных процессов в современной России сформировался целый слой молодежного прекариата, доля которого, согласно оценкам специалистов, имеет тенденцию к увеличению. Негативные последствия прекаризации молодежи как для самих индивидов, так и для общества в целом трудно переоценить.

В этой связи нельзя не согласиться с выводом Ю. В. Голиусовой: «Молодые специалисты с высшим образованием попадают в условия рынка труда, когда их знания, умения и навыки никоим образом не способствуют приобретению стабильного социального статуса. Они остаются в ситуации нестабильности и риска, воспринимая ее как временную, но, одновременно, понимая, что, не изменив своего восприятия этой ситуации, не пойдя на уступки, они не изменят кардинально свой статус»<sup>112</sup>.

---

<sup>111</sup> Трудоустройство молодежи. Неформальная занятость молодежи (2017 г.) / под ред. Т. Л. Клячко. М.: РАНХиГС, 2018. С. 8.

<sup>112</sup> Голиусова Ю. В. Прекарная занятость молодежи: к методологии исследования вопроса // Россия и мир: глобальные вызовы и стратегии социокультурной модернизации: материалы Международной научно-практической конференции, Москва, 12–13 октября 2017 г. / отв. ред. А. В. Тихонов. М.: ФНИСЦ РАН, 2017. С. 572–573.

Охарактеризованные выше проблемы важно рассматривать через призму социокультурных особенностей двух новых поколений молодежи: миллениалов (родившихся в 1982–2000 годах) и центениалов (начиная с 2001 года). Необходимо отметить, что в зарубежной и отечественной научной литературе присутствуют и несколько иные временные границы данных поколенческих когорт. Если первая из названных поколенческих когорт молодежи уже активно проявила себя в обществе, то представители второй еще только входят в жизнь. По результатам исследований В. В. Радаева, различия между поколениями проявляют себя неодинаково. Для поколения миллениалов, к примеру, более характерно обращение к различного рода цифровым технологиям, занятиям физической культурой и спортом. Заметно реже они употребляют спиртные напитки и табачные изделия, на фоне ступенчатого снижения (по сравнению с предшествующим поколением) уровня религиозности. При этом у них выше степень субъективного благополучия и экономического оптимизма, которые имеют преходящий характер<sup>113</sup>.

Итак, существуют два основных вида социокультурных факторов, влияющих на формирование конкурентоспособности молодежи: внешние (социокультурная среда) и внутренние — различного рода аттитюды, социальные представления, самоидентификация, человеческий и социальный капитал индивида. В процессе формирования конкурентоспособности молодежи в центре нашего внимания находились три важнейших этапа данного процесса: период обучения в общеобразовательной школе, затем — в профессиональном учебном заведении и трудовая деятельность. На каждом из выделенных этапов формирование конкурентоспособности молодежи обусловлено специфическим сочетанием различных социокультурных факторов.

---

<sup>113</sup> Радаев В. В. Миллениалы на фоне предшествующих поколений: эмпирический анализ // Социологические исследования. 2018. № 3. С. 30.



Наблюдения, проведенные нами среди школьной, студенческой и работающей молодежи, позволили проанализировать ряд важных аспектов процесса формирования ее конкурентоспособности. В частности, выявлено, что у высококонкурентных старшеклассников имеет место тенденция обучаться вместе с одноклассниками, имеющими позитивные деловые и нравственные качества. Напротив, безответственность в ближайшем окружении старшеклассника подчас может негативно сказываться на самооценке его конкурентоспособности.

Установлено, что конкурентоспособные старшеклассники в сфере будущей трудовой деятельности выбирают власть, славу, престиж, влияние на окружающих, карьеру и деньги. Именно подобные ценности выступают важными социокультурными факторами формирования и реализации многими старшеклассниками своей конкурентоспособности.

Анализ показал, что у старшеклассников, как и у студентов вузов, конкурентоспособность взаимосвязана в первую очередь с их ориентацией на «престижно-властно-потребительский» образ желаемого будущего. Очевидно, современные ценностные ориентиры общества и социальные практики, в которые так или иначе включена молодежь, способствуют формированию у нее конкурентоспособности, ориентированной на ценности престижа, власти, гедонизма, потребления.

У представителей работающей молодежи региона с помощью факторного анализа выявлено два обобщенных комплекса оценок понятия «конкуренция» по методу семантического дифференциала. Первый из них (описательная сила — 44,80%) характеризует эмоционально-нравственные оценки конкуренции. Второй (соответственно 14,32%) выражает рациональное отношение к конкуренции, основанное на понимании респондентами ее важности.

Установлено, что наиболее конкурентоспособные работающие молодые люди имеют тенденцию оценивать конкуренцию

рационально, прежде всего как эффективную, полезную, нужную, справедливую. Характеристика прибыльности/неприбыльности не имеет корреляции с конкурентоспособностью респондентов. Как видим, многие высококонкурентоспособные представители работающей молодежи рассматривают конкуренцию как важный, необходимый и, следует подчеркнуть, справедливый социальный процесс, зачастую вне контекста ее экономических стимулов.

Воздействие различных социокультурных факторов в современной России, подчас довольно противоречивое, порождает ряд серьезных проблем, связанных с формированием конкурентоспособности молодежи и ее реализацией. В частности, это значительная доля молодежи среди безработных. Согласно данным Росстата, в сентябре 2018 года доля молодежи в возрасте до 25 лет составляла четвертую часть среди общего числа безработных, а лиц, не имеющих опыта трудовой деятельности, и того более — почти 30%. Нельзя пройти и мимо того факта, что определенное напряжение на молодежном рынке труда вызывают так называемые гастарбайтеры. Иностранные мигранты оказывают давление на экономическую и социальную структуру российских регионов, что в известной мере снижает возможности реализации конкурентоспособности старожильческой молодежи.

Сегодня для многих категорий молодежи достаточно высок риск потерять имеющееся место работы и не найти себе новое. Сложности трудоустройства усугубляются наличием еще одной важной проблемы: несоответствия между подготовкой специалистов в учреждениях профессионального образования и запросами работодателей. В среднем около трети молодых людей работают не в соответствии с полученной ими специальностью. Более того, немалая часть молодежи вынуждена трудиться в режиме самозанятости. В современной России сложился социальный слой молодежного прекариата, кото-

рый имеет тенденцию к расширению. Отмечаются значимые негативные последствия прекаризации молодого поколения и для самих индивидов, и для всего общества.

Рассматривая социокультурные факторы формирования конкурентоспособности молодежи, следует иметь в виду, что в современном российском обществе сформировано несколько поколений потребителей. Думается, что миллениалы и центениалы также несут в своем массовом сознании и бессознательном определенный отпечаток созданного в нашей стране общества потребления. Разумеется, существуют различные группы молодых людей, в том числе с противоположными ценностными ориентациями. Однако, судя по материалам различных исследований, престижно-потребительские ориентации у большинства молодежи доминируют, что и определяет специфику их конкурентоспособности.

В конечном итоге, опираясь на результаты наших исследований, представляется целесообразным адресовать руководству и работникам общеобразовательных и профессиональных учебных заведений, например, следующую рекомендацию: в процессе формирования конкурентоспособности учащихся и студентов важно делать особый акцент на важности и необходимости конкуренции, ее справедливости в современных условиях.

## **§6. Индексный анализ конкурентоспособности молодежи**

Развитие конкурентоспособности различных социальных и социально-экономических субъектов выступает сегодня одним из актуальных направлений повышения эффективности функционирования всей системы народного хозяйства. По указу Президента Российской Федерации от 21 декабря 2017 года № 618 «Об основных направлениях

государственной политики по развитию конкуренции»<sup>114</sup> приоритетным направлением деятельности властных субъектов необходимо считать активное содействие развитию конкуренции на территории государства. Указанное в приведенном нормативно-правовом акте относится не только к социально-экономическим институтам, предприятиям и организациям нашей страны. В основе их конкурентоспособности во многом лежит конкурентоспособность занятых в них трудовых ресурсов, в первую очередь молодежи. Как известно, в настоящий период происходит активный процесс замены опытного персонала, постепенно выбывающего из трудового процесса в связи с демографическими факторами, далеко не всегда достаточно опытными и квалифицированными молодыми сотрудниками. По этой причине весьма актуальной представляется разработка современных методов анализа конкурентоспособности молодежи.

Потребность в индикативном управлении становится все более значимой ввиду необходимости разработки эффективных научно обоснованных способов регулирования социальных, экономических и социокультурных процессов общества и отдельных его подсистем с целью обеспечения их эффективного развития. Уровень политических решений в этой области возрастает, в том числе и в ранее слабо изучаемой области — конкурентоспособности и конкурентоориентированности различных категорий населения.

Конкурентоспособность как индивидуальный или групповой феномен включает в себя определенные показатели, анализ и оценку которых возможно проводить, используя индексный метод. Для ее измерения необходимо использовать комплекс индикаторов, отражающих различные

---

<sup>114</sup> Указ Президента РФ от 21 декабря 2017 г. № 618 «Об основных направлениях государственной политики по развитию конкуренции» [Электронный ресурс]. URL: <http://kremlin.ru/acts/bank/42622> (дата обращения: 19.03.2019).

аспекты конкурентоспособности. Не случайно конкурентоспособность в целом и конкурентоспособность молодежи в частности в силу интегрального характера традиционно исследуется преимущественно с помощью индексного метода. Это определяет необходимость разработки для ее измерения различного рода индексов. К примеру, в зарубежной исследовательской практике распространено оценивание конкурентоспособности на основе агрегирования статистических показателей.

На протяжении длительного времени индексный метод широко используется в экономических науках, социологии, психологии, этнографии, регионологии, политологии, педагогике. История индексного метода насчитывает уже не одно столетие. Подобный способ расчетов можно проследить, начиная с работ Ж. Бодена, Т. Мана, Э. Ласпейреса, Ш. Дюто<sup>115</sup>.

Социологические словари и энциклопедии дают достаточно разнообразные трактовки понятия «индекс». Н. Аберкромби с соавторами под индексом понимают способ сведения к единой мере, выражающейся как одна величина, в процессе анализа данных обследования ряда различных переменных<sup>116</sup>.

Согласно Российской социологической энциклопедии под индексом понимается специфическая конструкция, образованная путем комбинации индикаторов<sup>117</sup>. При этом сам процесс построения индексов можно рассматривать как частный случай шкалирования, состоящий из четырех стадий. На первой стадии используются операциональные и неоперациональные определения для перевода понятий в индикаторы. На второй стадии индикаторы переводятся в переменные.

---

<sup>115</sup> Адамов В. Е. Факторный индексный анализ (методология и проблемы). М.: Статистика, 1977. С. 8.

<sup>116</sup> Аберкромби Н., Хилл С., Тернер Б. С. Социологический словарь. М.: Экономика, 2004. С. 161.

<sup>117</sup> Российская социологическая энциклопедия / под общ. ред. Г. В. Осипова. М.: Норма-Инфра-М, 1998. 672 с.

В этот же момент осуществляется выбор шкал и единиц измерения. Третья стадия содержит в себе перевод имеющихся переменных в индексы. На заключительной стадии происходит оценка индекса посредством проверки его надежности и обоснованности.

Индекс также можно понимать как специально созданный показатель, выражающий связь, комбинацию индикаторов, являющихся обоснованием и проверкой определенной частной гипотезы<sup>118</sup>. Таким образом, проявляется одна из прикладных целей использования индексного анализа как способа работы с эмпирическими данными.

Индекс как измерительная категория представляет собой относительный показатель. Он отражает относительное изменение определенного уровня какого-либо явления или процесса относительно базы сравнения. Кроме того, существуют основания для классификации индексов. В статистике к ним относят: число элементов в совокупности, объект исследования, формы построения, базу сравнения.

Относительно объекта исследования индексы принято подразделять: 1) на индексы количественных (объемных) показателей; 2) индексы качественных показателей. К первой группе индексов относят, например, индекс численности работников, затрат на производство продукции. Ко второй группе можно отнести индекс заработной платы, себестоимости, цены, производительности и т. д.

Индексы дифференцируются также по широте охвата явления. Во-первых, можно выделить индивидуальные индексы, которые используются для характеристики отдельных элементов той или иной совокупности. Во-вторых, групповые, охватывающие часть группы элементов совокупности. В-третьих, общие индексы, характеризующие изменения всей совокупности.

---

<sup>118</sup> Социологический словарь проекта SOCIUM [Электронный ресурс]. URL: <http://socium.info/dict.html> (дата обращения: 19.03.2019).

Относительно базы сравнения индексов можно выделить базисные и цепные индексы. В этом случае первый тип индексов сравнивается друг с другом относительно идентичной величины базисного периода. Во втором типе индексов индексируемая величина сравнивается с показателем предыдущего периода<sup>119</sup>. Подобное разнообразие дифференциаций индексов на различные типы определяет и различие функций такого способа работы с имеющимися данными.

Индексный метод направлен на выполнение ряда функций<sup>120</sup>. С одной стороны, аналитической функции, которая заключается в способности определять влияние факторов на изменение изучаемого показателя. С другой стороны, синтетической. При помощи этой функции возможно объединить (агрегировать) разнородные единицы статистической совокупности, что в результате и приведет к получению конечного показателя (индекса). Значимость индексов состоит в том, что они дают возможность сравнения и поиска отличий объектов и групп объектов.

Подобный подход (индексный анализ) позволяет комплексно рассмотреть изучаемый предмет на разных уровнях его проявления: личностном, организационном, отраслевом, региональном. Это, в свою очередь, создает предпосылки для повышения эффективности управления развитием конкурентоспособности региона с выделением роли молодежи в этом процессе.

В социологическом анализе индексный метод активно применяется с целью измерения социальных установок, бюджетов времени, элементов человеческого капитала, анализа текстов, при изучении межличностных отношений, социального настроения и многого другого. В наиболее общем виде

---

<sup>119</sup> Яковлев В. Б., Яковлева О. А. Индексный анализ: учеб. пособие. Germany, Saarbrücken: Lambert Academic Publishing, 2015. С. 5–6.

<sup>120</sup> Рой О. М. Исследования социально-экономических и политических процессов. СПб.: Питер, 2004. С. 191–192.

социологический индекс мы можем определить как инструмент классификации, сравнения и измерения, создаваемый путем логического и аналитического комбинирования эмпирических индикаторов.

Индексный анализ конкурентоспособности молодежи выступает одним из важных направлений отечественных и международных социально-экономических, социологических, социокультурных проектов, что требует рассмотрения его в общем контексте подобных исследований.

Индексная методика используется достаточно широко в социологии. Так, индекс социальных настроений и методика его построения предложена Левада-Центром. ВЦИОМ, для изучения общественного мнения и построения индексов на его основе, разработал свою методику обобщения показателей динамики настроений населения, базирующуюся на регулярных опросах общественного мнения и выступающую в качестве количественной оценки массового сознания социальных процессов. Это позволяет не только оценивать текущую ситуацию, но и строить прогнозы и сценарии ее возможного развития.

Приведем примеры эффективного использования данного метода в социологических исследованиях. В частности, метод индексного анализа широко применяется в работах, реализуемых в рамках социокультурного подхода. Л. А. Беляева разработала методику, которая включает ряд компонентов качества жизни: уровень жизни, качество окружающей социальной среды, качество экологии, социальное самочувствие. В итоге сформирован интегральный индекс качества жизни, охватывающий все эти элементы. Он дает возможность компаративного анализа качества жизни (на основе его самооценки) различных социальных групп и слоев, а также качества жизни в регионах<sup>121</sup>.

---

<sup>121</sup> Беляева Л. А. Уровень и качество жизни. Проблемы измерения и интерпретации // Социологические исследования. 2009. № 1. С. 33–42.



Эффективным применением индексного метода в контексте социокультурного подхода можно назвать и целый ряд работ, выполненных по программе «Социокультурная модернизация России и ее регионов» (научный руководитель Н. И. Лапин)<sup>122</sup>. Развита эта тема и в других публикациях. Несомненный интерес среди них представляют труды М. Н. Чепурных, в которых анализируется применение индексного метода для социологического исследования счастья<sup>123</sup>.

Нужно отметить активное использование индексного метода в исследованиях, проводимых Институтом социально-экономического развития территорий РАН, особую значимость которым придает мониторинговый характер. Среди методик, применяемых для данных исследований, следует назвать индекс потребительских настроений и индекс общественных настроений региона. Измерение индекса общественных настроений региона апробировано на данных мониторинга, проводимого указанным Институтом в 10 регионах Северо-Западного федерального округа с 2005 по 2010 год<sup>124</sup>.

Обратимся к международному опыту использования индексного анализа в социально-экономических и социологических исследованиях. Организацией Объединенных Наций разработан индекс развития человека — индекс развития человеческого потенциала<sup>125</sup>. Он состоит из четырех перемен-

---

<sup>122</sup> См., например: Инструментарий получения индикаторов и индексов модернизации // Атлас модернизации России и ее регионов: социоэкономические и социокультурные тенденции и проблемы / сост. и отв. ред. Н. И. Лапин. М.: Весь мир, 2016. С. 323–327.

<sup>123</sup> Чепурных М. Н. «Индексы счастья»: опыт Запада, социологический обзор // Теория и практика общественного развития. Краснодар: ХОРС, 2012. № 9. С. 67–71.

<sup>124</sup> Дементьева И. Н. Опыт применения индексного метода в социологических исследованиях // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2014. № 4 (122). С. 15–23.

<sup>125</sup> Доклад о развитии человека 2010. Реальное богатство народов: пути к развитию человека. М.: Весь мир, 2010. 244 с.

ных, а именно: средней ожидаемой продолжительности жизни при рождении (количество лет); средней продолжительности обучения (годы); ожидаемой продолжительности обучения (годы); валового национального дохода по паритету покупательной способности на душу населения. Важно отметить, что указанный индекс может также корректироваться с учетом неравенства, в том числе и по гендерному признаку<sup>126</sup>. При определении данного индекса, как отмечает Г. Н. Соколова, базовые показатели сводятся к единой системе измерения через определение дистанции до желаемой (идеальной) ситуации<sup>127</sup>.

Достаточно близким по смыслу и содержанию к индексу развития человека является индекс развития молодежи, предложенный в начале 2000-х годов Департаментом ЮНЕСКО по Латинской Америке и используемый в дальнейшем по инициативе ЮНЕСКО для анализа уровня эффективности молодежной политики в различных странах мира. Он представляет собой композитный показатель, содержание и методика расчета которого близки к тем, что применяются для разработки индекса развития молодежного потенциала. Индекс развития молодежи дает возможность интегрально охарактеризовать состояние потенциала молодежи. Этот индекс опирается на три группы промежуточных индексов: индекс здоровья; индекс образования; индекс дохода.

Составление индекса здоровья происходит через использование статистических данных смертности молодежи по различным причинам, объединенным в две комплексные группы: 1) болезни; 2) несчастные случаи. К последней относятся среди прочих подобных причин: самоубийства, убийства,

---

<sup>126</sup> Горбунова О. Н., Гегамян М. А. ИЧР: методологии расчета, показатели и индикаторы // Социально-экономические явления и процессы. 2013. № 3 (49). С. 49–53.

<sup>127</sup> Экономико-социологический словарь / сост.: Г. Н. Соколова, О. В. Кобяк; науч. ред. Г. Н. Соколова. Минск: Белорусская наука, 2013. С. 181.

повреждения, полученные в военных действиях, отравления и травмы, которые привели к летальному исходу, в том числе и связанные с употреблением наркотиков и алкоголя.

Расчет индекса образования основывается на анализе данных о доле грамотных среди молодежи, об охвате образованием различного уровня, а также о качестве полученного ими образования. Оценка качества полученного молодежью образования производится на основании сведений о результатах ЕГЭ по государственному языку и математике.

Последняя составляющая индекса развития молодежи — индекс дохода, который опирается на показатели Росстата. Обобщающий индекс развития молодежи рассчитывается как среднее значение всех характеристик, его составляющих<sup>128</sup>.

Одно из центральных мест в международных исследованиях конкурентоспособности с использованием индексного метода по праву занимает глобальный индекс конкурентоспособности, разработанный в 2004 году Всемирным экономическим форумом. Глобальный индекс конкурентоспособности стал исчерпывающим индексом для измерения национальной конкурентоспособности, который учитывает ее микро- и макроэкономические показатели. Данный индекс разработан для оценки потенциала роста стран в средней и долгосрочной перспективе с учетом их уровня развития в настоящее время и понимания того, что конкурентоспособность — это набор учреждений, политик и факторов, определяющих продуктивность страны<sup>129</sup>.

---

<sup>128</sup> Рожнов О. А. Оценка эффективности реализации молодежной политики // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Философия. Социология. Право. 2011. № 8 (103). С. 76–80.

<sup>129</sup> Дрзеник Х. М., Гейгер Т. Оценка конкурентоспособности наций: глобальный индекс конкурентоспособности (основные положения). С. 13 [Электронный ресурс]. URL: [http://www.feg.org.ua/docs/metodologia2008\\_RUS.pdf](http://www.feg.org.ua/docs/metodologia2008_RUS.pdf) (дата обращения: 19.03.2019).

Важно подчеркнуть, что глобальный индекс конкурентоспособности опирается на наиболее современные экономические концепции конкурентоспособности, принимающие во внимание сложнейшие проблемы экономического развития. В качестве интегрального индекса он включает взвешенное среднее значение большого количества разных компонентов, каждый из которых отображает один из ее аспектов. Все эти компоненты сгруппированы в 12 составляющих конкурентоспособности: государственные, общественные и частные учреждения; инфраструктура; макроэкономическая стабильность; здравоохранение и начальное образование; высшее образование и профессиональная подготовка; эффективность рынка товаров и услуг; эффективность рынка труда; развитость финансового рынка; оснащенность новыми технологиями (технологическая готовность); размер рынка; уровень развития бизнеса; инновации<sup>130</sup>.

Анализируя мировой опыт применения индексного метода, можно выделить World Knowledge Competitiveness Index — мировой индекс знаниевой конкурентоспособности, впервые (2002 год) связавший относительный уровень развитости знаниевой экономики и наиболее преуспевающие регионы мира<sup>131</sup>. Индекс отражает интегральный уровень знаниевых способностей, возможностей и их устойчивости в регионе и сферы, где эти знания транслируются в экономические цен-

---

<sup>130</sup> Дрзеник Х. М., Гейгер Т. Оценка конкурентоспособности наций: глобальный индекс конкурентоспособности (основные положения). С. 13 [Электронный ресурс]. URL: [http://www.feg.org.ua/docs/metodologia2008\\_RUS.pdf](http://www.feg.org.ua/docs/metodologia2008_RUS.pdf) (дата обращения: 19.03.2019).

<sup>131</sup> Conference on Knowledge Economy. Challenges for Measurement. Luxembourg, 8–9 December 2005 [Electronic resource]. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-statistical-working-papers/-/KS-73-05-598?msg=mailSent> (accessed: 19.03.2019); World Knowledge Competitiveness Index 2008 [Electronic resource]. URL: [https://research.aston.ac.uk/portal/files/3601627/World\\_knowledge\\_competitiveness\\_index\\_2008.pdf](https://research.aston.ac.uk/portal/files/3601627/World_knowledge_competitiveness_index_2008.pdf) (accessed: 19.03.2019).

ности, в свою очередь трансформируемые в благосостояние граждан каждого региона.

По мнению многих авторов, индекс World Knowledge Competitiveness Index тесно связан с теоретическим дискурсом конкурентоспособности региона в форме «эндогенной теории роста»<sup>132</sup>, в центре которой находятся категории «знания» и «человеческий капитал». В качестве практического итогового управленческого результата этой концепции выступает взаимосвязь динамики развития конкурентоспособности и благосостояния населения региона. Таким образом, микроэкономические факторы определяют процветание и богатство конкретного поколения, то есть на основе формируемых конкурентных преимуществ в отличие от факторов, связанных с валютными курсами, игрой на бирже. Для современного регионального развития России данный дискурс принципиально важен.

В последние годы для анализа конкурентоспособности как интегрального феномена широко используются методы математической статистики и компьютерного моделирования. Несомненный интерес представляет работа А. А. Давыдова «Развитие человека и конкурентоспособность страны в социуме: долгосрочный прогноз для России». В ней методами математической статистики и компьютерной модели на основе нейронной сети выявлена зависимость между значениями Human Development Index — индекс развития человека и значениями Global Competitiveness Index — индекс конкурентоспособности стран мира для социума. По прогнозным значениям Human Development Index восстановлены и спрогнозированы значения Global Competitiveness Index — индекса конкурентоспособности России в социуме за период 1913–2050 годов<sup>133</sup>.

---

<sup>132</sup> Aghion P., Howitt P. Endogenous growth theory. MIT Press, 1998. 778 p.

<sup>133</sup> Давыдов А. А. Развитие человека и конкурентоспособность страны в социуме: долгосрочный прогноз для России [Электронный ресурс]. URL: [http://www.isras.ru/blog\\_davydov\\_04.html](http://www.isras.ru/blog_davydov_04.html) (дата обращения: 19.03.2019).

Индикаторы конкурентоспособности можно подразделить на две группы: объективные и субъективные. Информационная база для подобных индикаторов сложилась в результате реализации проекта Российского мониторинга экономики и здоровья. Вводя субъективные индикаторы в настоящее исследование, мы опираемся на положения, предложенные Ф. М. Бородкиным, когда «каждая конкретная ситуация, отдельное событие, уже случившееся или предстоящее, с позиций достижения целей, тактических или стратегических, сиюминутных или отстоящих на большое время впереди, в восприятии людей обычно выступает как благоприятное, неблагоприятное либо нейтральное или неопределенное. Восприятие может соответствовать, а может и не соответствовать действительному качеству ситуации»<sup>134</sup>.

Базисом для построения интегрального индекса конкурентоспособности молодежи является выделение структуры данного феномена. В рамках нашего исследования мы выделяем композитный индекс конкурентоспособности, который представляет собой как элементы человеческого капитала, так и субъективное благополучие. Индекс конкурентоспособности включает две группы показателей: 1) объективное социальное положение индивида: уровень образования, материальное положение, принадлежность к определенному социальному слою, уровень управленческих полномочий; 2) субъективные характеристики благополучия: удовлетворенность жизнью в целом, степень уверенности в своем будущем и оценка позитивности/негативности изменений в жизни<sup>135</sup>.

---

<sup>134</sup> Бородкин Ф. М. Социальные индикаторы — что это? // Мир России. 2004. № 4. С. 62–101.

<sup>135</sup> Немировский В. Г., Немировская А. В. Социальная конкурентоспособность: шансы на успех у молодежи и взрослых // Социологический журнал. 2018. Т. 24, № 2. С. 135–149.

Помимо этого, мы предлагаем следующие общеметодологические принципы оценки конкурентной среды:

1. Принцип системности переменных значений (связанных между собой количественно и качественно).

2. Принцип охвата компетентностной деятельности (число показателей, необходимое и достаточное для оценки всех секторов конкурентного пространства в регионе).

3. Принцип сопоставимости показателей (применяются показатели, позволяющие сравнивать прошлое, настоящее и будущее состояние среды и допускающие их выражение в относительных единицах).

Частным методологическим требованием выступает положение о разработке синтетических индикаторов для каждого конкурентного поля и конкурентного ареала, измеряемых ранговыми (качественными) шкалами, отражающими информацию о качестве, взаимозависимости и взаимосвязи внутренних и внешних факторов полей. Необходимо отметить, что подобные принципы актуальны как для анализа конкурентоспособности работающей молодежи, так и учащейся.

Основываясь на приведенных выше показателях и принципах выявления композитного индекса конкурентоспособности молодежи, в последующих главах будут проанализированы данные, полученные эмпирическим путем.

Анализ такого сложного для операционализации феномена, как конкурентоспособность, требует поиска новых способов его измерения и эмпирической интерпретации, дальнейшей работы в направлении создания новых интегральных индексов. Можно надеяться, что расширение круга показателей конкурентоспособности молодежи позволит получить более насыщенные интерпретации различий между возрастными когортами в шансах на успех в современном российском обществе.

В предыдущих социологических исследованиях, реализованных в Сибирском федеральном округе (под руководством В. Г. Немировского)<sup>136</sup>, установлена взаимосвязь композитного индекса с основными составляющими конкурентоспособности молодежи региона и ее социокультурными факторами на территории Красноярского края. Это стало основой для авторской модели «4-К», раскрывающей процесс формирования конкурентоспособности и конкурентоориентированности учащейся, студенческой и работающей молодежи в процессе трех периодов социализации: старшекласники — студенты — молодые специалисты (на материалах Тюменской области).

---

<sup>136</sup> Немировский В. Г., Немировская А. В. Социальная конкурентоспособность: шансы на успех у молодежи и взрослых // Социологический журнал. 2018. Т. 24, № 2. С. 135–149.



## Глава 3

# КОНКУРЕНТНЫЕ ПОЛЯ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА И ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МОЛОДЕЖИ

---

### §1. Основные группы конкурентных полей современного общества и молодежь

Анализ динамики современного глобализированного общества выявляет системные вызовы общественного развития современного мира XXI века, которые характеризуются следующими моментами.

Во-первых, формирование и усиление глобальной гиперконкуренции — интенсивной многоуровневой и широкой по охвату участников конкуренции, охватывающей не только традиционные рынки товаров, услуг, капиталов, технологий и рабочей силы, но и системы национального управления, поддержки инноваций, развития человеческого капитала.

С точки зрения различных акторов можно выделить основные виды конкурентных отношений:

— между компаниями, ведущими свой бизнес в различных рыночных секторах, стремящихся привлечь наилучших специалистов, профессионалов, менеджеров, сформировать материальные и нематериальные активы, способные обеспечить высокий уровень конкурентоспособности своему бизнесу на национальных и международных рынках;

— между странами, регионами, муниципальными образованияами, стремящимися привлечь и закрепить лучшие

компаний, стратегических инвесторов, профессионалов, специалистов, бизнесменов, деятелей науки, культуры;

— между традиционными (семьи, школы, ссузы, вузы) и нетрадиционными (киноиндустрия, телевидение, реклама, СМИ, Интернет, инновационный бизнес, неформальные сообщества, социальные сети) институтами за общественную значимость в процессе формирования ценностей, установок, знаний и мировоззрения, квалификаций, компетенций, стилей жизни, креативности учащейся и работающей молодежи;

— между личностями, стремящимися занять лучшие и перспективные места учебы, работы для успешного осуществления своей жизненной трудовой и социальной траектории.

Указанные виды конкурентных отношений в современном обществе складываются на глобальном, страновом, региональном и муниципальном уровнях и взаимодействуют между собой.

Во-вторых, новая волна технологических изменений (биотехнологии, информатика, нанотехнологии, блокчейн, и т. п.) требует формирования соответствующего предпринимательского, инновационного стиля, образа жизни и действий людей, социальных групп и компаний.

В-третьих, усложнение социально-экономических систем и возрастание скорости изменений во всех сферах жизни общества ведет к возрастанию роли человеческого капитала как основного фактора технологического, экономического, социального развития.

Указанные вызовы в условиях глобализации вынуждают страны осуществлять модернизацию своих социально-экономических систем путем инноваций на основе формирования и реализации своего человеческого капитала. При этом на первый план выходят вопросы создания благоприятных социально-экономических и социокультурных условий для

формирования такого человеческого капитала, который задает ярко выраженную конкурентоориентированность и обеспечивает высокий уровень конкурентоспособности молодежи.

Основная конкуренция в современном обществе разворачивается между странами, регионами, компаниями по поводу трех групп редких субъектов:

- носителей и генераторов, ключевых знаний, компетенций;

- предпринимателей-организаторов инновационных проектов и бизнесов;

- компетентных гидов по социально-культурному, информационному и виртуальному пространству.

Именно эти группы являются ключевыми факторами эволюции современного общества.

Кроме того, интенсивная глобальная конкуренция между странами, регионами, компаниями, различными институтами за привлечение и закрепление талантов и обладателей системными знаниями, умениями и компетенциями составляет ядро современной конкуренции.

Усиление и глобализация международной конкуренции между компаниями и странами запускает процесс постоянных инноваций в качестве главного фактора международной конкурентоспособности организаций, регионов и стран. В свою очередь, процесс постоянных инноваций требует развития и распространения **предпринимательского видения** (новые проблемы, связанные с постоянными изменениями во всех сферах жизни, рассматриваются как интересные задачи, практическое решение которых создает новые возможности для меня, моей команды, моего города, региона, страны) и **действия** (поиск новых знаний, придумывание и запуск новых комбинаций ресурсов, идей, технологий для успешного и коммерчески состоятельного решения возникших проблем и реализации открывающихся возможностей) среди субъектов не только национального и международного бизнеса, но

и среди других субъектов активного и креативного действия в различных сферах социальной жизни. Постоянное расширение предпринимательского видения и действия среди бизнесменов и других участников социально-экономической жизни формирует устойчивый и постоянно расширяющийся спрос на разнообразные специфические знания, компетенции и превращает указанных субъектов в главную инновационную силу, обеспечивающую долгосрочную конкурентоспособность, экономический рост и качество жизни. В результате формируется предпринимательский, основанный на знаниях и инновациях социум, для которого характерна включенность предпринимательского видения и действия в систему конкурентных отношений различных видов и уровней.

