

Владимир Владимирович МЕЛЬНИК¹

УДК 316,4; 331,42

МОТИВАЦИОННЫЕ ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РАБОТАЮЩЕЙ МОЛОДЕЖИ*

¹ доктор философских наук, профессор
кафедры общей и экономической социологии,
Тюменский государственный университет
v_v_melnik@mail.ru

Аннотация

Статья рассматривает междисциплинарные подходы к пониманию конкуренции и конкурентоспособности, которые позволяют выявить их личностные социально-психологические и социологические соотношения и взаимосвязь. На сущностном уровне в рамках концепции «коллективного ментального программирования» Г. Хофштеде и СКГ (социально-культурного генотипа) анализируется «мотивационный стимул» конкурентоспособности на уровнях «квази», «рацио», «гипер», «избегания» и «саморазвития». Разнообразие мотивационных стимулов определяется как большим вниманием общества и государства к современным проблемам конкуренции, так и необходимостью ее воплощения на организационном уровне. В статье анализируются исследовательские стратегии, ценностные аспекты сущностного воплощения конкурентоспособности и роль в этом процессе социокультурного генотипа личности. Проводится эмпирический анализ уровня «субъектного» развития конкуренции (отраслей и организаций) по результатам разведывательного исследования конкурентоспособности работающей молодежи Тюменской области.

* Статья подготовлена в рамках выполнения государственного задания Минобрнауки России «Формирование конкурентоориентированности и конкурентоспособности молодежи в российском обществе в контексте современной социокультурной динамики». Проект № 28.2941.2017/4.6 под руководством академика РАО Г. Ф. Шафранова-Куцева.

Цитирование: Мельник В. В. Мотивационные факторы конкурентоспособности работающей молодежи / В. В. Мельник // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. 2018. Том 4. № 3. С. 105-119. DOI: 10.21684/2411-7897-2018-4-3-105-119

Ключевые слова

Конкуренция, междисциплинарность, когнитивный диссонанс, «ментальное программирование», мотивационные структуры, гиперконкурентность, парентократизм, социокультурный генотип, модели социальной конкурентоспособности.

DOI: 10.21684/2411-7897-2018-4-3-105-119

Анализ проблем конкуренции и конкурентоспособности молодых работников, выявленных в нашем исследовании, требует предварительного рассмотрения расширяющегося спектра исследований социально-педагогических, социально-психологических и собственно социологических ее проблем и ряда попыток дать определения этим сложным социальным явлениям. Так, в своей необычайно структурированной и детализированной монографии, посвященной педагогическим и образовательным проблемам развития конкурентоспособности студентов направления физической культуры и спорта, С. Хазова дает следующее определение социального аспекта: «Конкурентоспособность является социально-профессиональным личностным качеством, интегрирующим социальные и профессиональные характеристики, и имеющим социальный и профессиональный уровни. Наличие спроса на труд конкретного специалиста, то есть его востребованность — наиболее яркое внешнее проявление конкурентоспособности, ее зримый результат» [8, с. 240]. При этом автором выделяются как чисто социальные характеристики направленности личности: компетентность, конкурентоспособный потенциал, так и ее акмеологический характер.

Рассматривая проблематику конкурентоспособности в рамках концепции «коллективного ментального программирования», доминирующего в организационной среде, конкурентных полях и личностных мотивационных факторов, Г. Хофштеде [10, с. 262] сделал вывод о том, что ментальные программы являются ценностными системами, основа которых заложена в национально-культурных различиях. Следовательно, в рамках данного подхода дальнейшая разработка моделей мотивации, в том числе и по обретению конкурентоспособного потенциала, должна строиться с учетом «ментальной программы» или (как мы ее определяем) *социокультурного генотипа (СКГ)* различных этносов, населяющих страну, который формирует его качества социального пространства. Генотипичность социума на индивидуальном уровне проявляется, прежде всего, в конкуренции, мотивационных предпочтениях в принятии решений. Это говорит о необходимости рассмотрения ее социально-психологических аспектов. Так, О. А. Ключева, подводя итоги своего исследования, выделила следующие поведенческие стратегии феномена личностной выраженности конкурентоспособности: «квази-конкурентоспособность (зависимую, иррациональную, деструктивную и краткосрочную)», наносящую ущерб, вызывающую недоверие и негативную оценку в процессе конкурентного взаимодействия субъектов; зависимую, рациональную, конструктивную краткосрочную стратегию, где взаимодействие происходит на основе некоторых правил, способствующих производительности,

качеству и профессиональному мастерству, однако с определенной «рациональной зависимостью» от перспектив стабильного конкурентного окружения [11, с. 163].