Указанная включенность состоит в том, что предпринимательское видение и действие в конкурентной среде (пространстве) обеспечивают устойчивость, воспроизводимость во времени **алгоритма поведения субъекта в условиях социального конкурентного взаимодействия: «конкурентоориентированность — компетенции — конкурентные преимущества — конкурентоспособность» («4-К»).**

Сам этот алгоритм обладает внутренними, сущностными, различимыми во времени характеристиками:

— кто раньше и лучше сделает что-то, решит конкретную задачу, ответит на вызовы будущего в настоящем, тот займет и сохранит выгодную, передовую позицию в данной конкурентной среде;

— временной интервал достижения различных состояний («4-К»), которые должен освоить, поддерживать каждый действующий участник в любой конкурентной среде (пространстве соперничества с другими субъектами) для того, чтобы сохранять свою конкурентную позицию.

**Конкурентоориентированность:** готовность и стремление достигать поставленных целей, решать задачи и проблемы, отвечать на вызовы будущего в настоящем быстрее, лучше, эффективнее, чем конкуренты.

**Компетенции:** основанные на знаниях, навыках и практиках способности выбирать, мобилизовывать, комбинировать и применять физические и интеллектуальные ресурсы для выполнения запланированного курса действий определенным образом в целях достижения желаемого результата.

**Конкурентные преимущества:** обладание и владение набором средств, ресурсов, материальных и нематериальных активов и их комбинаций, создающим потенциал данного субъекта, обеспечивающий его преимущества по отношению к конкуренту.

**Конкурентоспособность:** способность успешно реализовывать конкурентные преимущества для сохранения и улучшения передовой позиции субъекта в конкурентной среде (конкурентной позиции).

Кроме того, включенность предпринимательского видения и действия в систему конкурентных отношений различных видов и уровней, во-первых, сформировала постоянно растущий устойчивый спрос на такие элементы человеческого капитала, как системные и специфические знания, навыки, компетенции; во-вторых, обнаружила новые требования организаций и компаний к нанимаемому персоналу специалистов: они должны обладать не только знаниями, соответствующими умениями и навыками применения имеющихся знаний в своей профессии, но и **деловой системной компетенцией**.

**Деловая системная компетенция** представляет собой способность специалиста:

— выбирать из имеющихся знаний, навыков, умений, технологий приемлемые для решения конкретных задач, проблем и реализации проектов;

— придумывать из выбранных составляющих знаний, навыков, умений, технологий новые комбинации, обеспечивающие решение конкретных задач и проблем как краткосрочных, так и долгосрочных;

— эффективно применять созданные комбинации знаний, навыков, приемов, технологий для решения конкретных за-

дач, проблем в конкретных обстоятельствах в целях реализации проектов в соответствующие периоды времени.

Следовательно, в современном обществе формируется растущий и устойчивый спрос не только на знания и компетенции предпринимателей-организаторов бизнеса (дела) во всех сферах социально-экономической жизни, но и на соответствующих специалистов, обладающих деловой компетенцией в своей профессиональной сфере. Социально-экономические проекты для своей качественной разработки и особенно для успешной реализации требуют предпринимателей-организаторов и команд специалистов-организаторов, которые, наряду с профессиональными и предпринимательскими, владеют деловыми компетенциями.

Более того, взаимодействие пронизывающих современное общество конкурентных отношений с предпринимательским видением и действием, профессиональной и деловой системной компетенцией, во-первых, означает органичное включение в систему конкурентных отношений предпринимательского видения и действия, системных знаний, навыков и компетенций акторов в качестве ключевых факторов формирования их конкурентного преимущества в соответствующих конкурентных пространствах. Во-вторых, обнаруживает ключевую роль фазы **компетенций в алгоритме «4-К»**, которая, являясь посредником между конкурентоориентированностью и конкурентными преимуществами, трансформирует элементы человеческого капитала — системные знания, навыки, профессиональные, предпринимательские, деловые компетенции — в реальные конкурентные преимущества.

В научном сообществе социокультурное и социально-экономическое исследование отдельных групп молодежи (студенчество, работающая молодежь) активно проводится по таким направлениям, как: 1) условия формирования их конкурентоориентированности, конкурентоспособности,

успешности<sup>137</sup>; 2) проблемы перехода от предпринимательских намерений к действиям по созданию бизнеса, условия, факторы, мотивы ориентации студенческой и работающей молодежи на предпринимательство, открытие и ведение собственного дела<sup>138</sup>.

Однако, во-первых, в тени остаются вопросы исследования взаимосвязи между конкурентоориентированностью, конкурентоспособностью, успешностью и ориентацией на предпринимательство, создание собственного дела молодежи, проходящей свою социализацию в качестве старшеклассников, студентов, молодых работников. Во-вторых, не определяются и специально не исследуются социально-экономические и социокультурные пространства, в которых формируются и реализуются установки молодежи на конкурентоориентированность и предпринимательство.

Указанные недостатки связаны с особым методологическим подходом, применяемым в большинстве исследований по проблемам конкурентоспособности и предпринимательства.

---

<sup>137</sup> Резник С. Д. Кто научит студента жить? // Высшее образование в России. 2015. № 1. С. 146–152; Резник С. Д., Коновалова Е. С. К проблеме конкурентоориентирования студентов высших учебных заведений // Экономическое возрождение России. 2012. № 1. С. 18–26; Резник С. Д., Коновалова Е. С., Соколова А. А. Конкурентоориентированность и конкурентоспособность студенческой молодежи России: опыт, проблемы, перспективы. М.: Инфра-М, 2013. 213 с.; Резник С. Д., Черниковская М. В., Соколова А. А. Конкурентоориентированность и конкурентоспособность выпускника вуза: опыт, перспективы научного поиска // Проблемы современной экономики. 2013. № 3 (47). С. 399–402.

<sup>138</sup> Факторы формирования предпринимательской активности студентов: монография / Т. В. Беляева [и др.]; науч. ред. Г. В. Широкова. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2016. 344 с.; Богатырева К. А., Широкова Г. В. Переход от предпринимательских намерений к действиям по созданию бизнеса на примере российских студентов // Форсайт. 2017. № 11 (3). С. 25–36; Цуканова Т. В. Роль вуза в формировании предпринимательских намерений студентов: российский контекст // Современная конкуренция. 2017. № 1 (61). С. 69–103.

Этот подход известен в социально-экономических работах как методологический индивидуализм, отталкивающийся от отдельного индивида (субъекта), на которого воздействуют различные факторы и внешние среды. Причем даже если в качестве субъекта рассматривается коллективный субъект (компания, организация, социальная группа), он трактуется как внутренне не различимый индивид со своими установками, потребностями, способами действия, поведения под влиянием различных внешних факторов.

Для анализа и оценки многоуровневой системы конкурентных отношений современного общества с органичным включением в эту систему предпринимательского видения и действия, системных знаний, навыков и компетенций, определяющих действия различных субъектов в конкурентной среде по алгоритму «4-К», нами разработано и применено понятие «конкурентное поле». С помощью данного понятия современное общество представлено и описано как социальное пространство ансамбля конкурентных полей.

Общество — сложная социально-экономическая социокультурная система, представленная различными социальными пространствами в виде ансамблей полей<sup>139</sup>. Современное общество пронизано конкурентными отношениями, поэтому по своей сути современные социальные поля являются конкурентными полями. В пространствах конкурентных полей формируются и реализуются стратегии, практики субъектов, обеспечивающих эволюцию общества, его различных сфер, институтов. Процесс эволюции современного общества в большом историческом времени (прошлое, настоящее, будущее) существенным образом зависит от конкурентных полей, являющихся пространствами для формирования и реализации

---

<sup>139</sup> Бурдые П. Социальное пространство: поля и практики: пер. с фр. / отв. ред. перевода, сост. и послесл. Н. А. Шматко. М.: Ин-т экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2005. 576 с.



стратегий и практик молодежи. Для ансамбля конкурентных полей современного общества характерны иерархия, пересечение, противоборство.

Конкурентное поле представляет собой взаимодействие двух реальностей.

Реальность первого порядка — это распределение и закрепление экономических, культурных, социальных капиталов за различными субъектами, ориентирующее их на достижение позиционной выгоды от лучшей локализации или рыночного положения.

Реальность второго порядка — это конфигурация символического капитала, обеспечивающая конструирование мира акторами в таких образах восприятия, которым они доверяют, к которым лояльны и с помощью которых готовы соответствующим образом мыслить и действовать.

Осуществление реальности первого порядка через реальность второго порядка и наоборот обеспечивает процесс функционирования и развития конкурентного поля.

Система диспозиций, порождающая и структурирующая практики, представления действующих субъектов, формирует в конкурентном поле алгоритм их поведения: «конкурентоориентированность — компетенции — конкурентные преимущества — конкурентоспособность».

Взаимодействие реальностей первого и второго порядка составляет динамическую форму генерирования, воспроизводства, развития соответствующего содержания: устойчивый алгоритм представлений и практик акторов «4-К».

Алгоритм «4-К» представляет собой систему координат (фреймы) любого конкурентного поля, подобную тому, что П. Бурдьё называет «хабитусом»<sup>140</sup>. Такие системы координат помогают участникам конкурентных взаимоотношений

---

<sup>140</sup> Bourdieu, P. Outline of a Theory of Practice. Cambridge, Eng.: Cambridge University Press, 1977.

решать, что происходит и какие действия они смогут предпринимать по мере дальнейшего развития взаимодействия.

Понятие конкурентного поля позволяет анализировать конкуренцию как универсальное социальное явление в человеческой истории, которое «...обозначает борьбу людей за свои личные интересы и цели в условиях, когда другие люди заняты тем же самым, и при этом борьба одних как-то сказывается на успехе борьбы других, конкретнее говоря — препятствует их успеху»<sup>141</sup>. А различные типы и виды конкуренции соответствуют различным типам и видам конкурентных полей человеческого общества на всем протяжении его истории.

С этой точки зрения рыночная конкуренция — конкуренция между производителями (продавцами) и потребителями (покупателями) в рыночных пространствах бизнеса (дела), ориентированного на коммерческий результат, характерна для определенного типа конкурентного поля — рыночного конкурентного поля.

Исследование интенсивной, многоуровневой, многообразной по охвату участников конкуренции современного общества и глубокое понимание социально-культурных, социально-экономических процессов, с ней связанных, возможно лишь с позиции ансамбля различного типа и вида конкурентных полей, формирующегося и эволюционирующего в пространстве исторического времени. При этом важно не только выявить различные типы и виды конкурентных полей и соответствующие конкуренции внутри них, но и определить характер взаимоотношений между полями и тенденции его социально-культурной динамики. Причем при определении характера взаимоотношений между конкурентными полями

---

<sup>141</sup> Зиновьев А. А. Запад. Феномен западнизма [Электронный ресурс]. URL: [https://www.e-reading.club/bookreader.php/88145/Zinov%27ev\\_-Zapad.\\_Fenomen\\_zapadnizma.html](https://www.e-reading.club/bookreader.php/88145/Zinov%27ev_-Zapad._Fenomen_zapadnizma.html) (дата обращения: 29.03.2019).

важно выбрать правильный критерий систематизации. По нашему мнению, таким критерием может выступать историческое время, наполненное определенным социокультурным и социально-экономическим содержанием.

Человеческое общество в своем историческом развитии предстает своеобразным ансамблем конкурентных полей различного типа и вида, содержащих соответствующие алгоритмы «4-К». Ступени развития ансамблей конкурентных полей можно определить двумя векторами исторического времени: 1) эволюция по линии конкурентоориентированности от «закона джунглей» до социокультурной гуманитарной установой; 2) восхождение по экономико-технологическому времени от ресурсной к эффективностной и до инновационной ориентации. На наш взгляд, во все времена специфика конкурентных полей и особенности поведения в них субъектов в конечном итоге определялись характером взаимодействия социально-гуманитарного и экономико-технологического векторов, которое формировало специфику конкурентоориентированности, обуславливающей остальные элементы алгоритма «4-К».

В ансамбле конкурентных полей современного общества можно выделить три группы конкурентных полей.

**Первую группу** составляют два типа целостных глобальных конкурентных полей:

— секторальные (отраслевые) рыночно ориентированные поля бизнеса;

— конкурентные поля мест (муниципальных образований, регионов, стран), локусов взаимодействия и сотрудничества власти, бизнеса, науки, образования, имеющих общую культурно-историческую судьбу, укорененную в прошлом, ищущих ответы на вызовы будущего в настоящем и формирующих свое общее будущее.

Такие два поля имеют и более глубокие основания, выявленные и обоснованные в работах А. А. Зиновьева: деловой

(рыночно ориентированный в техноэкономическом историческом времени) и коммунальный (коллективный, совместный, размещенный в данном месте — локусе и ориентированный в большом социокультурном историческом времени) принципы (аспекты) формирования социума (общества).

Первый тип конкурентных полей можно описать широко известной моделью секторальной (отраслевой) конкурентоспособности М. Портера<sup>142</sup>, основанной на позиционировании — на занятии уникальной, отличной от конкурентов позиции в данной отрасли, в данном бизнесе, в данном рыночном пространстве с использованием конкурентных преимуществ высокого порядка, ориентированных на получение позиционной прибыли. Такое стратегическое позиционирование М. Портера является ключевым инструментом достижения успеха в конкуренции за привлечение поставщиков, потребителей и других стейкхолдеров компанией к своему уникальному делу и получению тем самым долгосрочного конкурентного преимущества. По сути, указанная модель М. Портера описывает структуру и функционирование реальности первого порядка (по П. Бурдьё) секторального рыночно ориентированного конкурентного поля бизнеса.

Однако в конкурентном обществе товарного изобилия конкуренция между компаниями и их бизнесами одновременно ведется как на реальных рынках (за привлечение поставщиков и потребителей к своему, отличному от других делу), так и в восприятии, сознании покупателей и стейкхолдеров (конкуренция между компаниями в сознании покупателей за внимание и лояльное отношение к себе, своей марке). В этих условиях мало иметь конкурентное преимущество, основанное на выгодной позиции на реальном рынке, необходимо, чтобы его видели и соответствующим образом воспринимали в своем сознании потребители. Опираясь на эту аксиому, Дж. Траут

---

<sup>142</sup> Портер М. Конкуренция: пер. с англ. М.: Вильямс, 2002. 496 с.

в известных работах<sup>143</sup> дополнил концепцию стратегического позиционирования М. Портера концепцией позиционирования, осуществляемого на основе дифференцирующей идеи в пространстве воспринимающего сознания потребителей с помощью формирования особого вида символического капитала — бренда, базирующегося на знании и признании имиджа, репутации фирмы, лояльного отношения потребителей и других стейкхолдеров фирмы к ее бизнесу, торговой марке, товарному знаку. Дифференцирующая идея в модели позиционирования Дж. Траута и широкое применение на практике инструментов и процедур позиционирования и брендинга составляют реальность второго порядка (по П. Бурдьё) секторального рыночно ориентированного конкурентного поля.

Главными акторами глобальных секторальных (отраслевых) рыночно ориентированных конкурентных полей бизнеса являются транснациональные корпорации (далее — ТНК). С одной стороны, они формируют спрос в различных странах на квалифицированных потребителей, склонных к постоянному обновлению, расширению линейки товаров, услуг, и на таланты, компетентных инноваторов, способных постоянно обновлять технологии и продукты для глобальных рынков. С другой стороны, ТНК поставляют на рынки различных стран постоянно обновляемый и расширяемый набор товаров и услуг, наполняющий потребительские корзины.

Следует особенно подчеркнуть, что действуют ТНК в рыночно ориентированном техноэкономическом историческом времени: они стремятся опередить конкурентов в использовании результатов технологического прогресса (особенно при переходе от одного технологического уклада к другому) для поставки на рынки новых коммерчески состоятельных и конкурентоспособных товаров и услуг.

---

<sup>143</sup> Траут Дж. Новое позиционирование. СПб.: Питер, 2001. 192 с.; Его же. Большие бренды — большие проблемы. СПб.: Питер, 2002. 240 с.

Ведущими действующими лицами конкурентных полей локусов (муниципальных образований, регионов, стран) выступают взаимодействующие друг с другом представители власти, бизнеса, науки, образования, имеющие и осознающие свою общую культурно-историческую судьбу, укорененную в прошлом, ищущие совместно ответы на вызовы будущего в настоящем и формирующие свое общее будущее в своих локусах. По сути, основные субъекты данных конкурентных полей, находясь в своем локусе, испытывают влияние, давление других локусов и тем самым помещаются (включаются) в большое социокультурное историческое время, в котором воспроизводится социально-культурная идентичность, культурно-исторический код данной общности людей. Однако только от их совместной стратегии и практических действий зависит, сохраняют, воспроизведут и сумеют транслировать они свою социокультурно-историческую идентичность в будущее или нет.

**Вторая группа** объединяет два конкурентных поля, опосредующих воздействие конкурентных полей первой группы на конкурентные поля третьей группы и непосредственно формирующих составляющие алгоритма «4-К» учащейся и работающей молодежи.

Конкурентное поле сферы современного российского высшего образования, включающего глобальные исследовательские университеты (представленные федеральными национальными исследовательскими и участниками Проекта 5-100), опорные университеты и все остальные (подробнее см. в работе Г. Ф. Шафранова-Куцева и Е. М. Черкашова<sup>144</sup>), является результатом взаимодействия конкурентных полей первой группы и, с одной стороны, определяет установки конкурентоориентированности организаций и учреждений

---

<sup>144</sup> Шафранов-Куцев Г. Ф., Черкашов Е. М. Конкуренция и конкурентные поля сферы высшего образования // Альма-Матер. 2017. № 9. С. 49–56.

общего и профессионального среднего образования, задает параметры спроса на своих потенциальных абитуриентов, а с другой — формирует потенциал, ориентиры получившей высшее образование молодежи и возможные перспективы ее перехода во взрослую трудовую жизнь.

Кроме сферы высшего образования в состав второй группы конкурентных полей входит **конкурентное поле соперничества традиционных** (семьи, школы, ссузы, вузы) и **нетрадиционных** (киноиндустрия, телевидение, реклама, СМИ, Интернет, инновационный бизнес, неформальные сообщества, социальные сети) **институтов** за общественную значимость в процессе воспроизводства молодежи (их ценностей, установок, знаний и мировоззрения, квалификаций, компетенций, стилей жизни, креативности). Это соперничество прежде всего воздействует на формирование противоречивых установок конкурентоориентированности молодежи, находящейся на различных стадиях своей социализации (старшеклассники, студенты, молодые работники) в соответствующих внутренних и внешних конкурентных полях.

**Третья группа объединяет внутренние и внешние конкурентные поля**, непосредственно формирующие составляющие алгоритма «4-К» учащейся и работающей молодежи. Указанные поля третьей группы, испытывая существенное влияние конкурентных полей первой и второй группы, имеют ярко выраженную региональную и муниципальную специфику, связанную с существенными социокультурными и социально-экономическими различиями Российской Федерации.

Конкурентоориентированность, конкурентные преимущества, конкурентоспособность в рамках культурно-исторических общественных ориентиров на основе глубоких системных знаний, умений, компетенций — ключевые требования российского общества к молодежи в процессе трех этапов ее социализации: старшеклассники — студенты — работающая молодежь.

На каждом этапе можно выделить **внутренние и внешние конкурентные поля третьей группы**. Их взаимодействие создает устойчивую социальную среду формирования установок, знаний, навыков, компетенций, которые находят свое практическое применение в процессе определения и начала осуществления жизненных траекторий социализации, трудовой и деловой деятельности молодежи.

**Внутренние конкурентные поля старшеклассников и студентов** — поля их взаимоотношений в учебном заведении друг с другом и с преподавателями. **Внешние конкурентные поля старшеклассников и студентов** — пространства соперничества между школами, лицеями, колледжами, ссузами, вузами за привлечение и закрепление талантливых, лучших учеников, абитуриентов в соответствии с позиционированием образовательных учреждений в своих конкурентных полях. При этом если конкурентные позиции школ, лицеев, гимназий находятся главным образом под непосредственным давлением конкурентных полей ссузов и вузов за доступ к лучшим и наиболее подходящим выпускникам, то конкурентные позиции ссузов и вузов — под давлением конкурентных полей работодателей: компаний секторальных конкурентных рыночных полей бизнеса и учреждений муниципальных, региональных, федеральных властей, сфер науки, культуры, конкурентных полей муниципальных образований, регионов.

**Внутренние конкурентные поля работающей молодежи** — пространство конкурентных взаимоотношений с коллегами (с ровесниками и более опытными) и руководителями ради профессионального и карьерного роста. **Внешние конкурентные поля работающей молодежи** — пространство соперничества компаний различных секторов бизнеса и учреждений муниципальных, региональных, федеральных властей, сфер науки и культуры.

Каждый молодой человек в процессе своего движения по этапам социализации: старшеклассники — студенты —



работающая молодежь, не только находится во внутренних и внешних конкурентных полях каждого этапа, но и в критически важных для своей жизненной траектории переходах с одного этапа на другой сталкивается с ситуацией воздействия на себя пересечения, наложения соответствующих конкурентных полей. Эту ситуацию можно охарактеризовать и описать с помощью конкурентных полей фазовых переходов.

Во-первых, конкурентное поле выпускников школ за доступ в ссузы, вузы пересекается с конкурентным полем ссузов, вузов за привлечение наиболее подготовленных, талантливых и подходящих выпускников школ.

Во-вторых, конкурентное поле выпускников ссузов, вузов за доступ:

- к рабочим местам (наемный работник — работодатель);
- полю создания, запуска собственного бизнеса;
- программам послевузовской переподготовки и повышения квалификации

пересекается с целым набором конкурентных полей:

- работодателей за привлечение наемных работников;
- работающей молодежи, желающей переменить место работы;

- других претендентов на гранты и поддержку открытия своего дела;

- университетов за привлечение талантливых и перспективных выпускников вузов для преподавательской и научной деятельности;

- институтов органов государственной и муниципальной власти за привлечение талантливых и перспективных выпускников вузов для госслужбы.

В-третьих, конкурентное поле работающей молодежи за доступ:

- к новым рабочим местам;
- полю создания, запуска собственного бизнеса;
- программам дополнительного образования и повышения квалификации

пересекается с целым набором конкурентных полей:

— работодателей за привлечение лучших наемных работников;

— работающей молодежи, желающей переменить место работы;

— других претендентов на гранты и поддержку открытия своего дела;

— университетов за привлечение талантливых и перспективных молодых профессионалов и специалистов для научной, преподавательской и экспертной деятельности;

— институтов органов государственной и муниципальной власти за привлечение талантливых и перспективных молодых наемных работников и бизнесменов для муниципальной и госслужбы.

Конкурентоспособность всех категорий молодых людей является только финальной частью целостного процесса, включающего в себя четыре следующие друг за другом фазы: «конкурентоориентированность — компетенции — конкурентные преимущества — конкурентоспособность». В современном обществе трансформация конкурентоориентированности в конкурентные преимущества осуществляется посредством формирования и реализации ключевых элементов человеческого капитала: системных знаний, навыков и компетенций. Поэтому в рассмотренных конкурентных полях фазовых переходов формируется устойчивый алгоритм поведения молодежи: «конкурентоориентированность — компетенции — конкурентные преимущества — конкурентоспособность» («4-К»). Причем овладение молодым человеком профессиональными, предпринимательскими, деловыми компетенциями преобразует его формируемый, накапливаемый образовательный, творческий потенциал в конкурентное преимущество, обеспечивающее конкурентоспособность в соответствующем конкурентном поле взрослой трудовой жизни.

## §2. Взаимодействие конкурентных полей и противоречивость установок конкурентоориентированности современной молодежи

Установки конкурентоориентированности жизненных траекторий молодежи в современном виртуализированном обществе в значительной степени закладываются в старших классах под воздействием противоречивых пересечений и наложений различных конкурентных полей. Причем особую роль играет в этом процессе конкурентное поле соперничества традиционных (семья, школы, ссузы, вузы) и нетрадиционных (киноиндустрия, телевидение, реклама, СМИ, Интернет, неформальные сообщества, социальные сети) институтов.

Например, М. Ю. Семенов в статье «Конкурентоспособность в виртуальном пространстве: в оценках старшеклассников»<sup>145</sup> выявил интересные характеристики конкурентоориентированности тюменских старшеклассников.

Во-первых, опрошенные старшеклассники считают конкурентоспособными (успешными) молодых людей, имеющих большую популярность в виртуальной среде. Во-вторых, делается вывод о том, что в ближайшие годы самореализация в виртуальном пространстве среди молодого поколения будет возрастать. В-третьих, основными целями ведения личных

---

<sup>145</sup> Семенов М. Ю. Конкурентоспособность в виртуальном пространстве: в оценках старшеклассников [Электронный ресурс] // Динамика социальной трансформации российского общества: региональные аспекты: материалы V Тюменского международного социологического форума, Тюмень, 5–6 октября 2017 г. / Тюменский государственный университет, Тюменская областная Дума, Правительство Тюменской области, Федеральный научно-исследовательский социологический центр Российской академии наук, Тюменский индустриальный университет, Сургутский государственный университет, Тюменское областное отделение Академии социальных наук. Тюмень, 2017. С. 477–482. 1 электрон. опт. диск (CD-R).

аккаунтов старшеклассники называют следующие: с одной стороны, для них это средство монетизации своей популярности в сети и получения возможности жить за счет этого, с другой — средство прямого общения и получения информации для углубления своих знаний и компетенций по выбору возможной будущей профессии.

Первая установка поддерживается ведущими компаниями, которые используют социальные сети как свои рекламные платформы и для своих маркетинговых целей активно взаимодействуют с молодыми людьми, ведущими популярными аккаунты. А молодежь имеет серьезный экономический мотив: добиваться популярности и успешности своих аккаунтов и монетизировать их с помощью рекламных контрактов с ведущими компаниями.

В результате формируются две установки конкурентоориентированности старшеклассников: мотивированная установка на получение глубоких системных знаний и компетенций в определенной профессии и установка на популярность и успешность в социальных сетях с их последующей монетизацией, которые, в свою очередь, просматриваются в установках двух основных групп абитуриентов вузов. Двойственность установок абитуриентов была отмечена в докладах К. Ю. Терентьевой, А. В. Кулешовой «Профессия или диплом: зачем молодежь идет в вуз?» и И. В. Абанкиной, Л. М. Филатовой «Траектории для студентов и университетов: кто за кем гоняется» на VIII Международной конференции исследователей высшего образования «Университеты, меняющие себя и мир»<sup>146</sup>. С одной стороны, это мотивированные высокоуровневые абитуриенты, способные и готовые ставить перед собой четкие профессиональные ориентиры, так как

---

<sup>146</sup> VIII Международная конференция исследователей высшего образования «Университеты, меняющие себя и мир» / НИУ «Высшая школа экономики», Москва, 19–21 октября 2017 г. [Электронный ресурс]. URL: [http://www.innocentre.tversu.ru/.../programma\\_konferentsii\\_raivo\\_2017\\_12\\_10\\_17.pdf](http://www.innocentre.tversu.ru/.../programma_konferentsii_raivo_2017_12_10_17.pdf) (дата обращения: 29.03.2019).

считают, что их будущая трудовая социализация основана на профессиональной. С другой же — абитуриенты, полагающие, что их будущая трудовая социализация базируется не на профессиональной специализации, а на успешности, популярности в социальных сетях, на реализации в своем поведении общераспространенного среди поколения молодежи «нулевых» принципа: *«нужно заниматься тем, что нравится»*, *«стремиться к популярности»*. Поэтому если первая группа выбирает вуз — для получения желанной и перспективной профессии, то вторая — для зарабатывания популярности в реальном пространстве учебной и внеучебной деятельности в добавление к укреплению своих позиций в виртуальном пространстве популярных социальных сетей, обладающих потенциалом монетизации успешных позиций.

В дальнейшем эти установки закрепляются среди двух основных групп студентов. Первая группа стремится сформировать свои конкурентные преимущества на путях получения системных профессиональных знаний и овладения деловой системной компетенцией. Вторая группа рассматривает вуз как важную площадку социализации, используя возможности учебной и внеучебной жизни, овладевая прежде всего компетенциями коммуникации с представителями различных социальных групп и методами квалифицированного пользователя современными информационными технологиями для обеспечения успешных (конкурентных) позиций в социальных сетях и коммуникационных пространствах, которые могут быть монетизированы.

Кроме того, заложенные в старших классах установки конкурентоориентированности не только сохраняются в модифицированном виде в студенческие годы, но и, реализуясь в соответствующие компетенции и конкурентные преимущества в студенческие годы, закладывают основы возможной конкурентоспособности работающей молодежи. При этом формируемый алгоритм «4-К» работающей молодежи и его

элементы находятся под воздействием секторальных (отраслевых) рыночно ориентированных полей бизнеса, конкурентных полей локусов (мест) сферы современного российского высшего образования.

Главными субъектами глобальных секторальных (отраслевых) рыночно ориентированных конкурентных полей бизнеса являются транснациональные корпорации. Конкурируя друг с другом, ТНК формируют спрос в различных странах на таланты, компетентных инноваторов, способных постоянно обновлять технологии и продукты для глобальных рынков, и на квалифицированных потребителей, склонных к постоянному обновлению, расширению наборов товаров и услуг.

В свою очередь, секторальные конкурентные поля бизнеса ориентируют высшее образование, во-первых, на формирование в массовом масштабе квалифицированных потребителей, нацеленных на расширение, обновление пакета своих потребностей и стремящихся осваивать все более доходные профессии для доступа к новым товарам и услугам. Во-вторых, на выявление, привлечение талантов для преобразования их в компетентных профессионалов, способных постоянно обновлять организационные и производственные технологии и продукты по специализированному запросу работодателей.

Таким образом, профессиональная и потребительская компетентности становятся главными требованиями компаний-работодателей секторальных конкурентных полей бизнеса к выпускникам учебных заведений.

Помимо того, жизненной необходимостью компаний являются формирование и поддержка на высоком уровне своих ключевых компетенций (факторы долгосрочного конкурентного преимущества, обеспечивающие долгосрочную конкурентоспособность): внутренние трудно имитируемые конкурентные нематериальные активы; интеллектуально-творческий потенциал и соответствующие компетенции менеджеров и персонала; уникальность организационных знаний, организационных

систем, применяемых технологий. Целевая установка организаций и компаний на формирование собственных ключевых компетенций определяет их новый запрос на выпускников вузов — необходимо готовить специалистов, обладающих не только глубокими знаниями, соответствующими умениями и навыками применения имеющихся знаний, профессиональных компетенций, но и **деловой системной компетенцией**.

Особо ценится современным работодателем деловая системная компетенция наивысшего уровня — триединая способность работника:

— выбирать из имеющихся знаний, навыков, умений, технологий приемлемые для решения конкретных задач, проблем и реализации проектов;

— придумывать из выбранных составляющих знаний, навыков, умений, технологий новые комбинации, обеспечивающие решение конкретных задач и проблем как краткосрочных, так и долгосрочных;

— эффективно применять созданные комбинации знаний, навыков, приемов, технологий для решения конкретных задач, проблем в конкретных обстоятельствах для реализации проектов в соответствующие периоды времени.

Основные желательные для работодателя составляющие деловой системной компетенции выпускника вуза и молодого работника — это владение:

1) умениями и навыками самообучения и самообразования;  
2) методами и методиками ведения аналитической работы, научных исследований и проектной деятельности;

3) умениями и навыками осуществления профессиональной деятельности, способами организации и ведения бизнеса (дела) в условиях постоянно меняющейся внешней среды и новых вызовов времени;

4) современными технологиями получения, обработки, применения информации;

5) эффективными методами коммуникации с представителями различных социальных групп и культур.

Третья составляющая деловой системной компетенции по своей сути формирует способности предпринимательского видения и действия, позволяющие координировать, согласовывать другие компетенции и формировать целостную систему деловой компетенции. Обладание выпускниками вузов и работающей молодежью деловой системной компетенцией позволяет трансформировать имеющийся у нее образовательный, творческий потенциал в ключевое конкурентное преимущество, обеспечивающее необходимые условия успешного осуществления ею своей жизненной траектории как по линии трудовой профессиональной карьеры в бизнес-структурах и органах государственной и муниципальной власти, так и по линии создания и развития собственного дела.

Растущий спрос компаний на потребителей, склонных к постоянному обновлению, расширению пакета товаров и услуг, способствует формированию и распространению у учащейся и в большей мере у работающей молодежи установки на **портфельную трудовую карьеру**. Соперничая друг с другом в глобальных секторальных (отраслевых) рыночно ориентированных конкурентных полях бизнеса, компании, в качестве поставщиков (продавцов) товаров, формируют спрос на квалифицированных потребителей, склонных к постоянному обновлению, расширению наборов товаров и услуг. К числу таких потребителей прежде всего относится молодежь, особенно поколения Y. Основное, чем характеризуется это поколение, — вовлеченность в цифровые технологии, философская парадигма нового тысячелетия (миллениума), новый виток разделения на либеральные и консервативные взгляды. Но главное — стремление оттягивать переход во взрослую жизнь, а на самом деле — концепция вечной молодости, признание глобальных трендов в образе жизни — ускорение (постоянное обновление, параллельное потребление, снэк-культура), технологизация (сращивание виртуальности и реальности, симбиоз с машинами). В повседневной практике нужно быть раз-



борчивым в потреблении, постоянно обновлять и расширять свою корзину разнообразных и приятных благ. В результате возникает стремление подстроить условия работы под свою жизнь: представители данного поколения предпочитают гибкий график, аутсорсинг и т. п. В рамках исследовательского проекта «Молодежные солидарности и поколения XXI века: ценность труда и потребления», проведенного в 2014 году сотрудниками Центра молодежных исследований НИУ «Высшая школа экономики», были выявлены характерные черты портфельной карьеры работающей молодежи<sup>147</sup>.

Они представляют собой схожие поведенческие паттерны молодых работников, принадлежащих к так называемому поколению Y, вне зависимости от характера, типа и сферы их занятости. К таким «скриптам», которые, вероятно, постепенно будут приобретать институциональный характер, были отнесены:

- тенденция к частой смене рабочих мест;
- непродолжительный стаж работы на одном месте;
- отсутствие долгосрочного планирования;
- работа не по специальности;
- получение дополнительного образования;
- совмещение работы и хобби.

Трудовая социализация этой группы молодежи может и не основываться на профессиональной, более того — нивелировать ее значимость или переопределять ее в качестве «общечеловеческой». Иными словами, жизненная установка этой группы молодежи заключается в том, что стандарт постоянно обновляемого и расширяемого портфеля потребления товаров и услуг задает формат портфельной трудовой карьеры: «нужно заниматься тем, что нравится» и «чтобы не было скучно».

---

<sup>147</sup> Социальная мобильность молодежи в фокусе тройной рефлексии [Электронный ресурс] / Е. Омельченко, Г. Сабирова, Я. Крупец // INTER. 2015. № 10. С. 9–25. URL: <http://jour.isras.ru/index.php/inter/article/view/4346/4129> (дата обращения: 29.03.2019).

Таким образом, рассмотрев основные механизмы влияния первой и второй группы конкурентных полей на установки конкурентоориентированности и конкурентоспособности молодежи, складывающиеся во внутренних и внешних конкурентных полях третьей группы, сформулируем некоторые принципиальные выводы.

Каждый молодой человек в процессе своего движения по этапам социализации: старшекласники — студенты — работающая молодежь, не только находится во внутренних и внешних конкурентных полях каждого этапа, но и в критически важных для своей жизненной траектории переходах с одного этапа на другой сталкивается с ситуацией воздействия на себя пересечения, наложения различных конкурентных полей. Эту ситуацию можно охарактеризовать как конкурентное пространство фазовых переходов жизненной траектории старшекласников, студентов, работающей молодежи, в котором складываются противоречивые установки конкурентоориентированности различных групп молодежи:

1. Конкурентное поле соперничества традиционных (школы, сузусы, вузусы) и нетрадиционных (киноиндустрия, Интернет, социальные сети) институтов формирует противоречивую установку конкурентоориентированности старшекласников — на получение глубоких системных знаний, компетенций для будущей профессии и на популярность, успешность в социальных сетях с их последующей монетизацией.

2. Указанная двойственность актуализируется у двух групп абитуриентов. Первую группу составляют мотивированные высокоуровневые абитуриенты, способные и готовые ставить перед собой четкие профессиональные жизненные ориентиры, так как считают, что будущая трудовая социализация основана на профессиональной. Абитуриенты второй группы полагают, что будущая трудовая социализация базируется не на профессиональной специализации, а на общечеловеческой

потребности максимизации общей пользы от различных сфер жизни и потребления.

3. Двойственная установка абитуриентов устойчива и реализуется в вузах в виде двух основных ориентиров. Первый ориентир: стремление сформировать свои конкурентные преимущества на путях получения системных профессиональных знаний и овладения деловой системной компетенцией. Второй ориентир: вуз как площадка социализации, овладения компетенциями коммуникации с представителями различных социальных групп и методами квалифицированного пользователя современными информационными технологиями для обеспечения успешных (конкурентных) позиций в социальных сетях и коммуникационных пространствах, которые могут быть монетизированы.

4. У выпускников вузов актуализируется и у работающей молодежи реализуется следующая двойственная жизненная траектория. Первая группа, обладающая профессиональной и деловой компетенцией, реализует свою жизненную траекторию преимущественно как по линии трудовой профессиональной карьеры, так и по линии создания и развития собственного дела. Вторая группа, обладающая преимущественно компетенциями коммуникации с представителями различных социальных групп и методами квалифицированного пользователя современными информационными технологиями, осуществляет свою жизненную траекторию преимущественно по линии портфельной трудовой карьеры. Две указанные установки трудовых жизненных траекторий молодежи носят устойчивый характер благодаря двоякому спросу глобальных компаний, с одной стороны, на компетентных профессионалов, способных постоянно обновлять технологии и продукты в компаниях для глобальных рынков, с другой — на разборчивых, квалифицированных потребителей, склонных к постоянному обновлению, расширению своей потребительской корзины товаров и услуг.

В последнее время среди старшеклассников, студентов и работающей молодежи получает распространение стремление заняться предпринимательской деятельностью путем организации собственного дела. Причем указанная установка выступает не просто альтернативой ориентации на успешную профессиональную трудовую карьеру в качестве наемного работника. Проведенные нами теоретические и прикладные исследования условий, факторов, мотивов ориентации учащейся и работающей молодежи на предпринимательство и создание собственного дела позволили сформулировать главный вывод: предпринимательство и создание собственного дела является для молодежи одним из эффективных способов достижения личной конкурентоспособности в качестве основы долгосрочного успеха своей социализации во взрослой жизни.

### **§3. Предпринимательская деятельность как установка молодежи на достижение личной конкурентоспособности и социальной успешности**

В предыдущих параграфах настоящей главы, опираясь на концепцию социального пространства как ансамбля полей П. Бурдьё для анализа и оценки многоуровневой системы конкурентных отношений современного общества, нами разработано и применено понятие «конкурентное поле», содержащее устойчивый, воспроизводимый во времени и пространстве конкурентной среды алгоритм поведения акторов: «конкурентоориентированность — компетенции — конкурентные преимущества — конкурентоспособность» («4-К»). Для молодежи ориентация на предпринимательство и создание собственного дела — один из привлекательных путей освоения алгоритма «4-К», достижения конкурентоспособности и успешности в процессе начала взрослой трудовой жизни.

Именно эта ориентация проанализирована в проведенном нами прикладном исследовании.

Эмпирическую базу исследования составляют данные анкетирования 956 представителей работающей молодежи в городах Тюмень, Тобольск, Ишим и сельской местности Тюменской области<sup>148</sup> и результаты пяти фокус-групповых интервью, проведенных с действующими молодыми предпринимателями из числа студенческой и работающей молодежи. Ключевая исследовательская задача направлена на анализ условий и выявление факторов формирования ощущения конкурентоспособности, конкурентоориентированности и соответствующих компетенций у молодых работников, существенно влияющих на их выбор в пользу предпринимательской траектории и готовности создать собственное дело.

Рассмотрим основные результаты социологического исследования в логике подтверждения гипотез посредством анализа соответствующих ответов респондентов на вопросы анкеты и фокус-групповых интервью.

**Гипотеза 1.** Среди работающей молодежи, ощущающей себя конкурентоспособной, выше доля считающих себя способными оказывать влияние на свой жизненный путь и видеть причину происходящих событий в собственных действиях (внутренний локус контроля).

Высокий уровень влияния на ход своей жизни отметили 80% респондентов (от 7 до 10 баллов), средний уровень (5–6 баллов) — 13% и низкий уровень (от 1 до 4 баллов) — 7%. Ощущающие себя конкурентоспособными респонденты в 83% случаев обладают высоким уровнем влияния на ход собственной

---

<sup>148</sup> Опрос проведен по месту работы респондентов — в 20 организациях основных отраслей экономики. Типы выборки: квотная, районированная, гнездовая. Репрезентативность определялась по признакам: пол, возраст, форма собственности предприятия, организации, среднемесячная заработная плата. Для анализа полученных данных использовались статистические методы лицензионной версии программы IBM SPSS Statistics 23.

жизни, среди неконкурентоспособных — в 1,7 раза меньше (лишь 48%). Однако возникают два вопроса: 1. Почему работающая молодежь, ощущающая себя одновременно (по самооценке) неконкурентоспособной и оказывающей влияние на ход своей жизни, не становится фактически конкурентоспособной? 2. Почему внутренний локус контроля, выражающийся в рамках способности влиять на происходящие события, не трансформируется у неконкурентоспособной молодежи в конкурентоориентированность, запускающую последующие элементы алгоритма практического действия «4-К» («конкурентоориентированность — компетенции — конкурентные преимущества — конкурентоспособность»)?

Основываясь на результатах проведенного социологического исследования, ответим на поставленные вопросы следующим образом: у работающей молодежи существует двойственное отношение к конкуренции (*«...пробуждает в людях худшие качества»* и *«...полезна для побуждения к напряженной работе и развитию новых идей»*), которое фиксирует противоречивый характер воздействия социально-гуманитарного и экономико-технологического векторов на конкурентоориентированность молодежи в окружающих ее конкурентных полях. В то же время противоречие и даже конфликт указанных векторов в определенной степени блокирует у работающей молодежи превращение ощущения их способности влиять на ход своей жизни в конкурентоориентированность, готовность формировать и наращивать соответствующие компетенции для получения конкурентных преимуществ и обеспечения конкурентоспособности. Проведенный нами анализ ответов на вопросы анкеты работающей молодежи позволил выявить и некоторые условия позитивного разрешения противоречия двойственного отношения молодежи к конкуренции. При оценке методов достижения успеха 37,3% опрошенных согласны с суждением: «быть первым, лучшим несмотря ни на что, действовать без оглядки на других».

Однако 62,7% опрошенных молодых работников согласны с противоположным суждением: «победа возможна только в команде». Значительная часть респондентов — конкурентоспособные (56,0%) и неконкурентоспособные (59,1%) — отдают предпочтение командным действиям для успеха и достижения победы. Это соответствует таким глубинным характеристикам российской трудовой и деловой культуры, как коллективизм, взаимопонимание и взаимоподдержка в общем деле<sup>149</sup>. Следовательно, возможности командной работы, осуществления общего дела, достижения успеха не любой ценой составляют условия формирования позитивных социокультурных установок работающей молодежи, позволяющих разрешить двойственное отношение к конкуренции и трансформировать ее способность влиять на ход своей жизни в приемлемый алгоритм «4-К».

Рассмотрим, что является у работающей молодежи (ощущающей себя способной влиять на ход своей жизни) основанием позитивного решения ее противоречивого отношения к конкуренции.

**Гипотеза 2.** Молодежь, считающая себя способной оказывать влияние на ход своей жизни, опирается на собственный образовательный, инновационный потенциал в качестве ключевого конкурентного преимущества по мере овладения деловой системной компетенцией.

Существенная характеристика современной экономики — это быстрое устаревание, вытеснение и замена традиционных профессий новыми видами трудовой деятельности

---

<sup>149</sup> Шкаратан О. И., Карачаровский В. В. Русская трудовая и управленческая культура: опыт исследования в контексте перспектив экономического развития // Мир России: социология, этнология. 2002. Т. 11, № 1. С. 3–56; Карачаровский В. В., Шкаратан О. И., Ястребов Г. А. Культура и модернизация в зеркале взаимодействия российских и иностранных профессионалов в мультинациональных трудовых коллективах в России // Социологические исследования. 2014. № 8. С. 67–77.

и их комбинациями, в связи с чем трудовая деятельность значительной части молодежи на рабочих местах частично или совершенно не соответствует специальности/профилю, полученным в средних профессиональных и высших образовательных учреждениях. По результатам проведенного нами опроса, подавляющая часть работающей молодежи: 57% из числа респондентов, считающих себя конкурентоспособными, и 78% из числа тех, кто считает себя неконкурентоспособными, заняты на рабочих местах частично и совершенно не соответствуют специальности/профилю, полученным в средних профессиональных и высших образовательных учреждениях. В значительной степени это объясняет то, что 78% опрошенных, ощущающих себя неконкурентоспособными, в профессиональных учебных заведениях учились на «хорошо». Молодые люди испытывают острый дефицит в знаниях, навыках и компетенциях, необходимых для успешной адаптации к постоянным изменениям в содержании, структуре видов деятельности и профессий; выстраиванию успешных профессиональных стратегий и жизненных траекторий в конкурентных полях взрослой трудовой жизни. Итогом является ощущение неконкурентоспособности у значительной части молодых работников, учившихся на «хорошо».

Однако указанное ощущение молодежи можно объяснить и существующим дисбалансом в структуре учебных и образовательных программ учреждений и организаций среднего и высшего образования. Преобладает стремление к обеспечению высокопрофессиональной подготовки студентов, в тени остаются процессы формирования знаний, умений, навыков и компетенций, необходимых для успешной адаптации к постоянным изменениям в содержании и структуре видов деятельности; преобразованию прежних и появлению новых профессиональных направлений; выстраиванию выпускниками успешных профессиональных и жизненных траекторий в конкурентных полях взрослой трудовой жизни. Процесс



образования должен быть нацелен на формирование не только глубоких профессиональных знаний, соответствующих умений и навыков их применения, но и **деловой системной компетенции и ее составляющих** (рассмотрены нами в предыдущем параграфе настоящей главы). Ключевое значение деловой системной компетенции заключается в том, что она формирует и развивает способности предпринимательского видения и действия, позволяющие координировать, согласовывать другие компетенции, формировать целостную систему деловой компетенции и применять ее в качестве средства планирования и организации своих осмысленных практических действий на будущее. В нашем опросе респонденты с высшим образованием чаще планируют свою жизнь на 2–3 года (37%), а работающая молодежь со средним общим — в основном не далее года (38%). Конкурентоспособные респонденты чаще строят планы на среднесрочную (2–3 года) и долгосрочную перспективу (5 лет и более) — 66%, а неконкурентоспособные — лишь в 22% случаев.

Владение деловой системной компетенцией и навыками ее практического применения трансформирует накапливаемый образовательный, инновационный потенциал и опыт в долгосрочное конкурентное преимущество, позволяющее молодежи осмысленно, уверенно планировать и организовывать успешное осуществление своей жизненной траектории как по линии трудовой профессиональной карьеры в бизнес-структурах, научно-исследовательских организациях, органах государственной и муниципальной власти, так и по линии создания и развития собственного дела в условиях постоянных изменений и необходимости адаптации к вызовам будущего в настоящем.

**Гипотеза 3.** В среде неконкурентоспособных молодых работников, желающих создать свое дело, преобладают мотивы **вынужденного** предпринимательства. В то же время конкурентоспособные молодые работники, желающие создать соб-

ственное дело, руководствуются главным образом мотивами **добровольного** предпринимательства.

Конкурентоспособная молодежь, работающая по найму, находится в ситуации выбора: продолжить трудовую карьеру в качестве наемного работника либо отдать предпочтение предпринимательской траектории своей жизни путем организации собственного дела. В этом контексте «добровольные» предприниматели ориентированы на формирование конкурентных преимуществ более *высокого* порядка в качестве средства успешной реализации предпринимательской идеи и обеспечивающих долгосрочную конкурентоспособность создаваемых и развиваемых бизнесов на инновационной основе. В то время как «вынужденные» предприниматели ориентированы прежде всего на формирование конкурентных преимуществ *низкого* порядка, обеспечивающих единственную возможность получения дохода в рамках простого *выживания* создаваемого бизнеса. Как правило, основой добровольного предпринимательства является высокий образовательный (инновационный) потенциал и ярко выраженная установка на целенаправленное, регулярное теоретико-практическое самообразование, развитие предпринимательского видения и действия. Важным инструментом социализации предпринимателя становится бизнес-образование<sup>150</sup>.

Для вынужденного предпринимательства характерен образовательный потенциал невысокого (*имитационного*) уровня и превалирование внешних факторов (обеспечение желаемого уровня жизни для себя и ближайшего окружения, решение жилищных проблем и пр.), что делает собственный бизнес единственным приемлемым источником дохода для себя и своей семьи.

---

<sup>150</sup> Баразгова Е. С., Жеребцова Т. А. Бизнес-образование в России: этапы развития // Вестник Томского государственного университета. Серия: Философия. Социология. Политология. 2001. № 1. С. 140–151.

**Вынужденный** предприниматель выбирает между низкооплачиваемой работой по найму с ощущением возможной потери рабочего места и собственным бизнесом, обеспечивающим самозанятость и самовывживание. **Добровольный** предприниматель выбирает между высокопрофессиональной карьерой наемного работника и предпринимательской траекторией, нацеленной на практическую реализацию своего предпринимательского видения в успешных бизнесах и других жизненных проектах.

Респондентами проведенного анкетного опроса стала молодежь, работающая по найму, поэтому для них ориентация на предпринимательство и готовность создать собственное дело означает намерение сделать выбор между работой по найму на основе имеющегося и обновляемого профессионального потенциала или ведением собственного бизнеса на основе своего предпринимательского видения и действия. В ближайшей перспективе планируют создать собственное дело 62% респондентов (в том числе у 17% — «очень сильное намерение»). Отмечается, что чем выше уровень образования и доход респондента, тем выше его предпринимательская активность.

Среди конкурентоспособных респондентов желание создать собственный бизнес достигает 65% («намерение есть и сильное» и «намерение присутствует»), а у неконкурентоспособных — лишь 36%. Молодежь, ориентированная на конкуренцию, знает о высокой степени риска предпринимательской деятельности и не боится его, будучи уверенной в собственных силах, стремится реализовать свой творческий потенциал.

**Гипотеза 4.** Высокий уровень инновационного характера трудовой деятельности молодых работников в большей степени формирует у них ориентацию на создание собственного дела, нежели на пребывание в статусе наемного работника.

Большинство конкурентоспособных респондентов трудятся в организациях, в которых их трудовая деятельность не связана с инновациями (45%) либо связана время от времени (36%).

Среди постоянно занятых инновационной деятельностью две трети опрошенных намерены создать собственное дело (66%), что включает не только ощущающих себя конкурентоспособными (54%), но и неконкурентоспособных респондентов (12%). У молодых работников, лишь «время от времени» занятых инновационной деятельностью, — 66% намерены создать свое дело (среди конкурентоспособных — 55%, из неконкурентоспособных — 11%).

Таким образом, подавляющая часть респондентов, связанных на своем основном месте работы с инновационной деятельностью «постоянно» и «время от времени», намерены отдать предпочтение добровольной предпринимательской активности, ориентированной на создание собственного дела.

Поскольку создание собственного дела выступает одним из эффективных способов достижения личной конкурентоспособности и социальной успешности во взрослой жизни не только для работающей молодежи, то формирование и проведение фокус-группы из представителей студенческой и работающей молодежи для выявления, уточнения и конкретизации условий, факторов, мотивов готовности создания и ведения собственного дела стало логичным продолжением проведенного нами прикладного исследования.

Были организованы два типа фокус-групп: студенты вузов и молодежь, имеющая собственное дело и ведущая предпринимательскую деятельность. В процессе подготовки фокус-групповых интервью мы ориентировались на гипотезы анкетного опроса и добавили пятую гипотезу.

**Гипотеза 5.** Среди различных типов жизненных траекторий предпринимательской деятельности у молодежи преобладают две: 1) работа по найму по полученной профессии в вузе, а затем открытие собственного дела с учетом профессионального и жизненного опыта (индивидуально, совместно с партнерами); 2) движение по траектории портфельной трудовой карьеры, переходящей в портфельную предпринимательскую

карьеру: после окончания вуза одновременно иметь несколько работ, не связанных с полученной профессией (где нравится и нескучно), и периодически менять в своем пакете занятия, профессии, место работы, а впоследствии на основе полученного разнообразного опыта сформировать и вести постоянно обновляемый пакет собственных бизнесов (заниматься тем, что нравится и нескучно).

В рамках исследования «ориентаций учащейся и работающей молодежи на предпринимательство и создание собственного дела» проведена серия из пяти фокус-групповых интервью со студентами вузов и молодыми предпринимателями. Проведенные фокус-групповые интервью были дифференцированы по следующим признакам. Во-первых, принадлежность к образовательному процессу (обучающиеся в настоящее время студенты и закончившие обучение молодые предприниматели). Во-вторых, наличие сформированных ориентаций и установок на предпринимательскую деятельность (случайные группы студенческой молодежи и отобранные студенты и молодые предприниматели, обладающие ориентациями на реализацию предпринимательской деятельности).

Обозначим логику анализа данных, полученных с применением качественного метода исследования. Нами были определены гипотезы, которым мы старались найти подтверждение или опровергнуть их в ходе рассмотрения результатов анкетного опроса респондентов. Поэтому в начале описания результатов фокус-групповых интервью сосредоточимся на сформулированных предположениях, связанных с предпринимательскими ориентациями молодежи. После этого обратим внимание на иные аспекты, затронутые в ходе проведения бесед с представителями студенческой молодежи и молодыми предпринимателями.

Анализируя взаимосвязь между возможностью влиять на свою жизнь и ощущением собственной конкурентоспособности, рассмотрим ответы молодежи с наличием ориентаций и

установок на предпринимательскую деятельность (отобранные группы студентов и молодых предпринимателей) и не обладающей такими качествами (рандомизированные группы студентов). В ходе проведения фокус-групповых интервью была отмечена разница не только в готовности что-то изменить в своей жизни, но и в желаемом характере изменений. В частности, в группе студентов, обладающих ориентациями на предпринимательскую деятельность, респонденты в большинстве случаев акцентировали свое внимание на таких качествах, как способность «правильно ставить приоритеты», «правильно составлять свой график жизни». Желание приобрести указанные навыки у данной группы молодежи, на наш взгляд, вызвано вполне объективной причиной. Они сталкиваются с задачей совмещения учебного процесса и открытия (или реализации) собственного дела, что также требует умения рационально использовать свое время и владеть навыками организации и ведения предпринимательской деятельности.

Среди случайных групп студентов не представляется возможным выделить наиболее яркие типы потребностей, связанных с изменением их жизни. В большинстве случаев участники этих групп акцентировали свое внимание на ориентации к завершению обучения в вузе, в котором они обучаются в настоящий момент. Некоторые из представителей студенческой молодежи в открытую заявляли о том, что им хотелось бы «бросить вуз». От реализации подобного желания их останавливает два типа причин: объективные — зависимость от родителей как реальных заказчиков образовательных услуг для своих детей («они оплачивают мое обучение»); субъективные — понимание ценности образовательного процесса, позитивно влияющего на формирование личности («Институт все равно закладывает определенные нормы человеку. С помощью этих норм и знаний мы можем придумывать какие-то действия»).

Перейдем к анализу ответов группы молодых предпринимателей, принимая во внимание гипотезу о том, что предста-

вители молодежи, обладающие уверенностью в способности влиять на ход своей жизни, опираются на свой образовательный и инновационный потенциалы как на особое конкурентное преимущество. Для оценки данной гипотезы рассмотрим пути становления нового предпринимателя, в особенности того, что он использовал в качестве основного фактора, определяющего его мотивацию к началу предпринимательской деятельности. Отмечено, что большинство участников фокус-группы с практикующими молодыми предпринимателями стали таковыми вынужденно. Респонденты отмечали: *«Я вынужденный предприниматель»*, *«Я долгое время работал по найму»*, *«Работал в разных сферах и разных местах»*, *«Шел куда брали»* и т. д.

Важным представляется выявленный факт использования своего образовательного потенциала молодыми людьми при осознании необходимости создания собственного дела. Участники фокус-группы предпринимателей сделали акцент на то, что накопленные знания в определенной сфере за период работы послужили как преимуществом, так и фактором для начала предпринимательской деятельности: *«...в определенный момент я просто осознал то, что я накопил такое количество знаний и опыта в этой сфере, что я понимаю то, что я могу делать все то же самое, работая на себя и получая при этом в разы больше»*. Помимо этого, они также обращали внимание на инновационный тип мышления, присущий предпринимателю: *«Для меня предприниматель — это первооткрыватель, творец»*, *«Все мои цели и задачи направлены на то, чтоб внести в мир что-то свое, что-то новое»*, *«...характер не сдаваться, цели и нужда, которая подтолкнула к тому, что ты должен зарабатывать, и права на ошибку у тебя нет»*. Исходя из этих ответов, явно прослеживается противоречие между вынужденным и добровольным предпринимательством, их конечной эффективностью, социальными последствиями.

Предполагаем, что инновационный потенциал можно отнести к субъективному (врожденному, зависящему от индиви-

дуальной предрасположенности) типу факторов, определяющих ориентации и установки молодежи на приобретение навыков предпринимательской деятельности, а образовательный потенциал — к объективному (приобретенному в ходе обучения в вузе или работы по найму). Отсюда становится вполне логичным вопрос, связанный с реальными возможностями линейного развития ориентаций на предпринимательство среди молодежи, в том числе в образовательном процессе.

Именно добровольный тип предпринимательства, основанный в первую очередь на врожденной потребности индивида к самостоятельному делу (открытию собственного бизнеса), является ключевым фактором самореализации личности подобным путем, диктующим необходимость овладения предпринимательскими и деловыми компетенциями. Об этом достаточно ярко свидетельствуют ответы участников фокус-группы студентов, состоящих в организации «Опора России», с наличием ориентаций на создание собственного дела. Молодые люди напрямую говорили о том, что они пришли сами в эту организацию, так как всю жизнь чувствовали внутреннее желание к развитию, поиску себя: «...просто с 11 класса я двигаюсь по всем университетским движениям», «...мне захотелось развиваться, и я пошел». В лучшем случае высшее образовательное учреждение послужило для них «коммуникативной площадкой», им «...были интересны люди, которые окружали». Фиксация подобных ответов в данной группе вполне объяснима, поскольку в ней была представлена учащаяся молодежь, но уже пробующая свои силы в создании собственного дела. Таким образом, в настоящий момент они еще не столкнулись с реальной проблемой выбора своей основной деятельности, поэтому специфика внутренних интенций подтолкнула их к включению в специализированные сообщества предпринимателей.

Более того, приход этой группы студентов в «Опору России» можно объяснить и более глубокими причинами. Во-первых,



в вузах студенты получают профессиональные знания, но не получают знания, навыки, компетенции в области предпринимательства и практического ведения дела. Во-вторых, «Опора России» является для студентов приемлемой образовательной и коммуникативной площадкой для практического овладения составляющими деловой системной компетенции. В-третьих, площадка «Опоры России» — незаменимое место коммуникации взаимопомощи, взаимоподдержки, обмена бизнес-идеями для всех, кто хочет стать предпринимателем, и для действующих предпринимателей. Это подтверждают ответы фокус-группы действующих молодых предпринимателей о роли Тюменского отделения «Опоры России» в их предпринимательской деятельности.

Екатерина: «...В “Опоре” я пять лет... здесь мне повезло с людьми, и знания, которые я приобрела... для меня “Опора России” — это все».

Сергей: «...я с 2013 года в “Опоре”... смотришь на практики ребят, смотришь их мышление, их позицию... некоторые свои взгляды пересматриваешь... меняешь свои подходы, у кого-то инструменты берешь и т. д. Сегодня мой бизнес и “Опора” — это одно и то же».

Егор: «...среда создает человека, поэтому в какой ты среде, та среда тебя и настраивает и какие-то ориентиры дает. Деньги — я считаю, что это последнее, что нужно для того, чтобы заняться бизнесом».

Максим: «...Коммуникация между нами призывает нас к действию».

Сергей: «Извини, перебыю, это просто некий спортивный интерес, про что говорит Егор. ...Например, я зарабатываю 1000 рублей. Сидит рядом коллега — он зарабатывает 10 000 рублей. Я прихожу домой и думаю, что он такого делает? Я тоже хочу 10 000 зарабатывать. И вот думаешь уже, какие проекты сделать. Смотришь друг на друга и каждый хочет гордиться своим делом. Зарабатывать. Хвастаться своим проектом».

Максим: «...Если кто-то из команды обращается за поддержкой, мы всегда ресурсами, знаниями, подходами и знакомствами помогаем. Мы не закрываемся, не конкурируем. Мы помогаем».

Один из ключевых вопросов, обсуждаемых в ходе фокус-групповых интервью с учащейся молодежью, затрагивал их отношение к так называемой «портфельной» трудовой карьере. Согласно нашим результатам, не было зафиксировано особой разницы в оценке этого явления среди случайных групп студентов и тех, кто имеет сформированные ориентации на предпринимательство. В большинстве случаев респонденты отнеслись к подобному профессиональному пути достаточно положительно. Разница заключается лишь в том, что среди обычных студентов основная причина, по которой они бы сменили свою сферу деятельности, заключается в уменьшении уровня симпатии к тому, чем они занимаются: «Если бы мне понравилась моя работа, я бы ее сменила». Среди студентов, имеющих желание к созданию собственного дела, чаще всего озвучивалась такая идея — предприниматель всегда ищет что-то новое, именно поэтому он должен менять направления своей деятельности: *«Я положительно отношусь, потому что большинство предпринимателей, за которыми я слежу и чьи примеры видел, в основном так и делают — они ищут себя, и это нормально», «Предприниматель — это кто? Это человек, который разносторонне развит и стремится практически реализовать свои идеи».*

В этой связи прослеживается явное противоречие между необходимостью у предпринимателя контролировать процесс, его подчиненных («нужно смотреть и понимать, что они делают») и достаточным уровнем компетенций, которые нужно сформировать за короткий срок в той сфере, где он реализуется, при условии, что направления деятельности будут меняться с достаточной регулярностью. Думается, что подобное противоречие в ответах студентов, желающих открыть собственное

дело, обусловлено их недостаточной включенностью в реальные бизнес-процессы, вследствие чего проявляются малая ценность профессиональных и острый недостаток деловых, предпринимательских компетенций, а также адекватность оценки реальных сроков их формирования.

В ходе проведения интервью ставилась задача выявления уровня осведомленности условиями, способствующими развитию собственного дела, в рамках города и региона. Отметим вполне логичную закономерность, что в группах студентов, желающих открыть свое дело, информационная осведомленность о программах поддержки выше, чем среди случайных студентов. Однако зафиксирована проблема доверия к разного рода государственным программам поддержки. В группе случайных студентов отмечали, что *«...у меня такое субъективное ощущение, что это сложно получить»*. Предполагаем, что ответы подобного типа основаны на недостаточной осведомленности данных представителей молодежи о том, на каких условиях, как и кем реализуются такие программы: *«Может быть стоит побольше изучить эту сферу. Я просто слышал об этом, это всегда на слуху, но никогда не доходило до того, чтобы разобраться в этом»*. Аналогичную проблему отмечали и в группе учащейся молодежи, желающей создать собственное дело: *«...инвестиционный фонд, который у нас есть, это все здорово. Но это не рекламируется, не рассказывается»*.

Анализируя локальную и региональную систему поддержки предпринимательства, достаточно интересными представляются ответы участников фокус-группы молодых предпринимателей. Отмечается противоречивая тенденция в ответах респондентов: с одной стороны, они считают, что система поддержки предпринимательства в регионе функционирует на высоком уровне (*«Я считаю, что мы живем в “шоколадном” регионе, у нас очень много благ», «Поддержка работает очень хорошо, для простых людей есть разные*

*гранты, есть также и для предпринимателей конкурсы» ), с другой стороны, некоторые участники вовсе не пользовались государственной поддержкой и не собираются ею пользоваться в дальнейшем ( «Я не использовала и не использую поддержку до настоящего времени. Потому что мое есть мое, и я не считаю нужным перед кем-то отчитываться» ) либо пытались пройти конкурсные отборы, однако у них это не получилось по определенным причинам ( «Мне сказали, что то, чем я занимаюсь, это ненадежно», «...условия, которые я должен был выполнить для начинающего предпринимателя, это сложно» ).*

На наш взгляд, подобное противоречие в ответах участников группы связано в первую очередь с различиями в направлениях их предпринимательской деятельности. Молодые люди, реализующие проекты социальной направленности, достаточно часто прибегают к государственной поддержке, и все возможные ее формы известны большому количеству людей, в особенности тем, кто причастен к бизнес-сообществу. В то же время совершенно по-другому обстоит ситуация с поддержкой предпринимательских проектов коммерческой направленности. Вполне естественно, что в данном случае применяются жесткие правила входа в систему поддержки начинающих предпринимателей.