В социальной психологии накоплен достаточно глубокий и инструментальный опыт исследования конкурентоспособности, в том числе и в анализируемом нами плане, ее мотивационных аспектах [13]. Она рассматривается как существенное свойство личности, проявляемое в трех основных формах: гиперконкурентоспособность, избегание конкуренции, саморазвитие конкурентоспособности. Основные характеристики для первой группы: главное в процессе конкурентной борьбы — потребность обладать преимуществом над другими, выражение недоверия к «другому», большой эгоизм, низкий уровень самоуважения и альтруизма, частое использование манипуляции для достижения престижа и признания. В целом это поведение можно рассматривать как ущербное для социальной структуры общества в результате отрицательной социализации, под влиянием биологических аспектов развития личности. На это указывал Н. А. Амосов в своей типовой модели личности [1], считая необходимым учет биологических сторон потребностей и свойств личности, таких, как сила характера; степень воспитуемости (социализации — авт); индивидуализм; альтруизм и эгоизм; самоутверждение и лидерство; подчиненность авторитетам или группе; соперничество, подражание и любознательность; правдивость, справедливость, склонность к творчеству, потребность в игре, степень развитости которых, по мнению Амосова, очень сильно дифференцирована.

В этой типологии избегание конкуренции — это проявление невротической формы личности, когда человек чувствует необходимость проверить свои амбиции, не опасаясь разочарования. Эти личности обычно избегают публичности из-за опасения потерять уважение и одобрение других вследствие как успешности, так и неудачи деятельности. Преодоление данных барьеров может быть осуществлено путем организационно-структурных мероприятий, предоставлением перемены функциональных видов деятельности в группе как защита от деструктивного внешнего окружения как в случае успеха, так и неуспеха. В этом же направлении работает и создание здоровой конкурентной среды, чтобы предоставить возможность реализации личностью наличных навыков и компетенций.

Саморазвитие качеств конкурентоспособности — это сосредоточенность на личностном росте и самодостаточности. Конкурентная среда — это поле самопознания и самосовершенствования для достижения успеха и победы, однако не за счет других. Она выражается не в сравнении с другими, а в сравнении с самим собой (самоактуализация — по А. Маслоу). Такие личности независимы, с собственным целеполаганием и успешны, когда находятся во взаимодействии с другими конкурентами.

Таким образом, конкуренция — это глобальная мотивационная матрица личности, реализация которой оказывает как положительный, так и отрицательный эффект воздействия на человека, на доминирующий выбор способа решения поставленных целей и достижения благ и оказывает влияние на сетевое, социальное и социально-психологическое взаимодействие в обществе и конку-

рентных полях. В то же время внешние и внутренние факторы конкуренции являются переменными двустороннего континуума, с помощью которых на противоположной стороне можно выявить тип и уровень мотивированности личности в конкурентной стратегии организации.

Отметим, что современное общество и государство придает большое внимание развитию конкуренции. Об этом свидетельствуют Указ Президента РФ [11] от 21.12.2017 № 618, утвердивший Национальный план развития конкуренции на 2018-2020 гг. В нем определяются основные направления государственной политики, стратегические цели и принципы развития конкуренции, а также ключевые показатели в наиболее актуальных отраслях экономики (видах деятельности), которыми являются отрасли пятой промышленной революции. Для этого требуется объединение деятельности и усилий в этом направлении всех ветвей и уровней власти, институтов гражданского общества. План содержит конкретные меры, которые будут способствовать развитию конкуренции в России в ближайшей перспективе. Особенно важным является выделение субъектов конкурентных полей, в которых должно присутствовать не менее трех игроков на каждом конкретном рынке (кроме естественных монополий и ОПК), один из которых должен относиться к частному бизнесу, что должно создать реальное пространство конкуренции для организаций и их человеческих ресурсов. Этот аспект является принципиально важным в исследовании развития конкуренции в регионе и формирования мотивационных факторов в реальном процессе. Некоторые эмпирические реалии мы отразим ниже, на уровне анализа причинно-следственных распределений данных опроса.

Вместе с тем тенденции развития конкуренции на мировых рынках отличаются острым соперничеством, нечестной конкуренцией и заложеной в ней концепцией победы, особенно в период обострения в мировой экономической системе. Общества формируют и соответствующие институциональные, политико-стратегические и социально-экономические механизмы, для того чтобы его член стал конкурентоспособным и успешным. Прежде всего, это политическое, экономическое, социокультурное и даже законодательное давление, которое оказывается на человека. Но это может привести и к обратному результату: низкой внутренней мотивации, когда для личности конкуренция становится нацеленной не на профессиональное осуществление деятельности, а, скорее, на достижение победы и политического успеха. Эта концепция известна как «скрытые расходы на вознаграждение» [12], когда снижение уровня внутренней мотивации подавляет чувство удовлетворения активностью, победами и успехами. Формирование стратегии управления человеческими ресурсами, их внутренней мотивации — это всегда нацеленность на получение удовлетворения от деятельности, творчества, которую осуществляет конкурентоспособная личность. Это удовлетворение позволяет человеку осуществлять такую деятельность на высоких профессиональных стандартах. То есть здесь наблюдается обратный эффект, когда личность мотивируется не на выигрыш, не на капитал от успеха победы, а на удовлетворение осуществленным, что в реальности может принести большее благо.