Некоторые участники фокус-групп также рассказывали о том, чего им не хватает в локальной и региональной поддержке предпринимательских проектов. В группе студентов, имеющих ориентации на создание собственного дела, выделена потребность в информационном консалтинге со стороны государства для предпринимателей: *«Пожалуй, поддержка от государства должна заключаться не только в деньгах, в финансовом плане, а все-таки в юридических консультациях»*. Отметим и то, что все группы учащейся молодежи достаточно позитивно восприняли идею разработки специализированных проектно-ориентированных курсов (элективного типа)

в системе высшего образования, направленных на формирование осведомленности студентов о процедурах и практиках создания собственного дела.

Проведенное нами исследование было сконцентрировано на выявлении условий, факторов и мотивов ориентации молодежи на предпринимательство и создание собственного дела с позиции оценки ею своей конкурентоспособности. Представим основные результаты нашего исследования посредством анализа соответствующих ответов респондентов на вопросы анкеты и фокус-групповых интервью в логике подтверждения сформулированных гипотез.

Все пять гипотез в целом получили свое подтверждение. Кроме того, по каждой гипотезе получены весьма важные уточнения и выводы.

**По первой гипотезе:** среди молодых работников, ощущающих себя конкурентоспособными, находятся не просто те, кто считает себя способными влиять на ход своей жизни, но и те, кто полагает возможным позитивно и конструктивно разрешить противоречие между социально-гуманитарной (ценностной: «пробуждение в людях худших качеств») и экономико-технологической (прагматической: «полезна для побуждения к напряженной работе и развитию новых идей») составляющими восприятия конкуренции и тем самым трансформировать абстрактную способность влиять на ход своей жизни в приемлемые для себя алгоритмы «4-К» в конкретных социально-экономических и социокультурных пространствах (полях) реализации выбранных жизненных траекторий.

**По второй гипотезе:** непрерывное целенаправленное и регулярное самообразование, включающее в себя овладение деловой системной компетенцией, в процессе движения по определенной трудовой (жизненной) траектории трансформирует имеющийся образовательный, инновационный потенциал в ключевое конкурентное преимущество, обеспечивающее

конкурентоспособность — реальную способность успешного влияния на ход своей жизни.

**По третьей гипотезе:** для работающей по найму молодежи ориентация на предпринимательство и готовность создать собственное дело означает намерение сделать выбор между работой по найму на основе имеющегося и обновляемого профессионального потенциала или ведением собственного бизнеса на основе своей предпринимательской активности. Причем **вынужденный предприниматель** выбирает между низкооплачиваемой работой по найму с ощущением возможной потери своего рабочего места и собственным бизнесом, обеспечивающим самозанятость и самовывживание, а **добровольный предприниматель** — между высокопрофессиональной карьерой наемного работника и траекторией предпринимательства, нацеленного на практическую реализацию своего предпринимательского видения в успешных бизнесах и других жизненных проектах. Неконкурентоспособные молодые работники, желающие создать свое дело, в качестве преобладающего мотива называют факторы выживания (*неудовлетворительные жилищные условия, низкая зарплата, наличие семьи и многодетность*) и включают себя в группу **вынужденных предпринимателей**. Конкурентоспособные респонденты, желающие создать собственное дело, в качестве мотива указывают на реализацию своего потенциала и получение свободы действий, они выделяются такими параметрами, как *уровень образования, владение английским языком, отличные и хорошие оценки, самообразование, занятие профессиональной деятельностью с использованием информационных технологий, высокий уровень компьютерной грамотности*, и, следовательно, относятся к группе **добровольных предпринимателей**.

**По четвертой гипотезе:** подавляющая часть респондентов, связанных на своем основном месте работы с инновационной деятельностью «постоянно» и «время от времени», намерены

отдать предпочтение добровольной предпринимательской активности, ориентированной на создание собственного дела. Это может свидетельствовать о расхождении взглядов у молодых работников и работодателей на содержание и будущее инновационной деятельности.

**По пятой гипотезе:** среди всех фокус-групп в большинстве случаев респонденты отнеслись к «портфельной» трудовой карьере как особому профессиональному и предпринимательскому пути достаточно положительно. Разница заключается лишь в том, что среди обычных студентов основная причина, по которой они бы сменили свою сферу деятельности, заключается в уменьшении уровня симпатии к тому, чем они занимаются: *«Если бы мне разонравилась моя работа, я бы ее сменила»*. Студенты, ориентированные на предпринимательство, и молодые предприниматели отмечают, что смена направления деятельности — это поиск нового, новаторство, которые лежат в основе предпринимательства: *«Предприниматель — это кто? Это человек, который разносторонне развит»*.

Таким образом, изложенные нами в настоящем параграфе результаты проведенных теоретических и прикладных исследований позволяют сформулировать следующие выводы.

Абстрактные представления работающей молодежи о своей конкурентоспособности и способности влиять на ход своей жизни трансформируются в устойчивую конкурентоориентированность по мере овладения ею системной деловой компетенцией, которая, в свою очередь, превращает имеющийся образовательный и инновационный потенциал в конкурентное преимущество, составляющее прочную основу выбора молодых работников в пользу предпринимательской траектории и готовности создать собственное дело.

Специализированные сообщества предпринимателей (такие как «Опора России») являются для студентов, по сути, единственной образовательной и коммуникативной площадкой практического овладения составляющими деловой

системной компетенции, а для всех, кто хочет стать предпринимателем, и для действующих предпринимателей — незаменимым местом коммуникации, взаимопомощи, взаимоподдержки, обмена бизнес-идеями.

Весьма актуальной практической и организационной задачей для образовательных учреждений может стать разработка и организация пакета проектно-ориентированных курсов по овладению студентами и работающей молодежью деловой системной компетенцией, обеспечивающей необходимую основу успешного осуществления ими своей жизненной траектории как по линии трудовой профессиональной карьеры в бизнес-структурах, научно-исследовательских организациях, органах государственной и муниципальной власти, так и по линии создания и развития собственного дела.

#### **§4. Конкурентное поле сферы высшего образования и его влияние на жизненные траектории различных групп молодежи**

Сфера высшего образования играет ключевую посредническую роль в системе конкурентных полей современного общества, как по вертикали — между конкурентными полями первой и третьей группы, так и по горизонтали — между конкурентными полями сферы среднего общего, профессионального образования и конкурентными полями работодателей. Рассмотрим указанную позицию сферы высшего образования более подробно.

Характер взаимодействия конкурентных полей первой группы прежде всего существенным образом влияет на ориентацию и характеристики конкурентного поля сферы высшего образования. Поскольку в современном обществе взаимодействие конкурентных полей выступает по преимуществу как противоборство, то его варианты существенным образом влияют на конфигурацию и ориентиры развития конкурентного поля сферы высшего образования.



Исход противоборства двух конкурентных полей первой группы современного общества сводится к двум основным вариантам.

**Первый вариант:** конкурентное поле локусов вкладывается (включается) в конкурентные глобальные секторальные (отраслевые) рыночно ориентированные поля бизнеса ТНК и трансформируется в конкурентное поле мест, наиболее привлекательных для деятельности ТНК.

**Второй вариант:** секторальные рыночно ориентированные поля бизнеса ТНК вкладываются (включаются) в конкурентные поля локусов, представленных социальными общностями людей, занимающими определенное географическое пространство. Эти общности стремятся воспроизвести и развить в историческом времени свою социально-культурную идентичность, свой культурно-исторический код путем формирования и развития социокультурного, социально-экономического, инфраструктурного и технологического наполнения своего пространства. При этом сами секторальные рыночно ориентированные поля бизнеса ТНК трансформируются в конкурентное поле наиболее технологически и экономически эффективных решений для проектов локусов, существующих и эволюционирующих в большом историческом времени.

Тот или иной вариант исхода противоборства конкурентных полей определяет установки, приоритеты и параметры конкурентных полей как самого высшего образования, так и сферы среднего общего и профессионального образования.

Первый вариант формирует конкурентное поле рынка высшего образования с соответствующей рыночно ориентированной типологией вузов как сферы образовательных услуг. Это конкурентное поле ориентирует высшее образование, во-первых, на формирование в массовом масштабе квалифицированных потребителей, нацеленных на расширение, обновление набора своих потребностей и стремящихся осваивать

все более доходные профессии, во-вторых, на выявление и пестование талантов, компетентных инноваторов, способных постоянно обновлять организационные и производственные технологии и продукты по запросу привередливых работодателей. В соответствии с такими стратегическими установками высшего образования получают распространение два основных метода обучения: дистанционное, массовидное с формированием узких компетенций и ярко выраженных потребительских установок и «человеческое», элитарное образование.

Второй вариант формирует конкурентное поле вузов, встроенное в конкурентные поля локусов, реализующих проекты в большом историческом времени (социокультурная идентичность в прошлом, настоящем, будущем). В этом случае высшее образование, воспроизводя следующее поколение людей, во-первых, включает его в реализацию проектов локусов в большом историческом времени, во-вторых, само оно обладает полнотой, то есть содержит в себе составляющие воспитания и обучения. Причем обучение (приобретение учащимися знаний, квалификаций, компетенций, развитие креативности) вложено в воспитание (восприятие и освоение учащимися социокультурных ценностей, установок, мировоззрения, стилей жизни). При таком варианте высшее образование воспроизводит следующее поколение людей с необходимыми знаниями, квалификациями, компетенциями на основе трансляции из прошлого через настоящее в будущее социокультурной идентичности, культурно-исторического кода данной общности людей.

Формирование, функционирование, противоборство рыночно ориентированных полей бизнеса и конкурентных полей локусов, их воздействие на конкурентные поля сферы высшего образования, особенно рассмотренные нами варианты исходов соперничества между различными конкурентными полями, не возникают (не случаются) стихийно (под действием «невидимой руки рынка»), но в определяющей

степени являются результатом реализации проектных консолидированных решений наднациональных, национальных и региональных элит.

В последние 40 лет в развитии общества на глобальном и национальном уровнях возрастает роль и значение проектного подхода в качестве системного способа воздействия на формирование приемлемого образа будущего путем организации социальных пространств, полей взаимодействия, соревнования различных субъектов. Указанное проектирование имеет две отличительные особенности: 1) оно организует социальные пространства взаимодействий субъектов и их практик, нацеленных на формирование и утверждение будущего запроецированного образа социума; 2) соревновательный (конкурсный, конкурентный) способ организации и продвижения проекта на всех этапах запускает конкурентные поля по отбору и закреплению лучших практик формирования будущего социума с помощью различных рейтингов.

Глобальное секторальное рыночно ориентированное конкурентное поле бизнеса ТНК организуется и оценивается с помощью индексов транснационализации и интернационализации в ежегодно публикуемых ЮНКТАД отчетах о движении прямых инвестиций между странами и регионами мира<sup>151</sup>.

Конкурентные поля мест (муниципальных образований, регионов, стран), локусов взаимодействия власти, бизнеса, науки, образования представляют собой весьма сложные структуры, которые в большинстве случаев не имеют законченных стандартов организации и рейтинговых общепринятых конструкций. Например, наиболее известные, распространенные и практически используемые в различных странах глобальные

---

<sup>151</sup> The world's top 100 non-financial MNEs, ranked by foreign assets, 2016 [Electronic resource]. URL: [https://unctad.org/Sections/dite\\_dir/.../WIR17\\_tab24.xlsx](https://unctad.org/Sections/dite_dir/.../WIR17_tab24.xlsx) (accessed: 29.03.2019); The top 100 non-financial MNEs from developing and transition economies, ranked by foreign assets, 2015 [Electronic resource]. URL: [https://unctad.org/Sections/dite\\_dir/.../WIR17\\_tab25.xls](https://unctad.org/Sections/dite_dir/.../WIR17_tab25.xls) (accessed: 29.03.2019).

рейтинги: Рейтинг глобальной конкурентоспособности стран Всемирного экономического форума<sup>152</sup>, Рейтинг регулирующих воздействий институтов власти на условия ведения бизнеса<sup>153</sup>, Глобальный мониторинг предпринимательства<sup>154</sup>, Глобальное исследование предпринимательского духа студентов<sup>155</sup>. Таким образом, на глобальном уровне, во-первых, широко применяются рейтинги, организующие и поддерживающие как секторальные рыночно ориентированные конкурентные поля бизнеса ТНК, так и конкурентные поля локусов, во-вторых, рейтинги первого вида более разработаны и шире применяются на практике в различных странах.

Если мы обратимся к глобальным рейтингам университетов, то обнаружим прямое и преобладающее влияние на формирование конкурентного поля высшей школы секторальных рыночно ориентированных конкурентных полей бизнеса ТНК.

Это влияние выражается в том, что основные глобальные рейтинги университетов: QS World University Ranking<sup>156</sup> и The World University Rankings<sup>157</sup> оценивают конкурентные

---

<sup>152</sup> The Global Competitiveness Report 2017–2018 [Electronic resource]. URL: <http://www3.weforum.org/.../GCR2017-2018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2017/2018> (accessed: 29.03.2019).

<sup>153</sup> Doing Business Comparing Business Regulation for Domestic Firms in 190 Economies 2018 [Electronic resource]. URL: <http://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/media/.../DB2018-Full-Report.pdf> (accessed: 29.03.2019).

<sup>154</sup> Global Entrepreneurship Monitor, GEM 2018/2019 [Electronic resource]. URL: <http://gem-2018-2019-global-report-080319-1552040234.pdf> (accessed: 29.03.2019).

<sup>155</sup> GUESSSS 2016 [Electronic resource]. URL: [http://www.guesssurvey.org/resources/PDF\\_InterReports/GUESSSS\\_2016\\_INT\\_Report\\_final5.pdf](http://www.guesssurvey.org/resources/PDF_InterReports/GUESSSS_2016_INT_Report_final5.pdf) (accessed: 29.03.2019).

<sup>156</sup> QS World University Ranking [Electronic resource]. URL: <https://www.topuniversities.com/qs-world-university-rankings> (accessed: 29.03.2019).

<sup>157</sup> The World University Rankings [Electronic resource]. URL: <https://www.timeshighereducation.com/world-university-rankings> (accessed: 29.03.2019).

позиции вузов различных стран в качестве поставщиков на мировой рынок не столько образовательных, сколько научно-исследовательских услуг. Например, в QS World University Ranking «...60% рейтинговой оценки складывается из глубины и оригинальности проводимых коллективами вузов научных исследований и оперативной публикации их результатов в изданиях с широкой читательской аудиторией»<sup>158</sup>. А в The World University Rankings обучение (Teaching), исследования (Research), цитируемость (Citations) в «...сумме составляют 67% от интегральной рейтинговой оценки. Из этих трех показателей самый большой удельный вес (32,5%) приходится на цитируемость научных публикаций»<sup>159</sup>.

В мае 2013 года в соответствии с положениями указа Президента Российской Федерации № 599 «О мерах по реализации государственной политики в области образования и науки» в России началась реализация **Проекта 5-100**, рассчитанного на 7 лет. Главная цель проекта: повышение конкурентоспособности ведущих российских университетов среди основных мировых научно-образовательных центров, наращивание научно-исследовательского потенциала вузов, укрепление их конкурентных позиций на глобальном рынке образовательных услуг. Ожидаемые результаты Проекта к 2020 году: вхождение не менее пяти российских университетов в сотню глобальных образовательных рейтингов (QS World University Ranking и The World University Rankings); не менее 15% иностранных студентов от общего числа обучающихся в каждом вузе; не менее 10% иностранных специалистов от общего научно-педагогического состава каждого вуза.

Реализация Проекта 5-100 по критериям указанных глобальных рейтингов запустила, по сути, в сфере российского

---

<sup>158</sup> Родионов Д. Г., Кушнева О. А., Рудская И. А. Рейтинг университетов как инструмент в конкурентной борьбе на мировом рынке образовательных услуг // Инновации. 2013. № 11 (181). С. 91.

<sup>159</sup> Там же. С. 94.

высшего образования ярко выраженное рыночно ориентированное конкурентное поле, которое ранжирует российские университеты на глобальные исследовательские университеты (оцениваемые главным образом по публикациям в престижных журналах и их цитированию) и все остальные вузы, обеспечивающие массовую профессиональную подготовку. В таком конкурентном поле практически для всех университетов отсутствует функционал активного участия вуза в социокультурном и социально-экономическом развитии муниципальных образований, регионов и нашей страны в целом.

События 2014–2016 годов, связанные с введением санкций Западом по отношению к России, заставили российские власти предпринять форсированные действия по организации конкурентных полей локусов на уровне субъектов РФ и входящих в них муниципальных образований с помощью соответствующих рейтингов:

1. Национальный рейтинг состояния инвестиционного климата в субъектах Российской Федерации с использованием Регионального инвестиционного стандарта — Стандарта деятельности органов исполнительной власти субъекта РФ по обеспечению благоприятного инвестиционного климата в регионе (применяется для ранжирования российских регионов с 2014 года).

2. Национальный рейтинг развития механизмов государственно-частного и муниципально-частного партнерства в субъектах РФ.

Органы власти федерального и регионального уровня с помощью указанных рейтингов организуют и поддерживают конкуренцию между регионами (муниципальными образованиями). Во-первых, за инвестиционную привлекательность путем формирования благоприятного инвестиционного и бизнес-климата на основе выстраивания доверительных и партнерских отношений власти, бизнеса и науки. Во-вторых, за вовлечение стратегических инвесторов в инфраструктур-

ные проекты в сферах транспорта, ЖКХ, здравоохранения, образования, спорта, культуры, предусмотренные стратегией социально-экономического развития и целевыми программами данного региона или муниципального образования.

Организация и поддержка формирования указанных конкурентных полей локусов на уровне субъектов РФ потребовали появления в системе высшего образования университетов с ярко выраженным нерыночным функционалом, нацеленным на активное участие в социокультурном и социально-экономическом развитии данного локуса (субъекта РФ и/или муниципального образования). В результате в 2016 году на национальном уровне был запущен **Проект «Опорные университеты»**, которые появились в конкурентном поле сферы современного российского высшего образования наряду с глобальными исследовательскими университетами (представленными федеральными, национальными исследовательскими и участниками Проекта 5-100) и всеми остальными. Научный руководитель Института образования НИУ «Высшая школа экономики» И. Д. Фрумин, выступая на панельной сессии «Вузы — центры развития регионов» Российского инвестиционного форума в Сочи, констатировал: «...модель высшего образования, где есть только два полюса — глобальные исследовательские университеты и вузы, обеспечивающие массовую подготовку, — нежизнеспособна. Необходимо “опорное звено” — университеты, которые становятся флагманами региональной системы образования, играют важную роль в экономике, социальной сфере, культуре региона»<sup>160</sup>. Например, всемирно известный университет в Беркли позиционирует себя как флагманский университет Калифорнии, считая главной задачей не лидерство в рейтингах, а прежде всего участие в развитии штата.

---

<sup>160</sup> Вузы — центры развития регионов [Электронный ресурс]. URL: <https://www.hse.ru/news/edu/203165602.html> (дата обращения: 29.03.2019).

Таким образом, в настоящее время в России сложилось неоднородное конкурентное поле сферы высшего образования, включающее три группы университетов: глобальные исследовательские (представленные национальными исследовательскими и участниками Проекта 5-100), опорные университеты и все остальные. По субъектам РФ перечисленные группы университетов распределены в высшей степени неравномерно. Дальнейшая эволюция конкурентного поля сферы высшего образования зависит, как мы подчеркивали выше, от варианта исхода соперничества конкурентных секторальных, рыночно ориентированных полей бизнеса и конкурентных полей локусов (стран, регионов, муниципальных образований).

Если будет возрастать степень вложения (включения) конкурентных полей локусов на всех уровнях (муниципальном, региональном, национальном) в глобальные секторальные, рыночно ориентированные конкурентные поля бизнеса ТНК, то в конкурентном поле российского высшего образования будет возрастать не столько доля, сколько место и роль глобальных исследовательских университетов, ориентированных прямо или косвенно на запросы ТНК. В этом случае опорные университеты и «остальные» в той или иной степени будут адаптироваться к установкам и поведению глобальных исследовательских университетов.

Если будет возрастать степень вложения (включения) секторальных, рыночно ориентированных конкурентных полей бизнеса (особенно ТНК) в конкурентные поля локусов на всех уровнях (муниципальном, региональном, национальном), то будет возрастать место и роль опорных университетов, все в большей мере включаемых в большое историческое время и ориентированных на решение стратегических социокультурных и социально-экономических задач локусов на всех уровнях. В результате возникнет дифференциация между опорными университетами по уровням локусов (муниципаль-



ное образование, регион, национальный уровень), глобальные исследовательские университеты в основном будут выполнять экспертные функции по вопросам глобального секторального научно-технического и рыночно ориентированного развития общества и бизнеса, остальные вузы будут адаптироваться к опорным и глобальным исследовательским университетам в качестве субподрядчиков. Постепенно будет складываться дифференцированная система разнообразных университетов, реализующих свои собственные комплексные конкурентные стратегии, обеспечивающие устойчивое развитие.

Направления эволюции современного неоднородного конкурентного поля сферы высшего образования в значительной степени будут зависеть от выбора консолидированных позиций элит, представляющих власть, бизнес, науку, образование, и реализуемых ими стратегий на федеральном и региональном уровне.

С нашей точки зрения, обоснованной выше, предпочтительной является эволюция современного конкурентного поля российской сферы высшего образования по второму пути. В этом случае процесс обучения (приобретение учащимися знаний, квалификаций, компетенций, развитие креативности) будет вложен (включен) в процесс воспитания (восприятие и освоение учащимися социокультурных ценностей, установок, формирование мировоззрения, стилей жизни). При таком варианте высшее образование, воспроизводя следующее поколение людей, будет поддерживать, воспроизводить ключевой вектор формирования будущего данного социума: культура образования — культура труда — культура управления. Причем ядром в самой культуре выступают не только и не столько прикладные аспекты ее адаптации к делу, бизнесу, рынку, а социокультурная идентичность, культурно-исторический код данной социальной общности, транслируемый из прошлого, через вызовы и проблемы настоящего в будущее.

Однако сформулированный нами социокультурный приоритет эволюции высшего образования с позиции большого исторического времени требует существенной конкретизации.

В среднесрочной перспективе вопросы разрешения указанного противоречия эволюции конкурентного поля высшего образования выходят на первый план. Главный вопрос — нахождение приемлемых способов разрешения противоречия, обеспечивающих социокультурный приоритет эволюции сферы высшего образования в долгосрочной перспективе. Значительная часть исследователей высшего образования считают, что нахождение «остальных» университетов в одном конкурентном поле с университетами, имеющими статус глобальных и опорных, заставит их (отстающих) подтянуться к установкам, параметрам и показателям ведущих (глобальных и опорных) университетов, в итоге конкурентное поле высшего образования будет более однородным в большинстве российских регионов. Но противники такой точки зрения приводят целый ряд контраргументов. Стратегии развития и установки конкурентоориентированности, параметры конкурентных преимуществ и показатели конкурентоспособности глобальных и опорных университетов жестко закреплены соответствующими правовыми документами, и в зависимости от уровня их достижения университеты-участники Проектов «5-100» и «Опорные университеты» получают дополнительное финансирование и образуют небольшие группы элитарных университетов, которые по сути своей находятся вне конкуренции с «остальными» университетами.

В результате общероссийское конкурентное поле высшего образования распадается на три самостоятельных конкурентных поля со своими типовыми стратегиями, установками конкурентоориентированности, определяющими свою специфику остальных составляющих алгоритмов «4-К» в каждом из конкурентных полей определенной группы университетов. Например, в России из 818 вузов участниками элитных про-

грамм были только 72 вуза (21 — Проект 5-100 и 51 — Проект «Опорные университеты»). Аналогичную ситуацию мы можем наблюдать в других странах: в США из 3000 университетов число исследовательских университетов не превышает 200, в Китае из 4000 университетов около 800 относятся к исследовательским университетам.

В этом отношении представляют интерес доклады американских ученых, представленные на IX Международной конференции исследователей высшего образования «Университеты в поиске баланса между новыми и старыми целями», которая состоялась в октябре 2018 года в НИУ «Высшая школа экономики»<sup>161</sup>.

Филипп Альтбах — основатель Центра международного высшего образования Бостонского колледжа, член совета по повышению конкурентоспособности университетов РФ среди ведущих мировых научно-образовательных центров (Проект 5-100), известный работами о деятельности исследовательских университетов мирового класса, в докладе «Многообразие, дифференциация и исследовательский университет» четко сформулировал свою позицию относительно состояния и перспектив эволюции современной сферы высшего образования. Во-первых, исследовательские университеты, составляя небольшую и важную часть современной образовательной экосистемы, занимают самые высокие позиции в иерархии высшей школы. При этом не стоит забывать, что существует множество других разновидностей вузов, в том числе политехнические и творческие, для которых исследования не основной вид деятельности. Поэтому, как подчеркивает Филипп Альтбах, «...если ваш университет не является исследовательским, не стоит требовать от сотрудников публикации в лучших журналах

---

<sup>161</sup> IX Международная конференция исследователей высшего образования «Университеты в поиске баланса между новыми и старыми целями» / НИУ «Высшая школа экономики», Москва, 23–25 октября 2018 г. [Электронный ресурс]. URL: <https://educonf.hse.ru/mirror/pubs/share/direct/226571905> (дата обращения: 29.03.2019).

(они должны прежде всего удовлетворять потребности своих студентов в получении качественного образования). И это не значит, что ваш вуз плохой. Все вузы важны, просто не нужно приписывать им те свойства и функции, которых у них нет по определению». Во-вторых, «...система высшего образования должна быть разнообразной, все вузы должны получать поддержку, но нужно помнить, что проводить исследования способны не все». Наконец, в-третьих, по мнению Филиппа Альтбаха, «...необходима четкая дифференциация разных типов образовательных учреждений, и правительствам стран нужно принимать решения по этому вопросу и «расставлять всех по местам». Основой дифференциации должна стать оценка качества, однако ей не всегда уделяют должное внимание».

Тезисы Филиппа Альтбаха получили свое развитие в докладе «Концепты, подходы, тренды и вызовы интернационализации высшего образования в мире, уроки для российской высшей школы» Ханса де Вита — директора Центра международного высшего образования Бостонского колледжа, признанного во всем мире эксперта по вопросам интернационализации высшего образования. Во-первых, он подчеркнул, что «...интернационализация в современном университете — это не просто импорт и экспорт образования, обмена студентами и преподавателями, но и элемент стратегического видения, комплексной стратегии развития университета». Поэтому «...самое главное в интернационализации — ее ориентация на повышение качества образования и исследований». Во-вторых, в России, по мнению Ханса де Вита (он много работал с российскими вузами в рамках Проекта 5-100 и является членом консультативного совета РУДН), «...развитие интернационализации высшего образования нередко обусловлено стремлением университетов занять высокие места в рейтингах, активизацией публикационной активности в престижных иностранных журналах. Для этого они нанимают иностранных профессоров, привлекают иностранных

студентов. Но вообще-то все должно быть с точностью наоборот. Российским университетам нужно создавать комплексные стратегии, развивать стратегические партнерства с иностранными университетами, и тогда успех в международных рейтингах и с публикациями гарантирован»<sup>162</sup>.

Таким образом, анализ различных мнений отечественных и иностранных исследований сферы высшего образования позволяет сформулировать следующие выводы относительно состояния и перспектив эволюции сферы современного высшего образования России.

Во-первых, современная сфера высшего образования представляет собой множество разнообразных вузов, которые, по сути, разбиты на две группы:

— элитные глобальные (национальные, исследовательские, участники Проекта 5-100) и опорные университеты, составляющие не более 10% от всех вузов;

— «остальные» вузы (до 90% от всех российских вузов), имеющие разнообразные функционалы и, как правило, находящиеся в состоянии выживания с опорой на собственный потенциал, случайную внебюджетную поддержку и вне внимания властей всех уровней.

Во-вторых, элитные и «остальные» вузы в реальной жизни не находятся в одном конкурентном поле сферы высшего образования. Каждая группа элитных вузов имеет свое конкурентное поле и алгоритм «4-К». Причем каждое конкурентное поле структурировано с помощью соответствующей институциональной и финансовой поддержки федеральной власти. Следовательно, конкретный вуз, соперничая с другими вузами в своем конкурентном поле, стремится занять более высокую позицию в рейтинге конкурентоспособности по сравнению с себе подобными. В результате в целом обеспечиваются ин-

---

<sup>162</sup> В НИУ ВШЭ обсудили тренды развития высшей школы в России и в мире [Электронный ресурс]. URL: <https://www.hse.ru/news/edu/226698667.html> (дата обращения: 29.03.2019).

ституциональные и финансовые условия для «правильной», «справедливой» конкуренции каждого вуза с себе подобными в соответствующем конкурентном поле. «Остальные» вузы по сравнению с элитными находятся в совершенно другом — стихийном, структурно неоформленном конкурентном поле, точнее, в множестве стихийно складывающихся конкурентных полей со своими алгоритмами «4-К». Эти поля практически плохо изучены, можно предположить, что немалая их часть имеет полукриминальные и криминальные установки конкурентоориентированности, диктующие для вузов свои стратегии поведения и конкуренции.

В-третьих, в среднесрочной перспективе поддержка властей должна быть оказана не только элитным, но и «остальным» вузам. Поддержку эту следует ориентировать на выделение различных групп вузов по их месту, значению и функционалу в социокультурном и социально-экономическом развитии (например, творческие, политехнические, аграрные и другие вузы). По аналогии с Проектами «5-100» и «Опорные университеты» для каждой выделенной группы вузов следует сформировать с помощью соответствующих правовых документов достаточно жесткие ориентиры стратегий развития и установки конкурентоориентированности, параметры конкурентных преимуществ и показатели конкурентоспособности, и в зависимости от уровня их достижения университеты-участники проектов каждой конкретной группы получают дополнительное финансирование. В результате стихийно складывающиеся различные конкурентные поля «остальных» университетов будут структурно организованы, каждое из них будет иметь свой транспортный устойчивый и воспроизводимый в большом историческом времени алгоритм «4-К». Кроме того, сфера высшего образования будет представлена многообразием дифференцированных вузов, находящихся в своих конкурентных полях и соперничающих по справедливым правилам с себе подобными вузами.

В-четвертых, группы элитных и «остальных» вузов, находясь в соответствующих структурированных конкурентных полях, будут находиться по отношению друг к другу не в конкурентных, а во взаимно дополняющих отношениях: конкретные отдельные студенты, преподаватели и даже целые вузы смогут перемещаться из одной группы в другую и в соответствии с алгоритмом «4-К» своей новой группы они должны будут менять требования к себе и адаптироваться к новому окружению. Подобное происходит в большом, глобальном спорте. Например, в футболе в каждой стране существуют лиги разного уровня или международные (Лига чемпионов): футболисты, тренеры и команды переходят из одной лиги в другую, причем это движение идет как снизу вверх, так и сверху вниз, низшие лиги и высшие лиги имеют свой собственный функционал, они не конкурируют друг с другом, а дополняют друг друга (одно не может нормально существовать и развиваться без другого), создавая огромную целостную систему большого футбола.

В-пятых, желательная, по нашему мнению, долгосрочная перспектива эволюции сферы российского высшего образования характеризуется возрастанием места и роли опорных университетов, все в большей мере включаемых в большое историческое время и ориентированных на решение стратегических социокультурных и социально-экономических задач локусов (муниципальных образований, регионов, страны в целом) на всех уровнях, основывается на росте степени вложения (включения) секторальных, рыночно ориентированных конкурентных полей бизнеса (особенно ТНК) в конкурентные поля локусов на всех уровнях (муниципальном, региональном, национальном). Эта перспектива начинает просматриваться в некоторых решениях власти. Прежде всего наблюдается быстрый рост количества вузов-участников Проекта «Опорные университеты», запущенного Министерством образования и науки РФ в 2015 году. Первые 11 опорных университетов были выбраны в январе 2016 года. Вторая волна конкурсного отбора

состоялась в апреле 2017 года, и по ее итогам в программу вошло еще 22 вуза. На начало 2018 года число опорных университетов возросло до 51. Согласно планам Министерства науки и высшего образования РФ, таких вузов в регионах должно быть не менее 100. Все опорные университеты нацелены на решение главной задачи — стать драйвером социально-экономического развития конкретного субъекта Федерации.

Специфическая региональная ориентация появляется и у вузов-участников Проекта 5-100. В ноябре 2018 года на 11-м заседании Совета по повышению конкурентоспособности ведущих университетов РФ среди ведущих мировых научно-образовательных центров были рассмотрены отчеты университетов-участников Проекта 5-100 о выполнении планов мероприятий по реализации программ повышения конкурентоспособности («дорожных карт») в 2017 году и рекомендовано следующее специфическое направление региональной деятельности университетов данной группы: интенсифицировать «...работы по выстраиванию взаимодействия университетов с индустрией, в том числе путем создания предпринимательской среды внутри университетов и инновационной экосистемы вокруг них. Помимо этого, университетам необходимо уделить больше внимания развитию предпринимательского образования как одного из необходимых направлений создания инновационной культуры как внутри университета, так и в регионе в целом»<sup>163</sup>.

Многие вузы-участники Проекта 5-100 оперативно последовали указанным рекомендациям Совета. Например, в Тюменском государственном университете в феврале 2019 года совместно с Тюменским отделением «Опоры России» была создана базовая кафедра предпринимательства, представляющая собой площадку, на которой заинтересованные в предпринимательстве студенты смогут создавать бизнес-проекты вместе

---

<sup>163</sup> Итоги Совета Проекта 5-100 от 6 ноября 2018 г. [Электронный ресурс]. URL: <https://5top100.ru/news/90865> (дата обращения: 29.03.2019).



с действующими предпринимателями<sup>164</sup>. Кроме того, стратегическое значение имеет и запуск совместного проекта ТюмГУ с группой компаний «ТЕХНОСПАРК», учрежденной в 2012 году партнерством частных предпринимателей г. Троицка и Фондом инфраструктурных и образовательных программ «Роснано». «ТЕХНОСПАРК» строит, выращивает с нуля в течение 5–8 лет технологические компании и продает корпорациям, частным предпринимателям и фондам, встраивающим их в свои бизнесы, обеспечивая себе долгосрочную конкурентоспособность.

В соответствии с заключенным в феврале 2019 года соглашением 10 лучших студентов ТюмГУ отобраны по итогам деловых технологических игр «Построй компанию. Продай компанию» в три этапа: 28 февраля, 28 марта и 28 мая. Восемь месяцев — с сентября 2019 года по апрель 2020 года — каждый из отобранных участников практики будет запускать новый технологический стартап в «ТЕХНОСПАРКЕ» (г. Троицк) или в одной из его партнерских точек: Новосибирском академгородке, Томске, Саранске, Казани, Гатчине, Дубне. До 1 млн рублей будет выделено на запуск каждого стартапа и покрытие текущих расходов практиканта (50/50 «ТЕХНОСПАРК» и ТюмГУ). Все стартапы пройдут профессиональную технологическую и бизнес-экспертизу, а студенты-практиканты смогут в реальных бизнес-условиях попробовать себя в качестве строителей технологического бизнеса и получить навыки и компетенции в новой весьма перспективной профессии — *venture bulder* (строитель технологического бизнеса)<sup>165</sup>.

В-шестых, указ Президента Российской Федерации № 204 от 7 мая 2018 года «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» и запуск в 2019 году 12 национальных проектов

---

<sup>164</sup> Базовая кафедра предпринимательства ТюмГУ // Университет и регион. 2019. № 10 (727). С. 29.

<sup>165</sup> Денис Ковалевич: «Строитель бизнеса — это новая профессия» // Университет и регион. 2019. № 10 (727). С. 10–13.

(программ) свидетельствуют о принятии среднесрочных политических решений, нацеленных на рост степени вложения (включения) секторальных, рыночно ориентированных конкурентных полей бизнеса (крупного, среднего и малого) в конкурентные поля локусов на всех уровнях (муниципальном, региональном, национальном) в качестве основы решения стратегических социокультурных, социально-экономических, научно-технологических задач России. Из 25,7 трлн рублей, предусмотренных на финансирование национальных проектов, 12,193 трлн рублей направляется на пространственное развитие, инфраструктуру и городскую среду.

Национальные проекты «Образование» и «Наука» представляют новые возможности и ориентиры развития высшей школы в нашей стране. Во-первых, в паспорте проекта «Образование» сформулированы две главные цели: «...обеспечение глобальной конкурентоспособности российского образования (вхождение в 10 ведущих стран мира по качеству общего образования) и воспитание гармонично развитой и социально ответственной личности на основе духовно-нравственных ценностей народов РФ, исторических и национально-культурных традиций»<sup>166</sup>, свидетельствующие об установке на сочетание обучения, получения знаний, компетенций высокого уровня и воспитания культурно-исторических оснований социально ответственной личности. Во-вторых, национальный проект «Наука» предусматривает в качестве ключевой задачу создания в российских регионах не менее 15 научно-образовательных центров (далее — НОЦ) мирового уровня на основе интеграции университетов и научных организаций и их кооперации с предприятиями, действующими в реальном секторе экономики. Каждый такой НОЦ будет формироваться на конкурсной основе в российских регионах, должен

---

<sup>166</sup> Паспорт национального проекта «Образование» [Электронный ресурс]. URL: <http://government.ru/projects/selection/741/35566> (дата обращения: 29.03.2019).

соответствовать современным вызовам, сформулированным в Стратегии научно-технологического развития, и задачам пространственного развития РФ, вносить вклад в достижение показателей национальных проектов<sup>167</sup>. Запуск, формирование и развитие НОЦ потребует привлечения непрерывного потока конкурентоспособной, компетентной и социально ответственной молодежи. Это задаст новые требования, ориентиры для сферы образования и особенно для университетов-участников НОЦ, возникнет и новое, достаточно устойчивое конкурентное поле соперничества НОЦ между собой.

В Послании Президента Российской Федерации Федеральному Собранию 19 февраля 2019 года было сказано об ожидаемом запуске проекта создания НОЦ в Тюменской области. Еще в октябре 2018 года Тюменская область совместно с ХМАО и ЯНАО представила в Москве модель межрегионального научно-образовательного центра, который может объединить 10 вузов, семь крупных бизнес-корпораций и девять научных организаций<sup>168</sup>.

Сформулированные нами выводы относительно состояния и перспектив эволюции сферы современного высшего образования России позволяют уточнить его воздействие на конкурентные поля третьей группы, которые непосредственно формируют составляющие алгоритма «4-К» учащейся и работающей молодежи. Группы элитных (глобальных исследовательских, опорных) и «остальных» вузов, находясь в соответствующих структурированных, благодаря участию власти (особенно через национальные проекты, конкурсы по созданию НОЦ), конкурентных полях, имеющих специфи-

---

<sup>167</sup> Паспорт национального проекта «Наука» [Электронный ресурс]. URL: <http://government.ru/projects/selection/740/35565> (дата обращения: 29.03.2019).

<sup>168</sup> Межрегиональный НОЦ Тюменской области, ХМАО и ЯНАО [Электронный ресурс]. URL: <https://www.utmn.ru/ноц.рф> (дата обращения: 29.03.2019).

ческие алгоритмы «4-К», образуют дифференцированную сбалансированную систему высшего образования, позволяющую успешно занимать им по отношению друг к друг не конкурентные, а взаимно дополняющие позиции и выполнять системную посредническую функцию между сферой среднего общего и профессионального образования и пространствами взрослой трудовой жизни молодежи.

С одной стороны, вузы, включенные в свои конкурентные поля сферы высшего образования, определяют специфические требования к образовательным программам организаций, учреждений среднего общего и профессионального образования, их установки конкурентоориентированности, задают ориентиры и мотивационные установки учебы для школьников, параметры спроса на своих потенциальных абитуриентов. С другой стороны, вузы, опираясь на свой функционал, позицию в своем конкурентном поле, партнерство с научно-исследовательскими организациями и работодателями местного, регионального, национального, глобального статуса, которые включены в проекты реализации программ социально-экономического развития конкретного региона, страны, национальные проекты, формируют соответствующие знания и компетенции, потенциал социально ответственной личности, ориентиры получившей высшее образование молодежи и возможные перспективы ее перехода во взрослую трудовую жизнь.

Ближайшая перспектива запуска межрегионального проекта НОЦ (Тюменская область, ХМАО, ЯНАО) актуализирует вопросы оценки современного состояния конкурентоориентированности, компетентности и конкурентоспособности старшеклассников, студентов и работающей молодежи Тюменской области. В январе–феврале 2019 года нами был проведен на указанную тему анкетный опрос учащейся и работающей молодежи. Анализ результатов этого опроса представлен в следующей главе настоящей монографии.

## Глава 4

# ЭМПИРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПРОЦЕССОВ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТИ УЧАЩЕЙСЯ МОЛОДЕЖИ И РЕАЛИЗАЦИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РАБОТАЮЩЕЙ МОЛОДЕЖЬЮ

---

Анализ основных составляющих проведенного социологического исследования (конкурентоориентированности, компетенций, конкурентных преимуществ и конкурентоспособности) предполагает эмпирическое рассмотрение динамики проявления обозначенных характеристик у представителей трех основных групп респондентов — старшеклассников, студенческой и работающей молодежи.

Исследовательская логика данного проекта подразумевала двухэтапный анкетный опрос.

На **первом** (*разведывательном*) этапе в 2017 году реализовано масштабное социологическое исследование среди учащейся (старшеклассники и студенты учреждений среднего профессионального и высшего образования) и работающей молодежи. Общая выборочная совокупность составила 3403 респондента. Среди учащихся 10 и 11 классов опрошены 1087 учащихся старших классов (10 и 11 классы) общеобразовательных учреждений Тюменской области. Исследо-

вание студентов проведено среди 1360 респондентов из учреждений высшего и среднего профессионального образования в городах юга Тюменской области — Тюмень (963 человека), Тобольск (135 человек), Ишим (98 человек). Помимо этого, в выборку включены студенты, участники Всероссийского слета лучших групп (164 человека), который проводился в Тюмени в мае 2017 года. В опросе приняли участие студенты очной формы обучения в учреждениях высшего образования (1146 человек) и среднего профессионального образования (214 человек). Метод исследования — анкетный опрос по месту обучения. Типы выборки для учащейся молодежи: квотная, районированная, гнездовая. После отбора учебного заведения осуществлялся сплошной опрос в школьном классе или в студенческой группе.

Опрос работающей молодежи проведен среди 956 человек в городах Тюмень, Тобольск, Ишим и сельской местности Тюменской области. Респонденты опрашивались по месту работы — в 20 организациях основных отраслей экономики. Типы выборки: квотная, районированная, гнездовая. Репрезентативность определялась по признакам: пол, возраст, форма собственности предприятия (организации), среднемесячная заработная плата.

В 2019 году реализован **второй** (*мониторинговый*) этап социологического исследования, в рамках которого научным коллективом социологической лаборатории Тюменского государственного университета продолжено изучение конкурентоспособности и конкурентоориентированности молодежи. По выявленным индикаторам и апробированным гипотезам проведено социологическое исследование среди учащейся (старшеклассники и студенты учреждений среднего профессионального и высшего образования) и работающей молодежи. Метод исследования — анкетный опрос по месту обучения или работы респондентов. Выбо-

рочная совокупность: учащиеся 10–11 классов (1130 человек), студенты (1097 человек), работающая молодежь (942 человека). Общее количество опрошенных составило 3169 человек. Опрос проведен на территории Тюменской области (в городах Тюмень, Тобольск, Ишим и ряде муниципальных районов). Типы выборки: квотная, районированная, гнездовая.

Для обработки и анализа эмпирических данных использованы статистические методы лицензионной версии программы IBM SPSS Statistics 23. Представленный далее анализ основан на результатах второго этапа социологического исследования по индикаторам (модель «4-К»), ранее обоснованным в предыдущих главах монографии.

**1. ПЕРВАЯ «К» — КОНКУРЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТЬ:** готовность и стремление достигать поставленных целей, решать задачи и проблемы, отвечать на вызовы будущего в настоящем быстрее, лучше, эффективнее, чем конкуренты.

**2. ВТОРАЯ «К» — КОМПЕТЕНЦИИ:** основанные на знаниях, навыках и практиках способности выбирать, мобилизовывать, комбинировать и применять физические и интеллектуальные ресурсы для выполнения запланированного курса действий определенным образом с целью достижения желаемого результата.

**3. ТРЕТЬЯ «К» — КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА:** обладание и владение набором средств, ресурсов, материальных и нематериальных активов и их комбинаций, создающим потенциал данного актора, обеспечивающий его преимущества по отношению к конкуренту.

**4. ЧЕТВЕРТАЯ «К» — КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ:** способность успешно реализовывать конкурентные преимущества для сохранения и улучшения передовой позиции актора в конкурентной среде (конкурентной позиции).

## § 1. Конкурентоориентированность молодежи

**ПЕРВАЯ «К» — КОНКУРЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТЬ:** готовность и стремление достигать поставленных целей, решать задачи и проблемы, отвечать на вызовы будущего в настоящем быстрее, лучше, эффективнее, чем конкуренты.

В данный блок включены:

- 1. Ценностные жизненные установки.*
- 2. Беспокойство о будущем России и целевые установки снятия беспокойства.*
- 3. Удовлетворенность жизнью и способность влиять на собственную жизнь.*
- 4. Современные профессии, обеспечивающие конкурентоспособность и престиж.*
- 5. Предпринимательские ориентации и жизненные ориентиры молодежи.*

### *1. Ценностные жизненные установки*

Для определения ведущих типов ценностей респондентам из числа учащихся (старшеклассники и студенты) и работающей молодежи предложен список конкретных мотивационно-ценностных ориентаций на основе опросника Ш. Шварца, из которых они могли выбрать те, что в максимальной степени отражают их взгляды и характеризуют их поведение (см. табл. 3). Все представленные утверждения сгруппированы нами в четыре блока со следующими описательными характеристиками: *1 блок* — социальная ориентированность, самостоятельность, потребность в защите государства; *2 блок* — утверждение в обществе, успех и богатство; *3 блок* — безопасность, следование правилам и традициям; *4 блок* — риск и гедонизм.



Обратим внимание на тенденции, наметившиеся среди различных категорий респондентов. Максимальное стремление оказать помощь окружающим и заботиться об их благополучии демонстрируют младшие группы молодежи (56% старшеклассников, 53% студентов и только 48% работающих). Для учащихся старших классов школ более характерно стремление выслушивать различные мнения, даже в том случае, когда они с ними не согласны, но все равно хотят понять точку зрения других людей (67% против 61% у студенческой и работающей молодежи).

Среди старшеклассников наиболее высока доля выступающих за социальное равноправие и предоставление всем единых возможностей в жизни (64%). В старших категориях молодежи эту идею разделяют только 53% студентов и 49% работающих.

Представители работающей молодежи почти в половине случаев отмечают, что для них важно всегда следовать правилам, даже если никто за этим не следит (45%). Обозначенную позицию разделяют лишь 15% старшеклассников и 38% студентов.

Именно старшая категория молодежи стремится не совершать поступков, которые другие люди могли бы осудить (49%), что в 1,3 раза выше аналогичного количества старшеклассников (38%). Продолжением наметившейся тенденции является то, что работающая и студенческая молодежь более высоко ценит традиции, религиозные и семейные обычаи (по 46%, что в 1,5 раза выше аналогичной доли среди старшеклассников).

Последний блок утверждений, обозначенный нами как «риск и гедонизм», более характерен для студенческой молодежи (49%) и наименее актуален для работающих респондентов (42%). Данную тенденцию можно объяснить изменением стиля жизни студенческой молодежи — больше свободного времени по сравнению со старшими классами школы, меньше

контроля со стороны родителей (а то и вовсе отдельное от них самостоятельное проживание). К окончанию учебного заведения и началу полной трудовой занятости у респондентов снижается стремление к риску, веселью, неожиданностям и поиску новых занятий.

Стремление к уважению со стороны других людей минимально у старшеклассников (34%) и возрастает у студентов (43%) и работающих (45%).

Таблица 3

**Распределение ответов респондентов на вопрос:  
«Какое из суждений отражает Ваше мнение?»  
(вариант ответа: «похоже на меня») (в % к числу ответивших)**

<i>Вариант ответа</i>	<i>Старшеклассники</i>	<i>Студенты</i>	<i>Молодые работники</i>
<b>1 блок (социальная ориентированность, самостоятельность, потребность в защите государства)</b>	<b>64</b>	<b>61</b>	<b>59</b>
Для него важно самому принимать решения о том, что и как делать. Ему нравится быть свободным и не зависеть от других	67	65	65
Для него очень важно помогать окружающим людям. Ему хочется заботиться об их благополучии	56	53	48
Для него важно, чтобы государство обеспечивало его безопасность во всех отношениях. Он хочет, чтобы государство было сильным и могло защитить своих граждан	59	59	61
Для него важно быть верным своим друзьям. Он хотел бы посвятить себя близким людям	70	70	65

<i>Вариант ответа</i>	<i>Старшеклассники</i>	<i>Студенты</i>	<i>Молодые работники</i>
Он твердо верит, что люди должны беречь природу. Для него важно заботиться об окружающей среде	65	66	64
Для него важно выслушивать различные мнения. Даже когда он с ними не согласен, он все равно хочет понять точку зрения других людей	67	61	61
Он убежден, что у всех должны быть равные возможности в жизни	64	53	49
<b>2 блок (утверждение в обществе, успех и богатство)</b>	<b>40</b>	<b>42</b>	<b>41</b>
Для него важно, чтобы его уважали. Он хочет, чтобы люди делали так, как он скажет	34	43	45
Для него важно быть богатым. Он хочет, чтобы у него было много денег и дорогих вещей	27	30	27
Для него важно показать свои способности. Он хочет, чтобы люди восхищались тем, что он делает	46	44	45
Для него важно быть очень успешным. Он надеется, что люди признают его достижения	52	50	47
<b>3 блок (безопасность, следование правилам и традициям)</b>	<b>34</b>	<b>46</b>	<b>46</b>
Для него важно жить в безопасном окружении. Он избегает всего, что может угрожать его безопасности	44	51	48
Он считает, что люди должны всегда следовать правилам, даже если никто за этим не следит	15	38	45
Для него важно быть простым и скромным. Он старается не привлекать к себе внимания	43	49	42

<i>Вариант ответа</i>	<i>Старшие классники</i>	<i>Студенты</i>	<i>Молодые работники</i>
Для него важно всегда вести себя правильно. Он старается не совершать поступков, которые другие люди могли бы осудить	38	44	49
Он ценит традиции. Он старается следовать религиозным и семейным обычаям	31	46	46
<b>4 блок (риск и гедонизм)</b>	<b>46</b>	<b>49</b>	<b>42</b>
Ему нравятся неожиданности, он считает, что для него в жизни важно попробовать много разного. Он всегда старается найти для себя новые занятия	47	50	43
Для него важно хорошо проводить время. Ему нравится себя баловать	52	58	54
Он ищет приключений и ему нравится рисковать. Он хочет жить полной событиями жизнью	38	42	31
Он ищет любую возможность повеселиться. Для него важно заниматься тем, что доставляет ему удовольствие	46	48	40

Обратим внимание на динамику ценностных приоритетов студентов и работающей молодежи. Старшая возрастная категория молодежи более высоко ценит социально-экономическое равенство, честную конкуренцию, дружбу и семью, чувствуя свою ответственность за нее (см. табл. 4). Об этом свидетельствуют различия в оценках данных категорий респондентов относительно утверждений: «Нужно уменьшить разницу в доходах» (работающая молодежь поддерживает утверждение в 68% случаев, а студенты лишь в каждом втором

случае — 48%); «Конкуренция — это хорошо. Она побуждает людей напряженно работать и развивать новые идеи» (83% — работающая молодежь и 67% — студенты); «Друзья — устойчивое взаимодействие духовно близких людей, которые сохраняют верность друг другу» (81 и 66% соответственно); «Я чувствую себя ответственным исключительно за себя и свою семью» (80 и 65%).

В свою очередь, студенческая молодежь чаще отдавала предпочтение следующим утверждениям: «Люди могут разбогатеть только за счет других» (31% студентов и только 20% работающей молодежи); «Нравственный, совестливый человек должен помогать людям, даже если ему приходится пожертвовать своим комфортом» (52 и 40%); «Есть ценности выше жизни, за которые ею можно пожертвовать» (37 и 25%).

Ценностный рейтинг студенческой и работающей молодежи возглавляет одно и то же утверждение: «С каждым человеком необходимо обращаться одинаково уважительно, выслушивать его мнение» (73% у студентов и 87% у работающих). Однако в остальном их приоритеты расходятся. Для студентов наиболее значимыми оказались следующие высказывания: «Главное — не внешняя привлекательность, а доброе отношение к людям» (72%); «В конечном итоге усердная работа вознаграждается» (69%); «Жить в непрерывно меняющемся обществе трудно, но все-таки интересно» (68%); «Конкуренция — это хорошо. Она побуждает людей напряженно работать и развивать новые идеи» (67%).

Для работающей молодежи в приоритете: «Конкуренция — это хорошо. Она побуждает людей напряженно работать и развивать новые идеи» (83%); «Жить в непрерывно меняющемся обществе трудно, но все-таки интересно» (82%); «Друзья — устойчивое взаимодействие духовно близких людей, которые сохраняют верность друг другу» (81%); «Я чувствую себя ответственным исключительно за себя и свою семью» (80%).

Относительно неприоритетных ценностей мнения респондентов схожи. Так, наименьшую значимость имеют утверждения: «Погоня за новизной и впечатлениями часто дает нравственную опустошенность» (лишь 36% студентов и 25% работающей молодежи согласились с утверждением); «Люди могут разбогатеть только за счет других» (31 и 20%); «Жизнь человека в гораздо большей степени определяется обстоятельствами, чем его собственными усилиями» (29 и 22%).

Таблица 4

**Распределение ответов респондентов на вопрос:  
«Какое из пар суждений отражает Ваше мнение?»  
(вариант ответа: «согласен») (в % к числу ответивших)**

<i>Вариант ответа</i>	<i>Студенты</i>	<i>Работающие</i>
С каждым человеком необходимо обращаться одинаково уважительно, выслушивать его мнение	73	87
Главное — не внешняя привлекательность, а доброе отношение к людям	72	77
В конечном итоге усердная работа вознаграждается	69	73
Жить в непрерывно меняющемся обществе трудно, но все-таки интересно	68	82
Конкуренция — это хорошо. Она побуждает людей напряженно работать и развивать новые идеи	67	83
Друзья — устойчивое взаимодействие духовно близких людей, которые сохраняют верность друг другу	66	81
Свобода — то, без чего жизнь человека теряет смысл	65	77
Справедливо общество, в котором доходы человека находятся в зависимости от его способностей и могут различаться	65	63

Продолжение табл. 4

<i>Вариант ответа</i>	<i>Студенты</i>	<i>Работающие</i>
Я чувствую себя ответственным исключительно за себя и свою семью	65	80
Правительство должно нести больше ответственности за то, чтобы все граждане были обеспечены	64	71
К правде нужно стремиться всегда, независимо от обстоятельств	55	51
Нравственный, совестливый человек должен помогать людям, даже если ему приходится пожертвовать своим комфортом	52	40
Материальных успехов люди должны добиваться сами, а те, кто этого не хочет, пусть живут бедно	49	60
Вера в Бога — это необходимое условие для полноценной жизни человека	48	53
Нужно уменьшить разницу в доходах	48	68
Современный мир жесток. Чтобы выжить и преуспеть, необходимо бороться за свое место в нем, а то и переступить через некоторые нормы морали	46	42
Сегодня мы живем в другом мире, чем раньше, и многие моральные нормы сегодня уже устарели	45	39
В семье должна быть иерархия между мужем и женой, родителями и детьми	40	43
Быть первым и лучшим, несмотря ни на что. Действовать без оглядки на других	38	39
Есть ценности выше жизни, за которые ею можно пожертвовать	37	25
Погоня за новизной и впечатлениями часто дает нравственную опустошенность	36	25

<i>Вариант ответа</i>	<i>Студенты</i>	<i>Работающие</i>
Люди могут разбогатеть только за счет других	31	20
Жизнь человека в гораздо большей степени определяется обстоятельствами, чем его собственными усилиями	29	22

Таким образом, для представителей работающей молодежи характерны сосредоточенность на личных интересах и интересах своего ближайшего окружения (возможно, это связано с тем, что многие из них уже имеют собственную семью, которая воспринимается как главная опора в жизни), стремление к равному уважению интересов людей независимо от их социального положения, уровня образования и т. д. При этом в тройку основных социальных установок входит конкуренция, понимаемая как позитивное социальное явление, способствующее обновлению и улучшению общественных структур.

Взгляды студентов во многом совпадают с мнением представителей работающей молодежи, хотя первые меньше ценят конкуренцию, что может быть обусловлено их ограниченным опытом конкурентных интеракций. Кроме того, студенты несколько большую оценку дают трудолюбию и целеустремленности и менее сосредоточены на своем ближайшем круге общения.

## *2. Беспокойство о будущем России и целевые установки снятия беспокойства*

Беспокойство за будущее России выражает абсолютное большинство опрошенной молодежи. Однако отмечается устойчивая тенденция во всех изучаемых группах — респонденты, считающие себя конкурентоспособными, в большей степени обеспокоены будущим страны (86%



у старшекласников, 84% у студентов и 91% у работающей молодежи). Среди неконкурентоспособных доля примерно идентична и составляет 75% (табл. 5). Поясним, что в данной и последующих таблицах, знаками «+» и «-» обозначены соответственно позитивные («да», «скорее да») и отрицательные («нет» и «скорее нет») варианты ответов на вопрос о самооценке конкурентоспособности.

Таблица 5

**Распределение ответов респондентов на вопрос:  
«Беспокоит ли Вас будущее России?» в зависимости  
от самооценки конкурентоспособности работающей молодежи  
(в % к числу опрошенных)**

Вариант ответа	Старшекласники		Студенты		Работающая молодежь	
	+	-	+	-	+	-
Да	42	29	43	31	61	47
Скорее да, чем нет	44	48	41	43	30	27
Скорее нет, чем да	10	17	12	15	7	19
Нет	4	5	5	10	2	7
Итого	100	100	100	100	100	100

В среднем на эмиграцию настроены каждый второй старшекласник (56%), более четверти студентов (28%) и треть работающей молодежи (31%). Примечательно, что молодежь, не считающая себя конкурентоспособной, чаще высказывает эмиграционные настроения. Среди старшекласников, считающих себя неконкурентоспособными, 60% ориентированы на отъезд из России, а их конкурентоспособные ровесники — в 50% случаев. Среди работающей молодежи — 34 и 28% соответственно. Отсутствует статистически значимое различие лишь среди студентов (см. табл. 6).

В качестве приоритетной причины возможной эмиграции респонденты называют поиск лучших условий жизни для себя и своей семьи. Прочие варианты существенно отстают по популярности (см. табл. 7).

Таблица 6

**Распределение ответов респондентов на вопрос:  
«Хотели бы Вы уехать из России?» в зависимости от самооценки  
конкурентоспособности работающей молодежи  
(в % к числу опрошенных)**

Вариант ответа	Старшеклассники		Студенты		Работающая молодежь	
	+	-	+	-	+	-
Да	25	25	9	11	10	17
Скорее да, чем нет	26	35	19	17	19	16
Скорее нет, чем да	28	22	30	23	29	21
Нет	13	12	27	30	37	38
Затрудняюсь ответить	8	6	14	19	7	7
Итого	100	100	100	100	100	100

Таблица 7

**Распределение ответов респондентов на вопрос:  
«Если Вы хотите уехать из России, укажите причину»  
(в % к числу ответивших)**

Вариант ответа	Старшеклассники		Студенты		Работающая молодежь	
	+	-	+	-	+	-
Лучшие условия жизни для себя и своей семьи	62	65	58	53	77	58
Получение качественного профессионального образования	12	14	5	8	7	8
Продолжение профессиональной карьеры	15	13	18	14	9	20
Организация собственного дела для реализации предпринимательской идеи	4	5	9	8	6	8

Вариант ответа	Старшеклассники		Студенты		Работающая молодежь	
	+	-	+	-	+	-
Продолжение своего бизнеса	3	3	5	11	2	5
Другое	3	1	5	7	0	3
Итого	100	100	100	100	100	100

Изменить ситуацию в России к лучшему конкурентоспособная молодежь предпочитает своими достижениями в профессиональной и бизнес-деятельности. Причем доля респондентов, разделяющих данную точку зрения, минимальна среди старшеклассников — 43%, возрастает у студентов — 50% и среди работающей молодежи достигает максимума — 59%. Во всех молодежных категориях планируют уехать из страны в большей степени неконкурентоспособные респонденты (табл. 8).

Таблица 8

**Распределение ответов респондентов на вопрос:  
«Как бы Вы хотели преодолеть указанное беспокойство?»  
в зависимости от самооценки конкурентоспособности  
работающей молодежи (в % к числу опрошенных)**

Вариант ответа	Старшеклассники		Студенты		Работающая молодежь	
	+	-	+	-	+	-
Уехать из страны	34	44	25	32	14	22
Своими достижениями в профессиональной и бизнес-деятельности повлиять на благоприятные изменения в России	43	29	50	40	59	40

Вариант ответа	Старшеклассники		Студенты		Работающая молодежь	
	+	-	+	-	+	-
Своим участием в оппозиции изменить в лучшую сторону ситуацию в России	12	17	12	16	12	16
Своим участием во властных структурах изменить в лучшую сторону ситуацию в России	11	10	14	11	15	22
Итого	100	100	100	100	100	100

### 3. Удовлетворенность жизнью и способность влиять на собственную жизнь

Старшеклассники достаточно высоко оценили удовлетворенность собственной жизнью. В результате ранжирования по десятибалльной шкале половина опрошенных (51%) оценили свою удовлетворенность как «скорее высокую» (6–8 баллов) и еще 35% как «высокую» (9–10 баллов) (обобщенно 86%), при этом лишь 2% совершенно не удовлетворены своей жизнью (1–2 балла). Среди респондентов, воспринимающих себя успешными, почти половина (47%) оценивают свою удовлетворенность как «скорее высокую» (6–8 баллов).

Удовлетворенность жизнью студентов сопоставима с аналогичным показателем школьников. В результате ранжирования по десятибалльной шкале около половины опрошенных (48%) оценили свою удовлетворенность как «скорее высокую» (6–8 баллов), несколько меньше (29%) — как «высокую» (9–10 баллов) (обобщенно 77%), при этом лишь 2% совершенно не удовлетворены своей жизнью (1–2 балла). Среди

респондентов, воспринимающих себя успешными, также почти половина (47%) оценивают свою удовлетворенность как «скорее высокую» (6–8 баллов).

Удовлетворенность жизнью представителей работающей молодежи тоже высока. В результате ранжирования по десятибалльной шкале около половины опрошенных (60%) оценили свою удовлетворенность как «скорее высокую» (6–8 баллов), значительно меньше (14%) — как «высокую» (9–10 баллов) (обобщенно 74%). Среди респондентов, воспринимающих себя успешными, большинство (62%) оценивают свою удовлетворенность как «скорее высокую» (6–8 баллов).

Можно сделать вывод, что удовлетворенность собственной жизнью у представителей всех трех групп молодежи достаточно высока, при этом выше всего она у старшеклассников, а ниже всего — у представителей работающей молодежи, что может быть связано с большей ответственностью, возложенной на представителей данной группы опрошенных и большим негативным опытом социальных отношений. Во всех трех случаях отмечается положительная взаимосвязь между удовлетворенностью собственной жизнью и высокой оценкой респондентами личной конкурентоспособности.

При ответе на вопрос «Некоторые люди считают, что они сами определяют свой жизненный путь, другие думают, что они не в силах повлиять на то, что с ними происходит. Как Вы считаете, насколько Вы можете влиять на ход своей жизни?» респондентам предложена десятибалльная шкала — от отсутствия влияния до наиболее сильного влияния, характеризующего способность человека определять вариант развития собственного жизненного пути (см. табл. 9).

Конкурентоспособные респонденты ощущают наиболее сильную способность влиять на собственный жизненный путь и происходящие с ними события (91% — среди старшеклассников, 83% — среди студентов и 84% — среди работающих).

**Распределение ответов респондентов на вопрос:  
«Некоторые люди считают, что они сами определяют свой  
жизненный путь, другие думают, что они не в силах повлиять  
на то, что с ними происходит. Как Вы считаете, насколько Вы  
можете влиять на ход своей жизни?» (в % к числу ответивших)**

Вариант ответа	Старшеклассники		Студенты		Работающая молодежь	
	+	–	+	–	+	–
Слабое влияние (1–4 балла)	2	5	4	7	4	8
Среднее влияние (5–6 баллов)	7	20	13	22	12	24
Сильное влияние (7–10 баллов)	91	75	83	71	84	68
Итого	100	100	100	100	100	100

#### *4. Современные профессии, обеспечивающие конкурентоспособность и престиж*

В обществе различные профессии имеют неодинаковый статус и ценятся по-разному. Респондентам предложено назвать три наиболее конкурентные и престижные современные профессии. Данный вопрос сформулирован как открытый для всех трех групп респондентов. Полученные результаты укрупнены по группам профессий и представлены в табл. 10.