Таким образом, конкурентная среда и тип конкуренции, формирующийся в ней, оказывают глубокое влияние на тип мотивации индивидуума. Это влияет на эмоциональную сферу и стимулы конкретной деятельности индивида. Внутренняя мотивация оказывает положительный эффект на личность чаще тогда, когда она использует конкуренцию и конкурентную среду как средство саморазвития, самоактуализации. Удовлетворение деятельностью и повышение своего потенциала, компетентности, квалификации закрепляют данный мотивационный подход. Наслаждение такой конкурентной атмосферой и позволяет быть успешными в положительном смысле. Гиперконкурентоспособность, напротив, может нарушать социальные отношения, когда окружение находит это качество чрезмерным, с которым оно не хочет себя ассоциировать. Еще один внешний фактор, который может определять конкурентные мотивации индивида и будущую конкурентоспособность, — это практики семейной социализации, которые применялись к ребенку на разных стадиях его развития и становления. Многие ценности, которые усваивает ребенок, являются ценностями семейного окружения, что однозначно может формировать три выше описанные типа личности. Если он или она обеспечены поддержкой, поощрением и достойным отношением родителей, тогда они способны достичь своего исходного (генотипичного) конкурентоспособного потенциала. Это соответствует тенденциям саморазвития и самоактуализации личности, а мотивация участия в конкуренции рассматривает окружение как соратников для достижения целей, а не препятствие. Характер и специфика мотивов личности определяется, как это установил Гирт Хофштеде, прежде всего, типом социальной общности, социальным статусом, выполняемой социальной ролью и профессиональной спецификой [10].

Социальные институты, система образования на различных уровнях и культура, прежде всего, могут и должны быть направлены на формирование личностных аспектов развития конкурентной ориентированности молодежи, развитие компетенций путем их осознания, поощрения и практического освоения. Такие практики позволят обеспечить более конструктивный подход к достижению целей в конкурентном поле, который основан на взаимодействии, гармонии, уважении и личностном росте, а не на гиперболизации чисто конкурентных отношений. Отметим, что в нашем исследовании работающая молодежь выделила фактор *трудолюбия* как основной для победы в конкурентной борьбе. В этом плане несомненной необходимостью является, при выработке стратегического курса на реализацию национального плана развития конкуренции в РФ, осмысление российского социокультурного генотипа, расширение использования его структурных свойств в практике управления. Развитие его конкурентоспособных аспектов запоздало, во-первых, с промышленным отставанием царской России от Запада, а во-вторых — с последующей подменой в СССР конкуренции социалистическим соревнованием в условиях административной экономики, где целью было выполнение госплана при отсутствии частной собственности. Некоторые авторы обращают в этой связи внимание на русский культурный архетип [4] с его идеей соборности, противопоставляемой индиви-

дуализму и протестантской этике с ее земными ценностями, проводя аналогию архетипа с историческим шлейфом как хранение элементов бытия в исторической памяти. В нашем деятельном подходе к анализу конкуренции нам представляется более точной позиция Г. Г. Дилигенского, указывающего, что исторически конкретное индивидуальное развитие не может быть понято без анализа социальных и исторически типичных особенностей его внутреннего мира. И прежде всего, мотивационных, познавательных, эмоциональных характерных как для определенных общественных условий, так и для психологических структур личности. Отсюда следует, что нынешний этап национального экономического развития на «рельсах» конкуренции требует учета того, что «общественный характер, социальная типичность всех компонентов массового сознания никак не ослабляют его генетической связи с сознанием индивидуальным, его укорененности во внутреннем мире индивидов» [3, с. 36]. Все это требует переформатирования концепции национального сознания, в том числе в новых условиях и возможностях развития в рамках национальных границ, а также разработки проблем взаимосвязи социума и внутреннего мира личности, который мы определяем как *социокультурный генотип (СКГ)*.