Наибольший потенциал конкурентоспособности респонденты видят в профессиях, имеющих отношение к информатике и вычислительной технике (32% старшеклассников, 28% работающих). Для студентов на первом месте — медицинские профессии (34%).

Таблица 10

**Распределение ответов респондентов на вопрос:  
«В обществе различные профессии ценятся неодинаково.  
Напишите, пожалуйста, каковы, по Вашему мнению, три самые  
конкурентные и престижные современные профессии»  
(в % к числу ответивших)**

<i>Вариант ответа</i>	<i>Старшеклассники</i>		<i>Студенты</i>		<i>Работающая молодежь</i>	
	<i>N</i>	<i>%</i>	<i>N</i>	<i>%</i>	<i>N</i>	<i>%</i>
<i>Всего опрошено</i>	<b>1130</b>	–	<b>1097</b>	–	<b>942</b>	–
<i>Не ответило на вопрос</i>	<b>382</b>	–	<b>337</b>	–	<b>291</b>	–
<b>Ответили на вопрос</b>	<b>748</b>	<b>100</b>	<b>760</b>	<b>100</b>	<b>651</b>	<b>100</b>
<i>Информатика и вычислительная техника (IT-специалист, программист, системный администратор)</i>	242	32	160	21	182	28
<i>Медицина (врач, медицинский работник, онколог, стоматолог, кардиолог, хирург, анестезиолог)</i>	191	26	259	34	107	16
<i>Прикладная геология, горное дело, нефтегазовое дело и инженерия (инженер, нефтяник)</i>	154	21	90	12	91	14
<i>Юриспруденция (юрист, адвокат, судья, прокурор)</i>	118	16	127	17	63	10

Продолжение табл. 10

Вариант ответа	Старшеклассники		Студенты		Работающая молодежь	
	N	%	N	%	N	%
Экономика и управление ( <i>менеджер, экономист, банковское дело</i> )	95	13	76	10	41	6
Предпринимательство ( <i>предприниматель, бизнесмен</i> )	91	12	43	6	67	10
Политика ( <i>чиновник, государственная структура, дипломат, депутат, мэр, президент</i> )	43	6	36	5	52	8
Образование и педагогические науки ( <i>учитель, педагог, преподаватель, воспитатель</i> )	41	5	81	11	8	1
Экранные искусства ( <i>актер</i> )	6	1	–	–	–	–
Физическая культура и спорт ( <i>футболист, тренер</i> )	6	1	–	–	–	–
Фармация ( <i>фармацевт</i> )	2	0	–	–	–	–
Сельское, лесное и рыбное хозяйство ( <i>агроном, фермер</i> )	2	0	2	0	–	–
Ветеринария и зоотехния ( <i>ветеринар</i> )	2	0	2	0	–	–
Сервис и туризм ( <i>гостиничное дело</i> )	2	0	–	–	–	–



Вариант ответа	Старшеклассники		Студенты		Работающая молодежь	
	N	%	N	%	N	%
Военная сфера (военнослужащий)	–	–	42	6	33	5
Сфера услуг (мастер по наращиванию ресниц, косметолог, парикмахер, видео-оператор, фотограф)	–	–	5	1	6	1
Социология (социолог)	–	–	3	0	–	–

### 5. Предпринимательские ориентации и жизненные ориентиры молодежи

Предпринимательские ориентации населения, и особенно молодежи, — значимый индикатор конкурентоспособности и стремления взять на себя значительный риск организации бизнеса, создать новые рабочие места и быть ответственным за трудоустроенных людей.

Суммировав варианты ответа «есть очень сильное намерение» и «намерение присутствует», видим, что конкурентоспособные респонденты демонстрируют более устойчивую ориентацию на создание собственного дела (бизнеса) (см. табл. 11). Так, среди студентов, считающих себя конкурентоспособными, видят себя в будущем предпринимателями 70%, а их неконкурентоспособные ровесники — лишь в 50% случаев. Среди работающей молодежи картина повторяется — 63 против 49%.

Аналогичные исследования отечественных авторов подтверждают обозначенную нами тенденцию. «Примерно каждый четвертый молодой человек хотел бы иметь свою фирму (15%) или заниматься индивидуальной трудовой дея-

тельностью (11%), однако доля реальных предпринимателей среди молодежи остается очень низкой (всего 3% + еще 3%, осуществляющих индивидуальную трудовую деятельность). Данная особенность в целом характерна не только для молодежи, но и для остальных возрастных групп. Ожидаемо, что доля «желающих» открыть свое дело с возрастом постепенно сокращается»<sup>169</sup>.

Таблица 11

**Распределение ответов респондентов на вопрос:  
«Есть ли у Вас намерение создать собственное дело (бизнес)?»  
(в % к числу ответивших)**

<i>Вариант ответа</i>	<i>Студенты</i>		<i>Работающие</i>	
	+	–	+	–
Есть, очень сильное	23	6	15	11
Намерение присутствует	47	44	48	38
Такого намерения однозначно нет	13	21	17	29
Затрудняюсь ответить	17	29	20	23
Итого	100	100	100	100

В качестве наиболее значимого образца для подражания у большинства респондентов являются родители. Примечательно, что старшекласники идеализируют родителей чаще (58%), чем студенты (55%) и работающие (49%). В остальном образцы для подражания различаются в каждой социально-демографической группе опрошенных.

У школьников и студентов второе место занимают ученые (по 35%) и спортсмены (34 и 32%). Работающая молодежь на второе место с почти двукратным отрывом ставит бизнесменов/предпринимателей (27%), спортсменов (27%), а также ученых (26%). Одноклассники/однокурсники/коллеги —

<sup>169</sup> Андрианова Е. В., Тарасова А. Н., Печеркина И. Ф. Мотивы и трудовые ценности молодежи: парадоксы развития // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2018. № 3. С. 337.

образец для подражания лишь в каждом тринадцатом случае (8% в среднем по выборке).

Что является главным в учебе? Этот вопрос задан только студентам. На первом месте — «хорошие знания» (87%), на втором — «профессиональное самоопределение» (85%), третье место поделили «личностное самосовершенствование» и «хорошие оценки, баллы» (по 84%). Наименьшая значимость — «гарантия не быть отчисленным» (актуальна лишь для 54%). Максимальный диапазон в ответах на данный вопрос респондентов, считающих себя конкурентоспособными и не считающих себя таковыми, касается варианта ответа «профессиональное самоопределение». Конкурентоспособные студенты ориентированы на него в значительно большей степени (89%), чем неконкурентоспособные (80%) (табл. 12).

Таблица 12

**Распределение ответов респондентов на вопрос:**  
**«Что для Вас главное в учебе?» (оцените по пятибалльной шкале,**  
**где 1 — оказывает влияние в минимальной степени,**  
**5 — оказывает влияние в максимальной степени;**  
**сумма баллов с 3 по 5) (в % к числу ответивших)**

Вариант ответа	Конкурентоспособность	
	+	–
Хорошие знания	90	83
Профессиональное самоопределение	89	80
Личностное самосовершенствование	87	80
Хорошие отношения с товарищами по учебе	86	78
Хорошие оценки, баллы	86	81
Возможности для полезных знакомств	71	65
Возможности для хорошего времяпровождения	63	60
Гарантия не быть отчисленным	52	55

## §2. Формирование общекультурных и профессиональных компетенций

**ВТОРАЯ «К» — КОМПЕТЕНЦИИ:** основанные на знаниях, навыках и практиках способности выбирать, мобилизовывать, комбинировать и применять физические и интеллектуальные ресурсы для выполнения запланированного курса действий определенным образом с целью достижения желаемого результата.

В данный блок включены:

- 1. Способность выбирать, мобилизовывать, комбинировать и применять знания, навыки, свои способности для достижения желаемого результата.*
- 2. Умения и навыки планирования и проектирования жизни.*
- 3. Владение умениями, навыками осуществления профессиональной деятельности, способами организации и ведения бизнеса (дела) в условиях постоянно меняющейся внешней среды и новых вызовов времени.*
- 4. Владение умениями, навыками, технологиями получения, обработки и применения информации.*
- 5. Владение иностранным языком.*

*1. Способность выбирать, мобилизовывать, комбинировать и применять знания, навыки, свои способности для достижения желаемого результата*

Успеваемость в учебном заведении — один из показателей конкурентоспособности. Конкурентоспособная молодежь в среднем отмечает более высокий уровень успеваемости. Так, среди конкурентоспособных респондентов варианты «учусь на отлично» и «учусь на хорошо и отлично» выбрали 66% старшеклассников, 65% студентов и 72% работающей молодежи, что в 1,5 раза выше аналогичной доли ответов неконкурентоспособной молодежи (табл. 13).

**Распределение ответов респондентов на вопрос:  
«Как Вы можете охарактеризовать свою учебу в профессиональном  
учебном заведении (если их было несколько,  
то в последнем по счету)?» (в % к числу ответивших)**

Вариант ответа	Школьники		Студенты		Работающие	
	+	-	+	-	+	-
Отлично	11	3	14	5	20	8
Хорошо и отлично	55	39	51	46	52	47
Хорошо и удовлетворительно	30	47	30	36	24	33
Удовлетворительно	4	11	5	13	5	13
Итого	100	100	100	100	100	100

Молодым работникам, которые уже смогли апробировать на практике знания, полученные ими в учебных заведениях, мы задали три специфических вопроса: «Достаточно ли Вам знаний, полученных в учебном заведении, для успешной конкуренции?»; «Достаточно ли Вам компетенций и навыков, полученных в период Вашего обучения, для успешной конкуренции на том предприятии, где Вы работаете в настоящее время?» и «Участвовали ли Вы в профессиональных соревнованиях и конкурсах на лучшего молодого работника?».

Работающая молодежь в 19% случаев отмечает достаточность знаний, полученных ими в учебном заведении, и 55% выбирают ответ — «не всегда достаточно».

В полной мере достаточно компетенций и навыков, полученных в период обучения, для успешной конкуренции на нынешнем рабочем месте — у 16% респондентов и у 35% — «скорее достаточно».

В профессиональных соревнованиях и конкурсах на лучшего молодого работника участвовали 10% респондентов, считающих себя конкурентоспособными, и 2% неконкурентоспособных.

## 2. Умения и навыки планирования и проектирования жизни

Среди респондентов преобладают краткосрочные горизонты жизненного планирования — на ближайший год и 2–3 года. Строят планы на данный период 63% старшеклассников, 59% студентов и 68% работающей молодежи (табл. 14).

Для работающей молодежи практически не характерно «жить сегодняшним днем» и не иметь планов на будущее (лишь 5% придерживаются данного принципа), чего не скажешь о старшеклассниках (10%) и студентах (11%).

Таблица 14

**Распределение ответов респондентов на вопрос:  
«Как бы Вы охарактеризовали свои горизонты планирования  
жизни?» (в % к числу ответивших)**

<i>Вариант ответа</i>	<i>Старше- классники</i>	<i>Студенты</i>	<i>Работающая молодежь</i>
Имею планы на ближайший год	30	30	31
Имею планы на ближайшие 2–3 года	33	29	37
Имею планы на 5 лет	12	11	9
Имею планы на 5 лет и более	15	10	14
Не имею планов на будущее, живу сегодняшним днем	10	11	5
Затрудняюсь ответить	0	10	5
Итого	100	100	100

Каждый второй старшеклассник смотрит на свое будущее «со смешанными чувствами» (51%). Среди студентов и работающей молодежи подобный настрой не является доминирующим (лишь 43 и 41% соответственно). Напротив, для них более характерен уверенный и оптимистичный взгляд в будущее (43% — студенты и 47% — работающие), что

в 1,3 раза выше аналогичного показателя у старшеклассников (36%) (табл. 15).

Таблица 15

**Распределение ответов респондентов на вопрос:  
«Как Вы смотрите на свое будущее?» (в % к числу ответивших)**

<i>Вариант ответа</i>	<i>Старше-классники</i>	<i>Студенты</i>	<i>Работающая молодежь</i>
С уверенностью и оптимизмом	36	43	47
Со смешанными чувствами	51	43	41
С неуверенностью и тревогой	9	6	7
Не задумывался об этом	4	8	4
Итого	100	100	100

Для старшеклассников на первом месте — материальный достаток (64% считают, что обязательно добьются его через 10 лет), хорошая семья (61%), здоровый образ жизни (57%) и интересная, творческая работа (50%). Для студентов лидирующими ценностными ориентирами являются: хорошая семья (64%), материальный достаток (55%) и здоровый образ жизни (51%). Для работающей молодежи в приоритете — хорошая семья (78%), материальный достаток (62%) и здоровый образ жизни (59%) (см. табл. 16).

Менее четверти школьников и студентов ориентированы на достижение престижа и восхищения окружающих (26% старшеклассников и 21% студентов), обретение веры в Бога (22 и 27%) и жизнь ради людей, независимо от профессии, должности, даже в ущерб собственным интересам (16 и 19%). В планах у работающей молодежи — руководящая должность (29%), престиж, восхищение окружающих (17%) и жизнь ради людей, независимо от профессии, должности, даже в ущерб собственным интересам (9%).

Таблица 16

**Распределение ответов респондентов на вопрос:  
«Представьте себя через 10 лет. Какие характеристики,  
по Вашему мнению, будут присущи Вашей жизни?»  
(вариант ответа: «обязательно») (в % к числу ответивших)**

<i>Вариант ответа</i>	<i>Старше- классники</i>	<i>Студенты</i>	<i>Работающая молодежь</i>
<b>1 блок</b>	<b>47</b>	<b>44</b>	<b>47</b>
Материальный достаток	64	55	62
Престиж, восхищение окружающих	26	21	17
Хорошие возможности для отдыха, развлечений	49	46	49
Хорошая семья	61	64	78
Руководящая должность	35	33	29
<b>2 блок</b>	<b>46</b>	<b>43</b>	<b>42</b>
Интересная, творческая работа	50	47	45
Регулярное чтение книг, посещение театров, концертов	39	40	43
Духовное развитие, нравственное самосовершенствование	49	43	37
<b>3 блок</b>	<b>19</b>	<b>23</b>	<b>23</b>
Вера в Бога	22	27	36
Жизнь ради людей, независимо от профессии, должности, даже в ущерб собственным интересам	16	19	9
<b>4 блок</b>	<b>52</b>	<b>44</b>	<b>54</b>
Активные занятия спортом	47	37	49
Здоровый образ жизни	57	51	59



3. Владение умениями, навыками осуществления профессиональной деятельности, способами организации и ведения бизнеса (дела) в условиях постоянно меняющейся внешней среды и новых вызовов времени

Для старшеклассников и студентов в приоритете следующие варианты ответов при характеристике их идеальной работы: «интересная для меня» (89% школьников и 90% студентов), «хорошо оплачиваемая» (83 и 88%) и «обеспечивающая возможности профессионального роста» (79 и 84%). У работающей молодежи приоритеты несколько иные — «стабильная» (78%), «хороший коллектив» (75%), «соответствующая моим способностям» (68%) и «ответственная» (68%) (табл. 17).

Таблица 17

**Распределение ответов респондентов на вопрос:**  
**«Каким требованиям отвечает Ваша работа?»**  
**(оцените по пятибалльной шкале, где 1 — оказывает влияние в минимальной степени, 5 — оказывает влияние в максимальной степени; сумма баллов с 4 по 5) (в % к числу ответивших)**

<i>Вариант ответа</i>	<i>Старше-классники</i>	<i>Студенты</i>	<i>Работающая молодежь</i>
<b>1 блок</b>	<b>73</b>	<b>80</b>	<b>66</b>
Интересна для меня	89	90	67
Обеспечивающая возможности профессионального роста	79	84	58
Ответственная	51	60	68
Полезная обществу	62	69	58
Соответствующая моим способностям	78	83	68

Окончание табл. 17

<i>Вариант ответа</i>	<i>Старше-классники</i>	<i>Студенты</i>	<i>Работающая молодежь</i>
Стабильная	69	83	78
Хорошо оплачиваемая	83	88	63
<b>2 блок</b>	<b>52</b>	<b>68</b>	<b>53</b>
Неутомительная, ненапряженная	30	49	32
Оставляет больше времени для других занятий (отдыха, семьи, учебы)	43	59	39
Хороший коллектив	63	80	75
С хорошими условиями труда, удобным графиком работы	71	83	67
<b>3 блок</b>	<b>49</b>	<b>59</b>	<b>38</b>
Престижная, позволяющая мне быть известным, знаменитым	40	46	25
Разнообразная, творческая, предполагающая инициативу	56	63	47
Обеспечивающая возможность влиять на принятие решений	51	67	41

#### *4. Владение умениями, навыками, технологиями получения, обработки и применения информации*

Рассмотрим уровень компьютерной грамотности работающей молодежи. Профессиональными пользователями являются лишь 10%, продвинутыми пользователями — 46%, а обычными пользователями — 44%. Лишь у 40% работающей молодежи профессиональная деятельность полностью связана

с использованием современных информационных технологий, у 46% — частично, а у 14% — абсолютно не связана.

Результаты социологического исследования свидетельствуют о наличии обратно пропорциональной зависимости между возрастом респондента и его оценкой популярных в социальных сетях молодых людей. С возрастом изменяется отношение респондентов к молодежи, имеющей высокую популярность в виртуальной среде (блогеры, видеоблогеры, «звезды» Instagram). Считают их конкурентоспособными три четверти старшеклассников (71% — варианты ответов «да» и «скорее да, чем нет»), две трети студентов (64%) и каждый второй представитель работающей молодежи (56%).

Опрашиваемой молодежи также задан вопрос, направленный на выявление важности для них наличия популярного аккаунта в социальных сетях. Популярность аккаунта среди пользователей выражается увеличением количества подписчиков, лайков, комментариев и других видов виртуальной активности. Наличие популярного аккаунта в социальной сети в приоритете у учащейся молодежи: среди старшеклассников — 21% (варианты ответа «очень важно» и «важно»), среди студентов — 24%. Представители работающей молодежи придерживаются данного утверждения в 18% случаев. Подобные различия между учащейся и работающей молодежью в основном определяются потребностью в новых формах идентичности — она (в силу возраста) выше среди старшеклассников и студентов, чем среди молодых работников. Обозначенная потребность может быть удовлетворена через рост популярности личного аккаунта в виртуальной социальной сети.

Лидером среди социальных сетей, в которых респонденты хотели бы повысить значимость своего аккаунта, является Instagram (69% среди старшеклассников, 62% среди студентов и 59% среди работающей молодежи). Далее со значи-

тельным отрывом следует «ВКонтакте» (45% среди старшеклассников, 46% среди студентов и 42% среди работающей молодежи). Интерес респондентов к данным социальным сетям, а также к YouTube и Twitter с возрастом снижается. Однако в отношении Facebook и «Одноклассники» наблюдается обратная (хотя и весьма слабая) тенденция роста.

## *5. Владение иностранным языком*

На знание иностранного (в частности, английского) языка направлена серия вопросов в анкетах старшеклассников, студентов и работающей молодежи.

Работающая молодежь в половине случаев может читать и писать по-английски лишь с использованием словаря (53%). В каждом четвертом случае — вовсе не владеет языковыми компетенциями (24%) и каждый одиннадцатый респондент лишь приступил к изучению (9%). Достаточно свободно говорят на английском языке — 13% молодых работников.

Среди студентов свободно владеют иностранным языком — лишь 11% и еще 22% испытывают определенные трудности с изъяснением на сложные темы. В абсолютном незнании иностранного языка признались 28% респондентов.

Старшеклассников мы не спрашивали о нынешнем уровне языковых компетенций, а задали вопрос об интенсивности дополнительных занятий иностранными языками. Треть старшеклассников вообще не используют дополнительные занятия, довольствуясь лишь школьной программой (33%). Ежедневно или практически ежедневно изучают иностранные языки 12% респондентов, 29% — несколько раз в неделю, а 15% — несколько раз в месяц, 11% указали неправдоподобный для эффективного изучения иностранного языка вариант ответа — «несколько раз в год».

### §3. Конкурентные преимущества молодежи

**ТРЕТЬЯ «К» — КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА:** обладание и владение набором средств, ресурсов, материальных и нематериальных активов и их комбинаций, создающим потенциал данного актора, обеспечивающий его преимущества по отношению к конкуренту.

В данный блок включены:

- 1. Ценностное отношение к способу достижения преимуществ перед конкурентом.*
- 2. Конкурентные преимущества, обеспечивающие победу в профессиональном соперничестве.*
- 3. Конкурентные преимущества, обеспечивающие успех в жизни.*
- 4. Взаимоотношения с людьми, и особенно в коллективе, как конкурентное преимущество.*
- 5. Состояние здоровья как конкурентное преимущество.*
- 6. Самооценка конкурентных преимуществ студентами.*

- 1. Ценностное отношение к способу достижения преимущества перед конкурентом*

Ценностный аспект конкурентных взаимодействий молодежи имеет особенную значимость в определении «позитивного» и «негативного» вектора конкуренции. Наибольшее согласие с утверждением «В наше время для победы над конкурентами средства не имеют значения, важен результат» выразили старшеклассники (варианты ответов «согласен полностью» и «скорее согласен, чем не согласен») — 39%. Среди студентов — 35% и среди молодых работников — 32% (см. табл. 18).

Таблица 18

**Распределение ответов респондентов на вопрос:  
«Как Вы относитесь к суждению: “В наше время для победы  
над конкурентами средства не имеют значения,  
важен результат”?» (в % к числу ответивших)**

<i>Вариант ответа</i>	<i>Старше-классники</i>	<i>Студенты</i>	<i>Работающая молодежь</i>
Согласен полностью	12	12	10
Скорее согласен, чем не согласен	27	23	22
Сложно сказать	32	36	34
Скорее не согласен, чем согласен	18	18	24
Совершенно не согласен	9	9	9
Нет ответа	2	2	1
Итого	100	100	100

У всех групп респондентов наибольшая доля относится к сомневающимся, выбравшим ответ «сложно сказать»: 32% — старшеклассники, 36% — студенты, 34% — работающая молодежь. Это позволяет сделать два важных вывода: 1) противоречивость позитивного и негативного отношения к конкуренции представляет для значительной доли учащейся и работающей молодежи проблему ценностного выбора; 2) позитивное решение указанной проблемы является для молодежи необходимым условием деятельного формирования соответствующих конкурентных преимуществ и стремления к конкурентоспособности.

## *2. Конкурентные преимущества, обеспечивающие победу в профессиональном соперничестве*

В качестве наиболее эффективных способов победы в профессиональной конкуренции школьники называют такие личностные варианты, как трудолюбие (89%), интел-

лектуальное преимущество над конкурентами (87%), свой талант и способности (86%). Наименее популярными для достижения успеха у старшеклассников названы: помощь родителей (59%), активная самореклама (56%) и содействие влиятельных знакомых, друзей (52%) (табл. 19).

Среди студенческой и работающей молодежи на первом месте — трудолюбие (по 87%), профессиональное превосходство (по 87%), интеллектуальное преимущество над конкурентами (86 и 85%). Антирейтинг не изменился: содействие влиятельных знакомых, друзей (64 и 53%), помощь родителей (63 и 45%), активная самореклама (61 и 66%).

Таблица 19

**Распределение ответов респондентов на вопрос:  
«Пожалуйста, назовите наиболее эффективные средства,  
способы стать победителем в профессиональной конкуренции»  
(варианты ответа: «очень важно» и «важно»)  
(в % к числу ответивших)**

<i>Вариант ответа</i>	<i>Старше- классники</i>	<i>Студенты</i>	<i>Работающая молодежь</i>
Трудолюбие	89	87	87
Интеллектуальное преимущество над конкурентами	87	86	85
Свой талант, способности	86	85	84
Постоянное повышение квалификации	85	85	84
Профессиональное превосходство	85	87	87
Хитрость, смекалка	83	80	79
Убеждение в правильности дела	82	83	84

<i>Вариант ответа</i>	<i>Старше-классники</i>	<i>Студенты</i>	<i>Работающая молодежь</i>
Средства на развитие необходимых качеств, умений	82	84	83
Личные высокие моральные качества	77	79	70
Поддержка своим руководством	68	78	78
Помощь родителей	59	63	45
Активная самореклама, пиар	56	61	66
Содействие влиятельных знакомых, друзей	52	64	53

### *3. Конкурентные преимущества, обеспечивающие успех в жизни*

В качестве ключевых ориентиров для достижения успеха старшеклассники называют адаптивность (умение приспосабливаться к любым условиям работы) (73% старшеклассников, 75% студентов и 72% молодых работников), трудолюбие и добросовестность (по 72% во всех категориях респондентов). Для старшеклассников на третьем месте — качественное образование (67%), для студентов — предприимчивость (71%), а образование уходит на пятое место. У молодых работников третье место занимает хорошая высокооплачиваемая работа (63%) (табл. 20).

Наименьшую популярность в достижении успеха имеют: материальная поддержка родителей, родственников (36% старшеклассников, 43% студентов и 28% молодых работников), везение, удачное стечение обстоятельств (32, 47 и 38%) и способность и готовность нарушать закон (8, 22 и 9%).



**Распределение ответов респондентов на вопрос:**  
**«Что, по Вашему мнению, необходимо молодому человеку для достижения жизненного успеха?» (оцените по пятибалльной шкале, где 1 — оказывает влияние в минимальной степени, 5 — оказывает влияние в максимальной степени, сумма баллов с 4 по 5) (в % к числу ответивших)**

<i>Вариант ответа</i>	<i>Старше-классники</i>	<i>Студенты</i>	<i>Работающая молодежь</i>
Везение, удачное стечение обстоятельств	32	47	38
Личные физические данные (привлекательность, пол и т. п.)	37	51	33
Материальная поддержка родителей, родственников	36	43	28
Качественное образование	67	67	53
Перспективная специальность	54	64	48
Предприимчивость, находчивость, честолюбие	65	71	59
Природная одаренность, способности	55	65	51
Адаптивность, умение приспосабливаться к любым условиям работы	73	75	72
Трудолюбие, добросовестность	72	72	72
Хорошая высокооплачиваемая работа	55	68	63
Связи, поддержка влиятельных лиц	37	49	36
Способность и готовность нарушать закон	8	22	9
Умение устраивать свои дела всеми доступными средствами	46	53	43

Среди прочих вариантов ответов, предложенных самими респондентами: вера, дружеский союз, желание достичь новых высот, заинтересованность в работе, коммуникабельность, личностные качества, любовь к своему делу, моральная поддержка родственников и друзей, ответственность, амбиции, мудрость, правильно расставленные приоритеты, четкая цель, самоконтроль и абсолютный рационализм, смена президента, советы родителей, интерес, стремление к развитию и совершенствованию, желание осуществить мечту, умение уважать себя и близких.

#### 4. Взаимоотношения с людьми, и особенно в коллективе, как конкурентное преимущество

Старшеклассники демонстрируют наименьший уровень доверия к людям (как знакомым, так и абсолютно чужим) и почти не рассчитывают на их поддержку в трудных ситуациях. Так, три четверти из них считают, что в отношениях с людьми следует быть осторожными (78%). Среди студентов и молодых работников данный показатель снижается до 68 и 69% соответственно (табл. 21).

Таблица 21

**Распределение ответов респондентов на вопрос:  
«Как Вы считаете, большинству людей вокруг можно доверять  
или в отношениях с людьми следует быть осторожными?»  
(в % к числу ответивших)**

<i>Вариант ответа</i>	<i>Старше-классники</i>	<i>Студенты</i>	<i>Работающая молодежь</i>
Большинству людей можно доверять	14	21	21
В отношениях с людьми следует быть осторожными	78	68	69
Затрудняюсь ответить	8	11	10
Итого	100	100	100

В случае острой необходимости большинство респондентов рассчитывают на помощь от одного до трех друзей и знакомых (49% старшеклассников, 52% студентов и 53% молодых работников) (табл. 22).

Таблица 22

**Распределение ответов респондентов на вопрос:  
«Как Вы думаете, сколько Ваших друзей и знакомых  
при необходимости готовы оказать Вам срочную помощь?»  
(в % к числу ответивших)**

<i>Вариант ответа</i>	<i>Старше-классники</i>	<i>Студенты</i>	<i>Работающая молодежь</i>
Ни один	5	5	3
1–3 человека	49	52	53
4–6 человек	28	27	27
7–10 человек	8	8	8
Более 10 человек	7	6	7
Нет ответа	2	2	2
Итого	100	100	100

Абсолютное большинство респондентов при необходимости ожидают помощи прежде всего от родных (от 94 до 95%) и друзей (от 89 до 90%). Далее со значительным отрывом следуют одноклассники (56% школьников), однокурсники (62% студентов) и коллеги (67% молодых работников). Минимум доверия респонденты испытывают к соседям (от 33 до 36%) (табл. 23).

Таблица 23

**Распределение ответов респондентов на вопрос:  
«Кто из Вашего окружения может оказать Вам помощь  
при необходимости?» (вариант ответа: «да»)  
(в % к числу ответивших)**

<i>Вариант ответа</i>	<i>Старше-классники</i>	<i>Студенты</i>	<i>Работающая молодежь</i>
Родные	94	95	95
Друзья	90	89	89

<i>Вариант ответа</i>	<i>Старше-классники</i>	<i>Студенты</i>	<i>Работающая молодежь</i>
Одноклассники/ однокурсники/коллеги	56	62	67
Знакомые	34	36	33
Соседи	28	28	22

Анализ отношений респондентов с наставниками (для школьников — это учителя, для студентов — преподаватели, для молодых работников — непосредственный руководитель) показывает, что для всех групп опрашиваемых наиболее распространенный вариант ответа «отношения ровные, недопонимание отсутствует»: 56% — для студентов, 54% — для молодых работников и 49% — для старшеклассников (табл. 24).

Таблица 24

**Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как бы Вы охарактеризовали Ваши отношения с непосредственным руководителем? / Как бы Вы охарактеризовали Ваши отношения с учителями в школе? / Как бы Вы охарактеризовали Ваши отношения с преподавателями?» (в % к числу ответивших)**

<i>Вариант ответа</i>	<i>Старше-классники</i>	<i>Студенты</i>	<i>Работающая молодежь</i>
Дружелюбные и непредвзятые	42	35	35
Отношения ровные (отсутствие недопонимания)	49	56	54
В большинстве случаев отношения натянутые (трудно взаимодействовать)	6	7	8
Плохие отношения	0	0	1
Нет ответа	3	2	2
Итого	100	100	100

## 5. Состояние здоровья как конкурентное преимущество

Состояние своего здоровья респонденты в основном оценивают как «хорошее» и «среднее». С возрастом данный вариант ответа выбирают все больше респондентов — 76% старшеклассников, 80% студентов и 83% молодых работников. Вариант ответа «здоровье очень хорошее» выбрали лишь 17% школьников, 13% студентов и 14% работающих (табл. 25).

Таблица 25

**Распределение ответов респондентов на вопрос:  
«Как Вы оцениваете состояние своего здоровья в целом?»  
(в % к числу ответивших)**

<i>Вариант ответа</i>	<i>Старше-классники</i>	<i>Студенты</i>	<i>Работающая молодежь</i>
Очень хорошее	17	13	14
Хорошее	49	50	55
Среднее	27	30	28
Плохое	4	3	2
Очень плохое	1	1	0,5
Нет ответа	3	3	0,5
Итого	100	100	100

## 6. Самооценка конкурентных преимуществ студентами

Студентам предложено указать качества конкурентоспособной личности, которые способствуют успеху (открытый вопрос). Наиболее распространенные ответы сгруппированы нами в тематические блоки:

**Управленческие качества** (целеустремленность, ответственность, инициативность, мотивация, строгость, прямолинейность, компетентность, быть грамотным) — 27% .

**Лидерские качества** (амбициозность, упорство, активность, уверенность, знание своих целей, харизма, навыки оратора, быть боссом) — 24% .

**Психологические навыки** (стрессоустойчивость, адаптируемость к разным условиям, быть «живым») — 18% .

**Навыки работы с людьми** (коммуникабельность, доброжелательность, общительность, человечность) — 16% .

**Интеллектуальные навыки** (наличие знаний, острый ум, внимательность, хорошая память, эрудиция, острая смекалка) — 12% .

**Творческие качества** (креативность, творчество) — 11% .

**Аналитические навыки** (прагматизм, внимание к деталям, аналитический ум) — 9% .

#### §4. Реализация конкурентоспособности учащейся и работающей молодежью

**ЧЕТВЕРТАЯ «К» — КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ:** способность успешно реализовывать конкурентные преимущества для сохранения и улучшения передовой позиции актора в конкурентной среде (конкурентной позиции).

В данный блок включены:

- 1. Конкурентоспособность личности и организации.*
- 2. Конкурентные преимущества и самооценки конкурентоспособности.*
- 3. Оценка влияния компетенций на превращение готовности влиять на свою жизнь в конкурентоспособность.*

##### *1. Конкурентоспособность личности и организации*

Вначале рассмотрим **уровень конкурентоспособности** респондентов — системообразующий индикатор проведенного исследования. Для субъективной оценки уровня конкурентоспособности (по самооценке) использован вопрос:

«Считаете ли Вы себя конкурентоспособным?». Процесс формирования 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 сложных социальных процессов и личностных позиций является использование метода самооценки при исследованиях стратификационной структуры российского общества, где именно личностная самооценка выступает одним из четырех факторов, определяющих место человека в социальной иерархии.

Уровень конкурентоспособности старшеклассников и студентов находится на практически идентичном уровне. Суммировав положительные варианты ответа «да, считаю себя конкурентоспособным» и «скорее да, чем нет», видим, что доля конкурентоспособных (по самооценке) среди школьников составляет 72% и среди учащихся учреждений среднего профессионального и высшего образования — 73%. Среди работающей молодежи доля респондентов, считающих себя конкурентоспособными, значительно выше и составляет 89% (табл. 26). Наибольшая доля конкурентоспособной молодежи занята в сфере промышленности (93%) и строительства (88%), а наименьшая — в сельском хозяйстве (79%).

Таблица 26

**Распределение ответов респондентов на вопрос: «Считаете ли Вы себя конкурентоспособным?» в зависимости от социального статуса респондента (в % к числу опрошенных)**

<i>Вариант ответа</i>	<i>Старше-классники</i>	<i>Студенты</i>	<i>Работающая молодежь</i>
Да	19	22	51
Скорее да, чем нет	53	51	38
Скорее нет, чем да	22	22	8
Нет	6	5	3
Итого	100	100	100

Различия между долей конкурентоспособных среди учащихся учреждений среднего профессионального и высшего образования — статистически незначимы. Во всех категориях респондентов отмечена тенденция — мужчины чаще считают себя конкурентоспособными: среди старшекласников мужского пола наблюдается максимальная дистанция в оценках по сравнению с женщинами (разрыв составляет 14%), среди студенческой и работающей молодежи — диапазон различий в оценках 8 и 6% соответственно.

Среди учащейся молодежи не отмечено статистически значимых различий в самооценке уровня конкурентоспособности в зависимости от возраста респондента. Единственной социальной группой, в которой конкурентоспособность изменяется в зависимости от возраста, является работающая молодежь. Среди них наименьшая доля респондентов, без сомнения утверждающих, что они конкурентоспособны, наблюдается у молодежи 22 лет и младше (45% — вариант ответа «да, считаю себя конкурентоспособным»). К возрасту 23–26 лет молодежь в наибольшей степени считает себя конкурентоспособной (54% — вариант ответа «да, считаю себя конкурентоспособным»). У респондентов, приближающихся к верхней возрастной границе молодежного возраста (27 лет и старше), доля конкурентоспособных незначительно снижается, составляя 50% (вариант ответа «да, считаю себя конкурентоспособным»). Отметим, что за счет респондентов, сомневающихся в собственной конкурентоспособности (вариант ответа «скорее да, чем нет»), обозначенная тенденция нивелируется. Положительные ответы на вопрос о самооценке конкурентоспособности дают 89% респондентов 22 лет и младше, 91% — 23–26-летних и 88% респондентов 27 лет и старше (табл. 27).

Представители работающей молодежи, не имеющие детей, считают себя более конкурентоспособными (92%). С ростом числа детей снижается самооценка конкурентоспособности — 86% среди респондентов с одним или двумя детьми



и 83% среди многодетных родителей. Семейный статус не оказал значимого влияния на самооценку респондентом своей конкурентоспособности.

Таблица 27

**Распределение ответов респондентов на вопрос:  
«Считаете ли Вы себя конкурентоспособным?»  
в зависимости от возраста работающей молодежи  
(в % к числу опрошенных)**

<i>Вариант ответа</i>	<i>22 года и младше</i>	<i>23–26 лет</i>	<i>27 лет и старше</i>
Да	45	54	50
Скорее да, чем нет	44	37	38
Скорее нет, чем да	8	6	10
Нет	3	3	3
Итого	100	100	100

Немаловажной является **оценка конкурентоспособности организации**, в которой работает респондент. Считают ее конкурентоспособной 93% опрошенных (из них 72% выбрали категоричный вариант ответа «да», остальные сомневаются в своей оценке — «скорее да, чем нет»). Конкуренцию организации в городе и регионе в основном составляют компании других регионов России (34%), один-два местных крупных конкурента (лидеры рынка) (25%) либо многочисленные местные конкуренты (17%). Лишь 19% респондентов полагают, что конкуренция в регионе относительно низкая (в основном это респонденты, работающие в сфере промышленности и транспорта).

*2. Конкурентные преимущества  
и самооценки конкурентоспособности*

Для полного и всестороннего анализа трактовки респондентами конкурентоспособности рассмотрим их ответы на три открытых вопроса.

Вопрос 1: «Что для Вас значит быть конкурентоспособным (успешным) в жизни в целом?».

Ответы респондентов на первый вопрос сгруппированы нами в 9 тематических блоков. Каждый респондент мог самостоятельно предложить один или несколько вариантов ответов. Всего на вопрос ответили 1005 респондентов.

1. Успех и целеустремленность (быть успешным в личной сфере и в своем деле, быть успешным — значит быть счастливым, добиваться своих целей в жизни, исполнения желаний) — 19%.

2. Способность к конкуренции, гибкость (умение рекомендовать себя, знать, чего хочешь, идти к цели, быть стойким, умение всегда находить решение, общаться, перестраиваться и приспосабливаться к различным жизненным ситуациям, переучиваться, преподносить себя, находить выход из ситуаций и подстраиваться под обстоятельства, отстаивать свою позицию, преодолевать трудности, управлять людьми, уметь то, чего не умеют другие, быть лидером) — 17%.

3. Хорошее отношение к работе, к своему делу (любить свою работу, относиться хорошо и ответственно к своей работе, хорошие человеческие качества для работы) — 13%.

4. Самореализация и трудоспособность (совершенствовать свои навыки, быть хорошим работником, быть трудолюбивым, преодолевать трудности, развиваться, самореализовываться) — 12%.

5. Семья (иметь хорошую семью, детей, семья поможет быть успешным) — 10%.

6. Умения и знания (постоянно развиваться, не стоять на месте — хорошее образование, качество образования) — 9%.

7. Обеспечение моральных и материальных потребностей — 7%.

8. Характеристики качества личности человека (выносливость, стойкость, устойчивость, привлекательность, доброжелательность, ум) — 6%.

9. Значимость и интерес для общества (быть интересным, быть полезным в своей деятельности, успешный человек — тот, к кому тянутся люди) — 6%.

Вопрос 2: «Что для Вас значит быть конкурентоспособным на рынке труда?».

Ответы респондентов на второй вопрос сгруппированы нами в 7 тематических блоков. Каждый респондент мог самостоятельно предложить один или несколько вариантов ответов.

1. Профессионализм (быть профессионалом в своей области, быть профессионалом в своем деле, быть профессионалом с хорошим багажом знаний, быть успешным в своем деле, быть профи в своем деле, важность профессии, иметь хорошие знания не только в своей профессии, уметь применять профессиональные навыки, иметь возможность получить хорошее образование, иметь высшее образование, быть очень образованным, хорошо учиться) — 25%.

2. Обладать определенными личностными качествами и мотивацией (быть лидером в команде, уметь расставлять приоритеты, уметь конкурировать, уметь распределять свои силы и время между домашними заданиями, уметь общаться, уметь переключаться от работы, если это необходимо, уметь общаться с людьми, мотивация в деятельности, предложить то, чего нет у других, преодолевать себя, быть общительным человеком, подавать себя с лучшей стороны, быть коммуникабельным, ответственным, гибким, активным, мобильным, качественно и ответственно выполнять свои задания) — 14%.

3. Быть преуспевающим (быть лучше других людей, идти в ногу со временем, быть способным прилагать усилия и обладать способностями, необходимыми для превосходства над другими кандидатами, быть успешным, не «тупить» и хорошо учиться, постоянно самосовершенствоваться) — 11%.

4. Вызывать интерес у работодателя (быть востребованным работодателями, жизнь — это и есть рынок труда, мы продаем свои идеи) — 6% .

5. Быть трудолюбивым (трудолюбие, быть трудолюбивым, быть впереди в сфере труда, быть старательным, держать стабильность своего труда, быть ответственным, дисциплинированным, пунктуальным) — 6% .

6. Иметь интересную и престижную работу (возможность выбрать работу, которая мне интересна, знать работу, иметь полезную высокооплачиваемую работу, иметь возможность выбрать работу, занимать высокую должность) — 6% .

7. Самосовершенствоваться и развиваться (постоянно развиваться, постоянно совершенствоваться, развивать свои умения, развивать навыки, достигать своих целей, самореализация и самосовершенствование) — 5% .

Иные варианты ответов: я не отношусь к тем людям, чтобы сами себя продавали, чтобы тебя могли взять — надо быть рабом, а я — не раб.

Вопрос 3: «Какие качества, по Вашему мнению, необходимы человеку для того, чтобы быть конкурентоспособным?» .

Ответы респондентов на третий вопрос сгруппированы нами в 7 тематических блоков. Каждый респондент мог самостоятельно предложить один или несколько вариантов ответов. Не ответили на вопрос 285 респондентов.

1. Целеустремленность (иметь четкие цели на будущее, исполнение своих планов) — 24% .

2. Усердие (трудолюбие, упорство, работоспособность, умение эффективно работать, стойкость, хороший вклад в работу) — 23% .

3. Образованность (самообучаемость, обладать знаниями, грамотность, умение учиться чему-то новому) — 17% .

4. Обязательность (ответственность, дисциплина и качество выполнения порученной работы) — 17% .

5. Умения и способности (хорошие навыки, умение само совершенствоваться, заинтересовывать, адаптироваться, подавать себя, руководить, следить за своим здоровьем, отдыхать, профессионализм, задатки лидера) — 12%.

6. Характер (хитрый, добрый, стрессоустойчивый, выносливый, авторитетный, сдержанный, общительный, коммуни-кабельный, терпеливый, настойчивый, гибкий) — 11%.

7. Успешность (желание и стремление быть успешным) — 8%.

Таким образом, при анализе вопросов «Что для Вас значит быть конкурентоспособным (успешным) в жизни в целом?», «Что для Вас значит быть конкурентоспособным на рынке труда?» и «Какие качества, по Вашему мнению, необходимы человеку для того, чтобы быть конкурентоспособным?» выяснились некоторые конкурентные стратегии и стереотипы восприятия конкурентоспособности респондентами.

Во-первых, 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. Так, около 7% опрошенных упомянули негативные черты и характеристики конкурентоспособной личности. Примечательно, что чаще наделяли конкурентоспособного человека негативными чертами (высокая амбициозность, наглость, упертость, самодовольность, хитрость и умение добиваться своих целей любой ценой) респонденты, не считающие себя конкурентоспособными. Они же отмечали возможность занять желаемое рабочее место, прибегая к недобросовестным приемам, или отнять его у соперника.

Во-вторых, у респондентов отмечается преобладающее стремление к индивидуальной конкурентоспособности. На коллективную конкурентоспособность ориентированы менее 10% опрошенных. Другие люди воспринимаются ими как «чужие», «враги», «соперники», а не как «партнеры» и

«коллеги», объединившись с которыми можно укрепить свои слабые стороны за счет их достоинств и приобрести тем самым более высокую командную конкурентоспособность. Здесь речь может идти об объединении как для выполнения конкретного краткосрочного проекта или рабочей задачи, так и для стратегических целей — продвижения данной сформировавшейся команды в научном или производственном секторе. Именно так рождаются и развиваются научные школы, ведущие компании и концерны. В долгосрочной перспективе индивидуальная конкурентоспособность неизбежно проигрывает конкурентоспособности коллективной.

### *3. Оценка влияния компетенций на превращение готовности влиять на свою жизнь в конкурентоспособность*

Испытывали ли респонденты трудности при устройстве на работу? Молодежь, считающая себя конкурентоспособной, лишь в четверти случаев столкнулась с определенными сложностями при трудоустройстве (27%), прочим респондентам было сложнее найти работу (41%).

Конкретизация испытанных сложностей показала, что для конкурентоспособной молодежи распространенной преградой для поиска рабочего места является низкий уровень предлагаемой заработной платы — 24% (среди неконкурентоспособных актуально лишь в 9% случаев) и отсутствие подходящих рабочих мест — 15% (для неконкурентоспособных — 9%). В свою очередь, респонденты, сомневающиеся в собственной конкурентоспособности, не могут найти работу из-за отсутствия опыта работы — 60% (для конкурентоспособных актуально в 47% случаев), а также 14%, не считающих себя конкурентоспособными, не смогли найти работу по полученной профессии (для конкурентоспособных актуально лишь в 6% случаев).

Дополнительным индикатором, позволяющим оценить успешность участия молодежи в конкуренции, стал вопрос «У разных людей по-разному складывается участие в конкуренции». Респондентам предлагалось дать оценку по десятибалльной шкале. Объединим баллы с 7 по 10 в категорию «успешно участвую в конкуренции». Как и ожидалось, молодежь, считающая себя конкурентоспособной, максимально успешна в конкурентных взаимодействиях — 56%, а неконкурентоспособные ровесники — лишь в 32% случаев (табл. 28).

Обратимся к этическим аспектам конкуренции. Каждый третий конкурентоспособный респондент согласен с утверждением «В наше время для победы над конкурентами средства не имеют значения, важен результат» («согласен полностью», «скорее согласен») — 33%, что для неконкурентоспособных актуально лишь в 27% случаев. Однако при анализе полярных позиций («совершенно не согласен» и «согласен полностью») наблюдается иная тенденция — конкурентоспособные респонденты более трепетно относятся к тому, как достигается конкурентное преимущество.

Таблица 28

**Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как Вы относитесь к суждению: “В наше время для победы над конкурентами средства не имеют значения, важен результат”?» в зависимости от самооценки конкурентоспособности работающей молодежи (в % к числу опрошенных)**

<i>Вариант ответа</i>	<i>Конкурентоспособные</i>	<i>Неконкурентоспособные</i>
Согласен полностью	9	15
Скорее согласен, чем не согласен	24	12
Сложно сказать	33	45
Скорее не согласен, чем согласен	25	23
Совершенно не согласен	10	5
Итого	100	100

**На основе проведенного в данной главе анализа результатов, полученных в ходе анкетного опроса респондентов, мы пришли к следующим ключевым выводам, соответствующим каждому из рассмотренных элементов модели «4-К».**

### *1. Конкурентоориентированность*

Имеет место ярко выраженное противоречивое отношение к конкуренции.

Устойчивая ценностно-мотивационная характеристика конкурентоориентированности зависит:

- от соотношения позитивной и негативной оценки отношения к конкуренции;
- позитивного разрешения двойственного отношения к конкуренции, позволяющего сделать выбор в пользу участия в конкуренции и стремиться достигнуть конкурентоспособности в соответствующем конкурентном поле.

Целевые установки снятия беспокойства о будущем России определяют основные направления конкурентоориентированности молодежи:

- абсолютное большинство всех групп молодежи в той или иной мере беспокоит будущее России (старшеклассники — 83%, студенты — 81%, работающая молодежь — 89%), и это беспокойство открывает два пути его снятия: остаться в России или уехать из страны;
- большинство из всех групп опрошенных отдают предпочтение России в качестве места снятия беспокойства о будущем своей страны (старшеклассники — 63%, студенты — 73%, работающая молодежь — 85%) при ярко выраженной тенденции роста уровня выбора в пользу России по мере продвижения молодого человека по ступеням своего взросления, особенно после вступления во взрослую трудовую жизнь;
- ответы молодежи, готовой остаться в России, на вопросы о конкретных способах снятия беспокойства о будущем



- России по мере движения от стадии учебы до взрослой трудовой жизни обнаруживают рост доли молодежи, ориентированной на профессиональную и бизнес-деятельность (школьники — 39%, студенты — 48%, работающая молодежь — 57%), участие во властных структурах (школьники — 11%, студенты — 13%, работающая молодежь — 16%), но при этом показывают снижение доли молодежи, ориентированной на участие в оппозиции (школьники — 14%, студенты — 13%, работающая молодежь — 12%);
- практически у всех групп молодежи, желающих уехать из России, существенным образом преобладает ярко выраженный целевой потребительский ориентир — лучшие условия жизни для себя и своей семьи (школьники — 63%, студенты — 57%, работающая молодежь — 74%). Ориентация на продолжение обучения, профессиональной карьеры и организация бизнеса занимают второстепенное, подчиненное от потребительской ориентации место.

## *2. Компетенции*

Уровень успеваемости в учебном заведении по многим дисциплинам при прочих равных условиях выражает и уровень способностей выбирать, мобилизовывать, комбинировать знания, навыки, умения, полученные по различным дисциплинам, для достижения поставленной цели. Среди конкурентоспособных респондентов варианты «учусь на отлично» и «учусь на хорошо и отлично» выбрали 66% старшеклассников, 65% студентов и 72% работающей молодежи. При этом у работающей молодежи в 55% случаев преобладает ответ, что знаний, полученных ими в учебном заведении, «не всегда достаточно».

Значительная часть опрошенных (школьники — 71%, студенты — 64%, работающая молодежь — 56%) в той или иной степени считают владение компетенциями, обеспечивающими популярность в социальных сетях, важным средством дости-

жения конкурентоспособности. Однако доля стремящихся к тому, чтобы иметь популярный аккаунт в социальных сетях, невелика (школьники — 21%, студенты — 24%, работающая молодежь — 18%). Видимо, это связано с отсутствием у респондентов необходимых компетенций (либо нежеланием их приобретать).

### *3. Конкурентные преимущества*

#### **1. Конкурентные преимущества, обеспечивающие победу в профессиональном соперничестве**

Сопоставляя ответы различных групп молодежи по поводу наиболее эффективных средств и способов стать победителем в профессиональной конкуренции, можно прийти к следующим выводам:

- у всех опрошенных групп трудолюбие занимает первое место (от 62,6 до 66%);
- набор из пяти важнейших способов достижения победы в профессиональной конкуренции у всех групп в различных комбинациях содержит устойчивое ядро из трех конкурентных преимуществ (постоянное повышение квалификации; профессиональное превосходство; интеллектуальное преимущество над конкурентами);
- если, по мнению работающей молодежи, трудолюбие и постоянное повышение квалификации обеспечивает профессиональное превосходство и интеллектуальное преимущество над конкурентами, то, по мнению учащейся молодежи, за трудолюбие и постоянное повышение квалификации, профессиональное и интеллектуальное преимущество отвечают талант и способности. И это не случайно: работающая молодежь в ходе своей профессиональной трудовой деятельности убедилась в том, что только трудолюбие и постоянное повышение квалификации гарантируют как достижение профессиональных и интеллектуальных преимуществ, так и реализацию на практике своих талантов и способностей.

## **2. Конкурентные преимущества, обеспечивающие успех в жизни**

В представленном анализе мнений различных групп молодежи по поводу конкурентных преимуществ, обеспечивающих успех в жизни, выявлено особое место качества образования среди других наиболее важных для респондентов факторов жизненного успеха:

- у всех опрошенных групп трудолюбие, добросовестность занимают первое (школьники — 61% , работающая молодежь — 54%) либо второе (студенты — 51%) места;
- набор из пяти важнейших факторов жизненного успеха у всех групп опрошенных в различных комбинациях содержит одни и те же элементы: трудолюбие, добросовестность; адаптивность, умение приспосабливаться к любым условиям работы; предприимчивость, находчивость, честолюбие; качественное образование; хорошая высокооплачиваемая работа;
- по мнению работающей и студенческой молодежи, качественное образование занимает пятую позицию среди остальных факторов жизненного успеха. В этой позиции качественное образование, с одной стороны, оказывает существенное влияние на проявления остальных факторов, а с другой — остальные факторы, занимающие позиции с первой по четвертую, определяют долгосрочные ориентиры качественного образования, включающего в себя не только обучение, но и воспитание установок на трудолюбие и добросовестность, на формирование предприимчивости, находчивости, честолюбия;
- третья позиция качественного образования среди остальных четырех важнейших факторов жизненного успеха в оценках старшеклассников означает его ключевую роль в обеспечении будущего жизненного успеха. С одной стороны, качественное образование в школе должно научить их быть трудолюбивыми, добро-

совестными, умелыми в процессе получения системных знаний, выстраивании позитивных коммуникаций с одноклассниками и преподавателями, овладении умениями и навыками самообучения и самообразования, с другой — не только создать необходимый потенциал для продолжения образования в высшей школе, но и сформировать правильное, позитивное, ценностное отношение к таким качествам, как предприимчивость, находчивость, честолюбие.

#### *4. Конкурентоспособность*

Уровень конкурентоспособности старшеклассников и студентов находится на практически идентичном уровне. Доля конкурентоспособных (по самооценке) среди школьников составляет 72%, среди учащихся учреждений среднего профессионального и высшего образования — 73%. Среди молодых работников уровень конкурентоспособности значительно выше — 89%. Во всех группах респондентов отмечена устойчивая тенденция — мужчины высоко оценивают собственную конкурентоспособность.

Представители работающей молодежи, не имеющие детей, считают себя более конкурентоспособными. С ростом числа детей снижается самооценка конкурентоспособности как у мужчин, так и у женщин. Семейный статус не оказал значимого влияния на оценку респондентом своей конкурентоспособности.

Присутствует стремление молодежи к индивидуальной конкурентоспособности. На коллективную конкурентоспособность ориентированы менее 10% респондентов.

Молодежь, причисляющая себя к конкурентоспособной, лишь в четверти случаев столкнулась с определенными сложностями при трудоустройстве (27%), прочим респондентам было сложнее найти работу (41%).

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

---

Отношения конкуренции пронизывают все сферы общественной жизни от экономики и политики до межличностных интеракций, находя отражение в различных рейтингах, индикаторах и иных показателях. В монографии особое внимание уделено обоснованию социального аспекта конкуренции в противовес широко распространенному в научной среде экономическому взгляду на данный феномен. Конкуренцию предлагается трактовать как действия человека либо социальной общности на основе мотивированных ценностей, направленных на достижение значимых экономических, социальных, политических и иных результатов.

В современном мире конкуренция меняет свой облик, устанавливая приоритет за нематериальными конкурентными преимуществами. Если в условиях раннего капитализма конкурентные отношения носили в основном экономический характер, то по мере усложнения общества и его социально-экономического содержания усиливается их социальный аспект. В постиндустриальном обществе на первый план выходит именно социальная сторона конкурентных отношений. Ключевыми конкурентными преимуществами становятся знания и компетенции (в том числе так называемые SoftSkills). Человеческий капитал лежит в основе уровня конкурентоспособности акторов социальных отношений. Ведущая роль в его формировании отводится социальному институту образования, в частности — общего и профессионального образования. Вместе с тем уровень конкурентоспособности личности определяется множеством иных социально-культурных факторов — мировоззренческих установок, ценностных ориентиров, патриотизма, степени вовлеченности в общественную жизнь, социального расслоения, семейного положения, отношения к учебе, к планированию собственной жизни и других социальных факторов.

В монографии представлен теоретико-эмпирический анализ конкуренции как социального феномена. Предложена авторская модель «4-К» в виде устойчивой цепочки: от конкурентоориентированности через достижение конкурентных преимуществ путем овладения необходимыми общекультурными, социальными и профессиональными компетенциями до практической реализации конкурентоспособности в ходе активной социально-трудовой деятельности.

Реализованная исследовательская концепция предполагала поэтапное изучение конкуренции как социально-культурного феномена и, опираясь на него, анализ процесса формирования и накопления конкурентоспособности молодежи. При должном аккумулировании конкурентного потенциала следующим этапом реализации становится конкурентоориентированность как устойчивый комплекс социально-профессиональных компетенций.

В исследовательскую практику внедрено понятие «конкурентное поле», которое представляет собой взаимодействие двух реальностей: 1) распределение и закрепление экономических, культурных, социальных капиталов за различными субъектами, ориентирующее их на достижение позиционной выгоды от лучшей локализации или рыночного положения; 2) конфигурация символического капитала, обеспечивающая конструирование мира акторами в таких образах восприятия, которым они доверяют, к которым лояльны и с помощью которых готовы соответствующим образом мыслить и действовать. В силу этого современное общество трактуется как социальное пространство комплекса конкурентных полей.

Практика конкурентных взаимодействий рассмотрена на примере молодежи как особой социально-демографической группы. В спектр исследовательского интереса вошли старшеклассники, студенты учреждений среднего профессионального и высшего образования (как представители учащейся молодежи) и молодые работники. Названные социальные группы относятся к трем поколениям молодежи — бумеры (X), миллениалы (Y) и центениалы (Z), согласно популярной теории Штрауса–Хоува.

Представители молодого поколения в процессе социализации формируют определенный тип мировосприятия. В результате

заметны серьезные различия мнений представителей молодого и старшего поколения относительно ключевых социальных явлений и процессов. Отмеченное отечественными и зарубежными исследователями межпоколенческое расхождение в ближайшие десятилетия определит социокультурные особенности общества. Значимым внешним фактором, определившим трансформацию мировосприятия и повседневных практик взаимодействия молодого поколения, стало развитие информационных технологий. Трансформация взглядов молодежи различных поколений влияет и на образовательный процесс, и на профессиональную деятельность.

Особое внимание уделено одаренным детям и молодежи. Одаренность рассматривается как стратегический ресурс конкурентоспособности. Поддержка талантливой молодежи предполагает (вне зависимости от социально-экономического положения их семей и места проживания) создание комплекса условий для реализации интеллектуального потенциала, профессионального развития и формирования конкурентоориентированности и навыков поддержания устойчивой конкурентоспособности на протяжении всей жизни. В стратегиях социально-экономического развития многих российских регионов присутствует раздел кадрового обеспечения социально-экономического роста, в том числе посредством работы с одаренной молодежью и формирования конкурентоспособности подрастающего поколения. Очевидно, что работа по формированию конкурентоориентированности молодежи должна начинаться с формирования высококвалифицированного педагогического состава на всех ступенях образования.

В данной работе подчеркивается, что в полной мере конкурентоориентированность отмечается у старшеклассников в виде сформированного диапазона ценностных приоритетов, профориентационных предпочтений и сформированных стратегий социального поведения и стереотипов действий в различных социально обусловленных ситуациях. Среди значимых количественных индикаторов конкурентоориентированности учеников школ можно назвать «успеваемость», «участие в олимпиадах» и др.

В структуре формирования конкурентоориентированности и реализации конкурентоспособности особого внимания заслуживает предпринимательская деятельность. В монографии она рассматривается как установка молодежи на достижение личной конкурентоспособности и социальной успешности. Создание собственного дела — один из способов проявления личной конкурентоспособности и социальной успешности.

Итоги проведенного опроса показали, что подавляющая часть респондентов, связанных на основном месте работы с инновационной деятельностью «постоянно» и «время от времени», намерены отдать предпочтение добровольной предпринимательской активности, ориентированной на создание собственного дела. Однако до практической реализации, воплощения задуманного доходят лишь единицы.

По результатам теоретико-эмпирических исследований научного коллектива предложен композитный индекс конкурентоспособности молодежи, основанный на элементах человеческого капитала и оценке субъективного благополучия. Полученный индекс базируется на двух группах показателей: объективное социальное положение индивида (уровень образования, материальное положение, принадлежность к социальному слою, уровень управленческих полномочий) и субъективные характеристики благополучия (удовлетворенность жизнью в целом, степень уверенности в своем будущем и оценка интенсивности позитивных/негативных изменений в жизни). Помимо этого, предложены общеметодологические принципы оценки конкурентной среды: принцип системности переменных значений; принцип охвата компетентностной деятельности; принцип сопоставимости показателей.

Перспективной задачей для образовательных учреждений среднего профессионального и высшего образования является разработка и реализация комплекса дисциплин, направленных на овладение общекультурными и профессиональными компетенциями, обеспечивающими платформу для успешного осуществления студентами жизненной траектории.



## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

---

1. Аберкромби, Н. Социологический словарь / Н. Аберкромби, С. Хилл, Б. С. Тернер. — М.: Экономика, 2004. — 620 с.
2. Адамов, В. Е. Факторный индексный анализ (методология и проблемы) / В. Е. Адамов. — М.: Статистика, 1977. — 200 с.
3. Аитов, Н. А. Можно ли управлять социальными процессами? / Н. А. Аитов // Социологические исследования. — 1998. — № 3. — С. 24–30.
4. Аитов, Н. А. Социальное развитие регионов / Н. А. Аитов. — М.: Мысль, 1985. — 220 с.
5. Айтиалиева, В. В. Методы выявления и оценки талантливых сотрудников в организации / В. В. Айтиалиева, И. Г. Юркова // Наука и мир. — 2016. — Т. 2, № 3 (31). — С. 8–10.
6. Ананьева, Т. Н. Всероссийская студенческая олимпиада как механизм выявления талантливой молодежи / Т. Н. Ананьева [и др.] // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. — 2013. — № 4. — С. 56–65.
7. Андрианова, Е. В. Мотивы и трудовые ценности молодежи: парадоксы развития / Е. В. Андрианова, А. Н. Тарасова, И. Ф. Печеркина // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. — 2018. — № 3. — С. 324–343.
8. Арбуз, А. В. Молодежная миграция в условиях регионального рынка труда (на материалах Омской области) / А. В. Арбуз, О. С. Широколобова // Siberian Socium. — 2017. — Т. 1, № 2. — С. 61–71.
9. Асташова, Ю. В. Теория поколений в маркетинге / Ю. В. Асташова // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. — 2014. — Т. 8, № 1. — С. 108–114.
10. Базова кафедра предпринимательства ТюмГУ // Университет и регион. — 2019. — № 10 (727). — С. 29.
11. Барзгова, Е. С. Бизнес-образование в России: этапы развития / Е. С. Барзгова, Т. А. Жеребцова // Вестник Томского государственного университета. Серия: Философия. Социология. Политология. — 2001. — № 1. — С. 140–151.
12. Безенкова, Т. А. Одаренные дети как объект социальной педагогики / Т. А. Безенкова, М. А. Черкасова // Инновационное развитие. — 2017. — № 4 (9). — С. 115–116.

13. Беккер, Г. Не жалейте денег на людей / Г. Беккер // Business Week. — 1996. — № 6. — С. 4–5.
14. Беляева, Л. А. Уровень и качество жизни. Проблемы измерения и интерпретации / Л. А. Беляева // Социологические исследования. — 2009. — № 1. — С. 33–42.
15. Богатырева, К. А. Переход от предпринимательских намерений к действиям по созданию бизнеса на примере российских студентов / К. А. Богатырева, Г. В. Широкова // Форсайт. — 2017. — № 11 (3). — С. 25–36.
16. Борзаков, Д. В. Корпоративная социальная ответственность в восприятии поколений Y и Z / Д. В. Борзаков // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. — 2018. — № 2. — С. 58–66.
17. Бородкин, Ф. М. Социальные индикаторы — что это? / Ф. М. Бородкин // Мир России. — 2004. — № 4. — С. 62–101.
18. Бурдые, П. Социальное пространство: поля и практики: пер. с фр. / П. Бурдые; отв. ред. перевода, сост. и послесл. Н. А. Шматко. — М.: Ин-т экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2005. — 576 с.
19. ВНИУ ВШЭ обсудили тренды развития высшей школы в России и в мире [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.hse.ru/news/edu/226698667.html> (дата обращения: 29.03.2019).
20. Вебер, М. Избранные произведения / М. Вебер. — М.: Прогресс, 1990. — 456 с.
21. Вебер, М. Основные социологические понятия // Теоретическая социология: антология: в 2 ч. / М. Вебер. — М.: Университет, 2002. — Ч. 1. — С. 70–146.
22. Власюк, Г. В. Конкурентоспособность: социологический поход / Г. В. Власюк // Преподаватель XXI век. — 2013. — № 2. — С. 364–374.
23. VIII Международная конференция исследователей высшего образования «Университеты, меняющие себя и мир» / НИУ «Высшая школа экономики», Москва, 19–21 октября 2017 г. [Электронный ресурс]. — URL: [http://www.innocentre.tversu.ru/.../programma\\_konferentsii\\_raivo\\_2017\\_12\\_10\\_17.pdf](http://www.innocentre.tversu.ru/.../programma_konferentsii_raivo_2017_12_10_17.pdf) (дата обращения: 29.03.2019).
24. Вузы — центры развития регионов [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.hse.ru/news/edu/203165602.html> (дата обращения: 29.03.2019).
25. Геннадий Куцев: работать с одаренными детьми должны подготовленные учителя [Электронный ресурс]. — URL: <https://t-l.ru/137239.html> (дата обращения: 15.02.2019).

26. Голиусова, Ю. В. Прекарная занятость молодежи: к методологии исследования вопроса / Ю. В. Голиусова // Россия и мир: глобальные вызовы и стратегии социокультурной модернизации: материалы Международной научно-практической конференции, Москва, 12–13 октября 2017 г. / отв. ред. А. В. Тихонов. — М.: ФНИСЦ РАН, 2017. — С. 572–573.
27. Горбунова, О. Н. ИЧР: методологии расчета, показатели и индикаторы / О. Н. Горбунова, М. А. Гегамян // Социально-экономические явления и процессы. — 2013. — № 3 (49). — С. 49–53.
28. Горшков, М. Г. Роль неэкономических факторов в использовании потенциала экономического роста, модернизации и консолидации российского общества и регионов РФ / М. Г. Горшков // Вестник Тюменского государственного университета. Социология. — 2014. — № 8. — С. 7–18.
29. Давыдов, А. А. Развитие человека и конкурентоспособность страны в социуме: долгосрочный прогноз для России [Электронный ресурс] / А. А. Давыдов. — URL: [http://www.isras.ru/blog\\_davydov\\_04.html](http://www.isras.ru/blog_davydov_04.html) (дата обращения: 19.03.2019).
30. Данилов, И. П. Корпоративная культура как основной социокультурный фактор конкурентоспособности промышленного предприятия / И. П. Данилов, И. А. Емельянова, Л. Н. Быкова // Вестник Чувашского университета. — 2012. — № 2. — С. 424–431.
31. IX Международная конференция исследователей высшего образования «Университеты в поиске баланса между новыми и старыми целями» / НИУ «Высшая школа экономики», Москва, 23–25 октября 2018 г. [Электронный ресурс]. — URL: <https://educonf.hse.ru/mirror/pubs/share/direct/226571905> (дата обращения: 29.03.2019).
32. Дементьева, И. Н. Опыт применения индексного метода в социологических исследованиях / И. Н. Дементьева // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. — 2014. — № 4 (122). — С. 15–23.
33. Денис Ковалевич: «Строитель бизнеса — это новая профессия» // Университет и регион. — 2019. — № 10 (727). — С. 10–13.
34. Детская одаренность [Электронный ресурс]. — URL: [http://adalin.mospsy.ru/l\\_01\\_12.shtml](http://adalin.mospsy.ru/l_01_12.shtml) (дата обращения: 15.02.2019).
35. Доклад о развитии человека 2010. Реальное богатство народов: пути к развитию человека. — М.: Весь мир, 2010. — 244 с.
36. Доклад Правительства Российской Федерации о реализации национальной образовательной инициативы «Наша новая

- школа» в 2010 году. Раздел 2: Направление «Развитие системы поддержки талантливых детей» [Электронный ресурс]. — URL: [https://www.profiopro.ru/upload/iblock/11f/1530\\_11.pdf](https://www.profiopro.ru/upload/iblock/11f/1530_11.pdf) (дата обращения: 15.02.2019).
37. Дрзеник, Х. М. Оценка конкурентоспособности наций: глобальный индекс конкурентоспособности (основные положения) [Электронный ресурс] / Х. М. Дрзеник, Т. Гейгер. — URL: [http://www.feg.org.ua/docs/metodologia2008\\_RUS.pdf](http://www.feg.org.ua/docs/metodologia2008_RUS.pdf) (дата обращения: 19.03.2019).
  38. Еременко, Ю. В. Творчески одаренные ученики как категория девиантного риска: социологический анализ / Ю. В. Еременко // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. — 2017. — Т. 7, № 3 (24). — С. 219–227.
  39. Еськов, В. М. Поддержка одаренности — социальная необходимость для обеспечения безопасности России: монография / В. М. Еськов. — Сургут: СурГУ, 2001. — 205 с.
  40. Зиновьев, А. А. Запад. Феномен западнизма / А. А. Зиновьев. — М.: Центрполиграф, 1995. — 464 с.
  41. Зиновьев, А. А. Запад. Феномен западнизма [Электронный ресурс] / А. А. Зиновьев. — URL: [https://www.e-reading.club/bookreader.php/88145/Zinov%27ev\\_-\\_Zapad.\\_Fenomen\\_zapadnizma.html](https://www.e-reading.club/bookreader.php/88145/Zinov%27ev_-_Zapad._Fenomen_zapadnizma.html) (дата обращения: 29.03.2019).
  42. Из интервью «Одарен! Что делать?» автора концепции одаренности в РФ, чл.-кор. РАО В. Панова // Городские известия (г. Курск). — 2012. — № 145 (3316).
  43. Ильин, Е. П. Психология творчества, креативности, одаренности / Е. П. Ильин. — СПб.: Питер, 2009. — 448 с.
  44. Индекс глобальной конкурентоспособности [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий, 2006–2018. — URL: <http://gtmarket.ru/ratings/global-competitiveness-index/info> (дата обращения: 25.03.2019).
  45. Инструментарий получения индикаторов и индексов модернизации // Атлас модернизации России и ее регионов: социоэкономические и социокультурные тенденции и проблемы / сост. и отв. ред. Н. И. Лапин. — М.: Весь мир, 2016. — С. 323–327.
  46. Итоги Совета Проекта 5-100 от 6 ноября 2018 г. [Электронный ресурс]. — URL: <https://5top100.ru/news/90865> (дата обращения: 29.03.2019).
  47. Калюжнов, Н. В. Корпоративная культура как фактор повышения конкурентоспособности организации: дис. ... канд. социол. наук: 22.00.04. — Иркутск, 2007. — 187 с.

48. Карачаровский, В. В. Культура и модернизация в зеркале взаимодействия российских и иностранных профессионалов в мультинациональных трудовых коллективах в России / В. В. Карачаровский, О. И. Шкаратан, Г. А. Ястребов // Социологические исследования. — 2014. — № 8. — С. 67–77.
49. Карпичев, В. С. Социальное управление: курс лекций / В. С. Карпичев. — М.: РАГС, 2000. — 438 с.
50. Козловская, О. В. Конкурентоспособность как системообразующее свойство региона / О. В. Козловская, Е. Н. Акерман // Вестник Тюменского государственного университета. — 2008. — № 1. — С. 42–46.
51. Лапин, Н. И. Регион, его статус и функции в российском обществе: теоретико-методологические основы исследования / Н. И. Лапин // Социологические исследования. — 2006. — № 8. — С. 25–34.
52. Лапин, Н. И. Социокультурные факторы российской стагнации и модернизации / Н. И. Лапин // Социологические исследования. — 2011. — № 9. — С. 3–18.
53. Лапин, Н. И. Социокультурный подход и социетально-функциональные структуры / Н. И. Лапин // Социологические исследования. — 2000. — № 7. — С. 3–12.
54. Лапин, Н. И. Теория и практика инноватики: учеб. пособие / Н. И. Лапин. — М.: Логос, 2008. — 328 с.
55. Левада, Ю. А. Сочинения: избранное: социологические очерки, 2000–2005 / Ю. А. Левада; сост. Т. В. Левада. — М.: Издатель Карпов Е. В., 2011. — 507 с.
56. Левицкая, И. А. Конкурентоспособность будущего специалиста как социально-педагогическая категория / И. А. Левицкая // Современные исследования социальных проблем: электрон. науч. журнал. — 2016. — № 1 (57). — С. 110–124.
57. Лисаускене, М. В. Молодые сибиряки: жизненные ценности и модели поведения «поколения Z» (опыт исследований молодежи Иркутской области в 1991, 2013, 2018 гг.) / М. В. Лисаускене // Siberian Socium. — 2019. — Т. 3, № 1. — С. 46–60.
58. Лунякова, Л. Г. Материал интернет-конференции «Дети и молодежь» [Электронный ресурс] / Л. Г. Лунякова. — URL: <https://iq.hse.ru/more/education/odarennie-deti> (дата обращения: 15.02.2019).
59. Манифест. Гуманистическая педагогика XXI века [Электронный ресурс] // Новая газета. — 2015. — № 112. — С. 14–16. — URL: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2015/10/11/65959-gumani-sticheskaya-pedagogika-xxi-vek> (дата обращения: 25.03.2019).

60. Манхейм, К. Диагноз нашего времени: пер. с нем. и англ. / К. Манхейм. — М.: Юристъ, 1994. — 693 с.
61. Маркс, К. Критика Готской программы / К. Маркс. — М.: Мысль, 1987. — 752 с.
62. Медведев назвал трудоустройство выпускников вузов в РФ государственной проблемой [Электронный ресурс]. — URL: <https://tass.ru/obschestvo/4988526> (дата обращения: 19.03.2019).
63. Межрегиональный НОЦ Тюменской области, ХМАО и ЯНАО [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.utmn.ru/ноц.рф> (дата обращения: 29.03.2019).
64. Мелхорн, Г. Гениями не рождаются. Общество и способности / Г. Мелхорн, Х. Мелхорн. — М.: Просвещение, 1989. — 160 с.
65. Мельник, В. В. Дискурс о социально-экономических аспектах пространства глобальной конкуренции (по материалам международных публикаций) / В. В. Мельник // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. — 2017. — Т. 3, № 2. — С. 8–24.
66. Мельник, В. В. Новая индустриализация и конкурентоспособность молодежи / В. В. Мельник // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. — 2017. — № 3 (54). — С. 53–63.
67. Молодежь новой России: образ жизни и ценностные приоритеты: аналитический доклад, подготовленный в сотрудничестве с Представительством Фонда им. Фридриха Эберта в Российской Федерации / М. К. Горшков [и др.]. — М., 2007. — 143 с.
68. Мониторинг трудоустройства молодежи / Е. М. Авраимова [и др.]. — М.: Дело, 2018. — 60 с.
69. Немировский, В. Г. Представления населения Красноярского края о смысле жизни: структура и динамика (1991–2016 гг.) / В. Г. Немировский // Siberian Socium. — 2018. — Т. 2, № 1. — С. 20–40.
70. Немировский, В. Г. Социальная конкурентоспособность: шансы на успех у молодежи и взрослых / В. Г. Немировский, А. В. Немировская // Социологический журнал. — 2018. — Т. 24, № 2. — С. 135–149.
71. О результативности работы органов исполнительной власти Тюменской области по выявлению и продвижению талантливых детей и молодежи в Тюменской области в 2017 году [Электронный ресурс]. — URL: [https://admtyumen.ru/ogv\\_ru/society/talented-children/more.htm](https://admtyumen.ru/ogv_ru/society/talented-children/more.htm) (дата обращения: 15.02.2019).

72. Одаренные дети: пер. с англ. / под общ. ред. Г. В. Бурменской, В. М. Слущкого; предисл. В. М. Слущкого. — М.: Прогресс, 1991. — 376 с.
73. Одаренные дети — ресурс человеческого потенциала современной России [Электронный ресурс]. — URL: [https://iq.hse.ru/more/education/odarennie-deti#\\_ftn1](https://iq.hse.ru/more/education/odarennie-deti#_ftn1) (дата обращения: 15.02.2019).
74. Основы законодательства Российской Федерации о культуре. Статья 33. Обязанности государства по созданию условий для самореализации талантов [Электронный ресурс]. — URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_1870/c48d3a9fcb40c127d496d9f112edc1cb08d6bb00](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1870/c48d3a9fcb40c127d496d9f112edc1cb08d6bb00) (дата обращения: 15.02.2019).
75. Паспорт национального проекта «Наука» [Электронный ресурс]. — URL: <http://government.ru/projects/selection/740/35565> (дата обращения: 29.03.2019).
76. Паспорт национального проекта «Образование» [Электронный ресурс]. — URL: <http://government.ru/projects/selection/741/35566> (дата обращения: 29.03.2019).
77. План деятельности Министерства образования и науки РФ на 2018 год [Электронный ресурс]. — URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_294970](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_294970) (дата обращения: 15.02.2019).
78. Покида, А. Н. Проблемы миграции в современной России / А. Н. Покида, Н. В. Зыбуновская // Социологическая наука и социальная практика. — 2013. — № 4. — С. 66–67.
79. Попова, Л. В. Образовательные программы поддержки одаренных в университетах / Л. В. Попова, Н. С. Захарова // Психологическая наука и образование. — 2011. — № 4. — С. 46–55.
80. Портер, М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость: пер. с англ. / М. Портер. — 2-е изд. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. — 715 с.
81. Портер, М. Конкуренция: пер. с англ. / М. Портер. — М.: Вильямс, 2002. — 496 с.
82. Портер, М. Международная конкуренция: пер. с англ. / М. Портер. — М.: Международные отношения, 1993. — 896 с.
83. Послание Президента РФ Федеральному Собранию от 1 декабря 2016 г. [Электронный ресурс]. — URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/53379> (дата обращения: 15.02.2019).

84. Потанина, А. В. Сопровождение одаренных детей и оценка системы поддержки одаренности в разных странах мира [Электронный ресурс] / А. В. Потанина, Н. М. Сафонова, А. А. Синичкина. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/soprovozhdenie-odarenyh-detey-i-otsenka-sistemy-podderzhki-odarennosti-v-raznyh-stranah-mira> (дата обращения: 15.02.2019).
85. Потапова, В. В. Культурная диссинхрония психического развития интеллектуально одаренных подростков / В. В. Потапова // Интеграция образования. — 2013. — № 1 (70). — С. 55–59.
86. Пять золотых медалей завоевала сборная России на Международной физической олимпиаде [Электронный ресурс]. — URL: <https://info.olimpiada.ru/news/10246> (дата обращения: 15.02.2019).
87. Рабочая концепция одаренности. Выдержки [Электронный ресурс]. — URL: <http://festival.1september.ru/articles/593595> (дата обращения: 15.02.2019).
88. Радаев, В. В. Конкуренция как социально укорененный процесс / В. В. Радаев // Экономическая школа: альманах. — 2008. — Т. 6. — С. 59–80.
89. Радаев, В. В. Миллениалы на фоне предшествующих поколений: эмпирический анализ / В. В. Радаев // Социологические исследования. — 2018. — № 3. — С. 15–33.
90. Райзберг, Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. — 6-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2017. — 512 с.
91. Распределение населения по возрастным группам [Электронный ресурс]. — URL: [http://www.gks.ru/free\\_doc/new\\_site/population/demo/demo11.xls](http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/demo/demo11.xls) (дата обращения: 15.02.2019).
92. Региональная база данных талантливых детей и молодежи Тюменской области [Электронный ресурс]. — URL: [https://admtyumen.ru/ogv\\_ru/society/talented-children/base.htm](https://admtyumen.ru/ogv_ru/society/talented-children/base.htm) (дата обращения: 15.02.2019).
93. Резник, С. Д. К проблеме конкурентоориентирования студентов высших учебных заведений / С. Д. Резник, Е. С. Коновалова // Экономическое возрождение России. — 2012. — № 1. — С. 18–26.
94. Резник, С. Д. Конкурентоориентированность и конкурентоспособность выпускника вуза: опыт, перспективы научного поиска / С. Д. Резник, М. В. Черниковская, А. А. Соколова // Проблемы современной экономики. — 2013. — № 3 (47). — С. 399–402.
95. Резник, С. Д. Конкурентоориентированность и конкурентоспособность студенческой молодежи России: опыт, проблемы, перспективы / С. Д. Резник, Е. С. Коновалова, А. А. Соколова. — М.: Инфра-М, 2013. — 213 с.



96. Резник, С. Д. Кто научит студента жить? / С. Д. Резник // Высшее образование в России. — 2015. — № 1. — С. 146–152.
97. Результаты демэкзамена по стандартам WorldSkills определили лучшие колледжи страны [Электронный ресурс]. — URL: <https://worldskills.ru/media-czentr/novosti/rezultatyi-demekzamena-po-standartam-worldskills-opredelili-luchshie-kolledzhi-stranyi.html> (дата обращения: 25.03.2019).
98. Родионов, Д. Г. Рейтинг университетов как инструмент в конкурентной борьбе на мировом рынке образовательных услуг / Д. Г. Родионов, О. А. Кушнева, И. А. Рудская // Инновации. — 2013. — № 11 (181). — С. 89–97.
99. Рожнов, О. А. Оценка эффективности реализации молодежной политики / О. А. Рожнов // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Философия. Социология. Право. — 2011. — № 8 (103). — С. 76–80.
100. Рой, О. М. Исследования социально-экономических и политических процессов / О. М. Рой. — СПб.: Питер, 2004. — 364 с.
101. Российская социологическая энциклопедия / под общ. ред. Г. В. Осипова. — М.: Норма-Инфра-М, 1998. — 672 с.
102. Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.hse.ru/rlms> (дата обращения: 15.01.2019).
103. Россия реформирующаяся: ежегодник. Вып. 15 / отв. ред. М. К. Горшков. — М.: Новый хронограф, 2017. — 568 с.
104. Росстат: «Занятость и безработица в Российской Федерации в сентябре 2018 года» [Электронный ресурс]. — URL: <https://nangs.org/analytics/rosstat-zanyatost-i-bezrabortitsa-v-rossijskoj-federatsii> (дата обращения: 19.03.2019).
105. Рыбаков, И. А. Корпоративная культура предприятий как фактор конкурентоспособности российской промышленности / И. А. Рыбаков // Экономика и управление. — 2010. — № 12 (73). — С. 137–141.
106. Семенов, М. Ю. Конкурентоспособность в виртуальном пространстве: в оценках старшеклассников [Электронный ресурс] / М. Ю. Семенов // Динамика социальной трансформации российского общества: региональные аспекты: материалы V Тюменского международного социологического форума, Тюмень, 5–6 октября 2017 г. — Тюмень, 2017. — С. 477–482. — 1 электрон. опт. диск (CD-R).
107. Слепенков, И. М. Основы теории социального управления: учеб. пособие / И. М. Слепенков, Ю. П. Аверин. — М.: Высшая школа, 1990. — 302 с.

108. Социальная мобильность молодежи в фокусе тройной рефлексии [Электронный ресурс] / Е. Омельченко, Г. Сабирова, Я. Крупец // INTER. — 2015. — № 10. — С. 9–25. — URL: <http://jour.isras.ru/index.php/inter/article/view/4346/4129> (дата обращения: 29.03.2019).
109. Социологический словарь проекта SOCIUM [Электронный ресурс]. — URL: <http://socium.info/dict.html> (дата обращения: 19.03.2019).
110. СП 42.13330.2011 Градостроительство. Планировка и застройка городских и сельских поселений. Актуализированная редакция СНиП 2.07.01-89 (с поправкой, с изменением № 1) [Электронный ресурс]. — URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200084712> (дата обращения: 25.03.2019).
111. Спенсер, Г. Основания социологии / Г. Спенсер. — СПб., 1957. — Т. 1–2.
112. Стевенс, Р. Как завоевать сердца клиентов из разных поколений [Электронный ресурс] / Р. Стевенс // Forbes. — URL: <http://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/370079-kak-zavoevat-serdca-klientov-iz-raznyh-pokoleniy> (дата обращения: 15.01.2019).
113. Студент 1995–2016 гг.: динамика социокультурного развития студенчества Среднего Урала: монография / Л. Н. Банникова [и др.]; под общ. ред. Ю. Р. Вишневого. — Екатеринбург: УрФУ, 2017. — 904 с.
114. Сьлюсаж, Б. Олимпиада экономических знаний как способ развития человеческого капитала страны (пример Польши) / Б. Сьлюсаж // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. — 2019. — Т. 5, № 1. — С. 36–49.
115. Тарануха, Ю. В. Конкуренция и конкурентные стратегии / Ю. В. Тарануха. — М.: Дело и сервис, 2008. — 272 с.
116. Твендж, Дж. М. Поколение селфи. Кто такие миллениалы и как найти с ними общий язык / Дж. М. Твендж. — М.: Эксмо, 2018. — 330 с.
117. Теплов, Б. М. Способности и одаренность / Б. М. Теплов // Психология индивидуальных различий: тексты / под ред. Ю. Б. Гиппенрейтера. — М.: Изд-во МГУ, 1982. — С. 129–139.
118. Траут, Дж. Большие бренды — большие проблемы / Дж. Траут. — СПб.: Питер, 2002. — 240 с.
119. Траут, Дж. Новое позиционирование / Дж. Траут. — СПб.: Питер, 2001. — 192 с.

120. Троешестова, Д. А. Система профессиональной ориентации учащихся, привлечения и сопровождения талантливой молодежи / Д. А. Троешестова, О. Н. Васильева // Высшее образование в России. — 2017. — № 7. — С. 125–131.
121. Трудоустройство молодежи. Неформальная занятость молодежи (2017 г.) / под ред. Т. Л. Клячко. — М.: РАНХиГС, 2018. — 25 с.
122. Труфанов, Д. О. Миграционное пространство региона и его деформации / Д. О. Труфанов, Р. Г. Рафиков // Siberian Socium. — 2018. — Т. 2, № 1. — С. 97–114.
123. Узнадзе, Д. Н. Труды / Д. Н. Узнадзе. — Тбилиси: Мецниереба, 1977. — Т. 6. — 330 с.
124. Указ Президента РФ от 21 декабря 2017 г. № 618 «Об основных направлениях государственной политики по развитию конкуренции» [Электронный ресурс]. — URL: <http://kremlin.ru/acts/bank/42622> (дата обращения: 19.03.2019).
125. Учителю об одаренных детях / под ред. В. П. Лебедевой, В. И. Панова. — М.: Молодая гвардия, 1997. — 200 с.
126. Факторы формирования предпринимательской активности студентов: монография / Т. В. Беляева [и др.]; науч. ред. Г. В. Широкова. — СПб.: Изд-во СПбГУ, 2016. — 344 с.
127. Федеральная служба государственной статистики. Численность и миграция населения Российской Федерации в 2017 году [Электронный ресурс]. — URL: [http://www.gks.ru/bgd/regl/b18\\_107/Main.htm](http://www.gks.ru/bgd/regl/b18_107/Main.htm) (дата обращения: 19.03.2019).
128. Цуканова, Т. В. Роль вуза в формировании предпринимательских намерений студентов: российский контекст / Т. В. Цуканова // Современная конкуренция. — 2017. — № 1 (61). — С. 69–103.
129. Чепурных, М. Н. «Индексы счастья»: опыт Запада, социологический обзор / М. Н. Чепурных // Теория и практика общественного развития. — Краснодар: ХОРС, 2012. — № 9. — С. 67–71.
130. Чередниченко, Г. А. Образовательные и профессиональные траектории российской молодежи (на материалах социологических исследований) / Г. А. Чередниченко. — М.: ЦСПиМ, 2014. — 560 с.
131. Чернышев, С. А. Сравнительный анализ ориентаций подростков и их родителей на социальное окружение / С. А. Чернышев // Аналитика культурологии. — 2009. — № 3 (15). — С. 243–247.
132. Шаповалов, В. И. Формирование конкурентоспособной личности в условиях школьного дополнительного образования:

- монография / В. И. Шаповалов / под науч. ред. Ю. С. Тюнникова. — Сочи: СГУТиКД, 2008. — 190 с.
133. Шафранов-Куцев, Г. Ф. Конкуренция и конкурентные поля сферы высшего образования / Г. Ф. Шафранов-Куцев, Е. М. Черкашов // Альма-Матер. — 2017. — № 9. — С. 49–56.
  134. Шафранов-Куцев, Г. Ф. Современные вызовы и реальность профориентационной деятельности в системе «школа — вуз — рынок труда» / Г. Ф. Шафранов-Куцев // Социологические исследования. — 2015. — № 1. — С. 120–128.
  135. Шафранов-Куцев, Г. Ф. Формирование конкурентоспособности специалиста в учреждениях профессионального образования / Г. Ф. Шафранов-Куцев // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. — 2016. — Т. 2, № 2. — С. 8–21.
  136. Шаяхметова, Р. Р. Социальные аспекты управления процессом развития одаренных детей в современном российском обществе: дис. ... канд. социол. наук: 22.00.08 / Р. Р. Шаяхметова. — Уфа, 2006. — 159 с.
  137. Шаяхметова, Р. Р. Факторы, влияющие на здоровье одаренных детей, и роль социальной среды / Р. Р. Шаяхметова, Р. М. Тухватуллин // Вестник Башкирского университета. — 2012. — Т. 17, № 2. — С. 1061–1065.
  138. Шкаратан, О. И. Русская трудовая и управленческая культура: опыт исследования в контексте перспектив экономического развития / О. И. Шкаратан, В. В. Карачаровский // Мир России: социология, этнология. — 2002. — Т. 11, № 1. — С. 3–56.
  139. Штальман, К. Новая философия бизнеса: в 3 т. / К. Штальман. — М.; Берлин, 1998. — Т. 1. — 650 с.
  140. Экземплярский, В. М. Проблема школ для одаренных / В. М. Экземплярский. — М.; Л., 1927. — 356 с.
  141. Экономико-социологический словарь / сост.: Г. Н. Соколова, О. В. Кобяк; науч. ред. Г. Н. Соколова. — Минск: Белорусская наука, 2013. — 615 с.
  142. Энгельс, Ф. Происхождение семьи, частной собственности и государства / Ф. Энгельс. — М.: Политиздат, 1987. — 652 с.
  143. Эфроимсон, В. П. Гениальность и генетика: биосоциальные механизмы и факторы наивысшей интеллектуальной активности / В. П. Эфроимсон. — М.; СПб.: Нестор-История, 2017. — 480 с.
  144. Яковлев, В. Б. Индексный анализ: учеб. пособие / В. Б. Яковлев, О. А. Яковлева. — Germany, Saarbrücken: Lambert Academic Publishing, 2015. — 64 с.

145. A Kaiser Family Foundation Study. January 2010. *Generation M<sup>2</sup>. Media in the Lives of 8- to 18-Year-Olds* / V. J. Rideout, U. G. Foehr, D. F. Roberts. — 80 p.
146. Aghion, P. *Endogenous growth theory* / P. Aghion, P. Howitt. — MIT Press, 1998. — 778 p.
147. Alston, J. P. *The American Samurai: Blending American and Japanese Managerial Practices (De Gruyter Studies in Organization)* / J. P. Alston. — De Gruyter, 1986. — 369 p.
148. Bourdieu, P. *Outline of a Theory of Practice* / P. Bourdieu. — Cambridge, Eng.: Cambridge University Press, 1977.
149. Conference on Knowledge Economy. Challenges for Measurement. Luxembourg, 8–9 December 2005 [Electronic resource]. — URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-statistical-working-papers/-/KS-73-05-598?msg=mailSent> (accessed: 19.03.2019).
150. Daily media use among children and teens up dramatically from five years ago. 20 January 2010 [Electronic resource]. — URL: <https://www.kff.org/disparities-policy/press-release/daily-media-use-among-children-and-teens-up-dramatically-from-five-years-ago> (accessed: 15.01.2019).
151. *Doing Business Comparing Business Regulation for Domestic Firms in 190 Economies 2018* [Electronic resource]. — URL: <http://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/media/.../DB2018-Full-Report.pdf> (accessed: 29.03.2019).
152. *Gen Z: The Culture, Beliefs and Motivations Shaping the Next Generation. 2018.* Barna Group and Impact 360 Institute. — 117 p.
153. *Global Entrepreneurship Monitor, GEM 2018/2019* [Electronic resource]. — URL: <http://gem-2018-2019-global-report-080319-1552040234.pdf> (accessed: 29.03.2019).
154. *GUESSS 2016* [Electronic resource]. — URL: [http://www.guesssurvey.org/resources/PDF\\_InterReports/GUESSS\\_2016\\_INT\\_Report\\_final5.pdf](http://www.guesssurvey.org/resources/PDF_InterReports/GUESSS_2016_INT_Report_final5.pdf) (accessed: 29.03.2019).
155. *Howe, N. Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069* / N. Howe, W. Strauss. — New York: William Morrow & Company, 1991. — 538 p.
156. *Howe, N. Millennials Rising: The Next Great Generation* / N. Howe, W. Strauss. — New York: Vintage Books, 2000. — 415 p.
157. *Litt, M. How Millennial CEOs are adapting to Generation Z* [Electronic resource] / M. Litt. — URL: <https://www.forbes.com/sites/forbescommunicationscouncil/2018/03/14/how-millennial-ceos-are-adapting-to-generation-z/#ed75b4a6c957> (accessed: 15.01.2019).

158. Milkman, R. A new Political Generation: Millennials and the Post-2008 Wave of Protest / R. Milkman // *American Sociological Review*. — 2017. — Vol. 82 (1). — Pp. 1–31.
159. QS World University Ranking [Electronic resource]. — URL: <https://www.topuniversities.com/qs-world-university-rankings> (accessed: 29.03.2019).
160. The Gifted and talented children the UK [Electronic resource]. — URL: <http://www.mensa.org.uk/gifted-talented> (accessed: 15.02.2019).
161. The Global Competitiveness Report 2016–2017 [Electronic resource]. — URL: [http://www3.weforum.org/docs/GCR2016-2017/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2016-2017\\_FINAL.pdf](http://www3.weforum.org/docs/GCR2016-2017/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2016-2017_FINAL.pdf) (accessed: 25.03.2019).
162. The Global Competitiveness Report 2017–2018 [Electronic resource]. — URL: <http://www3.weforum.org/.../GCR2017-2018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2017/2018> (accessed: 29.03.2019).
163. The state of gen Z: Meet the throwback generation. The Center for Generational Kinetics. Report. — 2017. — 30 p.
164. The state of gen Z: Unexpected insights into how Gen Z is impacting everything from technology and brands to social media and the workplace. The Center for Generational Kinetics. Report. — 2018. — 36 p.
165. The top 100 non-financial MNEs from developing and transition economies, ranked by foreign assets, 2015 [Electronic resource]. — URL: [https://unctad.org/Sections/dite\\_dir/.../WIR17\\_tab25.xls](https://unctad.org/Sections/dite_dir/.../WIR17_tab25.xls) (accessed: 29.03.2019).
166. The World University Rankings [Electronic resource]. — URL: <https://www.timeshighereducation.com/world-university-rankings> (accessed: 29.03.2019).
167. The world’s top 100 non-financial MNEs, ranked by foreign assets, 2016 [Electronic resource]. — URL: [https://unctad.org/Sections/dite\\_dir/.../WIR17\\_tab24.xlsx](https://unctad.org/Sections/dite_dir/.../WIR17_tab24.xlsx) (accessed: 29.03.2019).
168. Twenty-Year Trends in Diagnosed Attention-Deficit/Hyperactivity Disorder Among US Children and Adolescents, 1997-2016 / G. Xu [et al.] // *JAMA Network Open*. — 2018;1(4):e181471. — DOI: 10.1001/jamanetworkopen.2018.1471
169. United Nation Development Programme. Human Development Reports [Electronic resource]. — URL: <http://hdr.undp.org/en/data> (accessed: 25.03.2019).

170. Wałęga, G. Olimpiada Wiedzy Ekonomicznej i jej odbiorcy w świetle wyników badań ewaluacyjnych / G. Wałęga // Trzydzieści lat Olimpiady Wiedzy Ekonomicznej / B. Ślusarz (ed.). — Warszawa: Polskie Towarzystwo Ekonomiczne, 2018. — Pp. 55–56.
171. We are what we eat. Healthy eating trends around the world. The Nielsen Company, 2015 [Electronic resource]. — URL: <https://www.nielsen.com/content/dam/nielsen-global/co/docs/Reports/2015/Nielsen%20Global%20Health%20and%20Wellness%20Report.pdf> (accessed: 15.01.2019).
172. World Knowledge Competitiveness Index 2008 [Electronic resource]. — URL: [https://research.aston.ac.uk/portal/files/3601627/World\\_knowledge\\_competitiveness\\_index\\_2008.pdf](https://research.aston.ac.uk/portal/files/3601627/World_knowledge_competitiveness_index_2008.pdf) (accessed: 19.03.2019).
173. WorldSkills [Electronic resource]. — URL: <https://worldskills.ru/o-nas> (accessed: 15.02.2019).
174. Youth Competitiveness Indicator System in Hong Kong [Electronic resource]. — URL: [http://www.coy.gov.hk/filemanager/template/common/images/archive/research/youth\\_report\\_2012s\\_e.pdf](http://www.coy.gov.hk/filemanager/template/common/images/archive/research/youth_report_2012s_e.pdf) (accessed: 25.03.2019).

Научное издание

**МОЛОДЕЖЬ, КОНКУРЕНЦИЯ,  
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ**

Монография

Редактор	Л. А. Шмакова
Компьютерная верстка, обложка	Е. Г. Шмакова
Печать электрографическая	А. Е. Котлярова, О. А. Булашов
Печать офсетная	В. В. Торопов, С. Г. Наумов



Подписано в печать 12.08.2019. Тираж 500 экз.  
Объем 14,88 усл. печ. л. Формат 60×84/16. Заказ 486.

---

Издательство Тюменского государственного университета  
625003, г. Тюмень, ул. Семакова, 10  
Тел./факс: (3452) 59-74-68, 59-74-81  
E-mail: izdatelstvo@utmn.ru