Отметим, что диспозиционная структура личности В. А. Ядова [9] позволяет характеризовать ее социальное поведение в формирующейся конкурентной среде в зависимости от состояний ее готовности к определенному способу действий. Вершину диспозиции образует общая направленность интересов и система ценностных ориентаций как продукт воздействия общих социальных условий. В центре ее находится система социальных установок среды по оценке многообразных социальных объектов и ситуации, а в основании — ситуативные социальные установки, как готовность к принятию решений и действию в конкретных микросоциальных условиях. В этом плане анализ литературы предоставляет достаточно доказательств того, что глобальная конкурентоспособность будет определяться умением личности интегрировать коллективную многоуровневую ментальность относительно поставленных задач. Таким образом, можно обобщить сказанное, сформулировав понятие социокультурного генотипа, структура которого определяется пространством национального характера, социально-культурной общностью и эмоционально психологической типичностью мотивационных структур. Вместе с тем СКГ включает и особенности современного информационного пространства и технологий, которые обеспечивают воспроизведение структуры, принципов функционирования, процессов нормативизации и обучения (отбора, запоминания и передачи позитивного опыта) в данной социальной системе, включающей и специфический социальный механизм из трех подсистем: экономической, профессиональной и культурной. В условиях современности (цифровизации) носителем СКГ является все институциональное общество в его размерности, осуществляя интернализацию (импринтинг) путем социализации и затем проявляясь фенотипически в сознании и деятельности людей в организации, особенно в тех или иных мотивационных стереотипах социально-экономического мышления, поведения

и принятия решений относительно имеющихся интересов. Их реализация связывает СКГ с указанными подсистемами, определяя систему ценностей личности и ее существенную роль в достижении благ. Согласование ценностей и подсистем общества укореняет СКГ и его многовековые культурные традиции в их исторически сложившемся и устоявшемся национально-этническом многообразии. Цифровизация глобальной культуры не столько нивелирует его, сколько делает заметным устоявшееся. Если признать информационную сущность современного СКГ, то его модель может быть представлена информационными блоками, в которых накапливается социальный и культурный опыт поколений, облегчая проблему принятия важных самостоятельных решений в накоплении социального капитала, сохранения статуса и ролевых функций, традиций и ритуалов как механизмов социального контроля и ограничителя биологических аспектов личности.

Необходимо отметить, что в российской социологии предпринимаются значимые прикладные проекты по проблемам конкурентоспособности. Указанный подход «ментального программирования» расширяет Г. В. Власюк, добавляя в этот концепт ситуационную ориентированность и динамичность. Это позволяет рассматривать возможность перехода работника между конкурентными полями, а также варьировать рассмотрение ментальности на профессиональном, личностном и социальном уровнях [2, с. 173-180]. Автор проанализировал значительное число работ, посвященных указанным проблемам, что позволило достаточно четко рассмотреть как социально-психологические, так и социологические факторы конкуренции [2], что очень важно для эмпирических исследований. Мы позволим себе на основе проведенного анализа предложить вариант понятийной модели конкурентоспособности.

Социальная конкурентоспособность (СК) =

Профессиональная устойчивость + Социальная мобильность.

Критерии оценки СК: уважение коллег; профессиональное признание; признание социума (символический капитал личности).

Уровень СК определяется социальными компетенциями (специфический капитал).

Их архитектура (в пределах поля подвижна и изменчива):

Профессиональные

- обучаемость;
- восприимчивость к инновациям;
- способность к перемене сфер деятельности;
- переход к престижным областям труда;
- повышение статуса;
- повышение уровня образования;
- повышение квалификация;
- компетентность.

Личностные

- умение общаться;
- налаживание деловых связей;
- трудолюбие;
- усидчивость;
- коммуникабельность;
- стремление к росту;
- своя точка зрения;
- амбициозность;
- альтруизм/эгоизм.

Процесс формирования компетенций

Два вида: спрос экономики и предложение акторов

Профессиональные

(Внутренние)

длительность формирования
(образование, практика)

Социальные

(Внешние)

социализация, гибкие динамичные

Факторы

Определенная область социального пространства (своего конкурентного поля).

Спрос и предложение компетенций и динамика их архитектуры.

Капитал

Символический

- Достаточность полученных знаний в учебе;
- Наличие приобретенных профессиональных компетенций;
- Совершенство освоения специальности;
- Окончателность выбора профессии;
- Отношение к избранной профессии;
- Рейтинг профессии.

Специфический

- Исполнительность, работоспособность;
- Использование IT;
- Повышение квалификации;
- Компьютерная грамотность;
- Владение другой профессией;
- Объем компетенций, навыков;
- Участие в инноватике.

Уровень СК индивида

определяется размером владения экономическим и социальным капиталом (символическим и специфическим), размером области приложения, уровнем востребованности предложения на рынке и эффективностью реализации капитала в организации.

Интегрированные оценки СК

- социально культурный генотип (СКГ);
- многофакторность в многомерном социальном пространстве (экономическом, политическом, профессиональном);
- мотивационная ментальность;
- целеобладание социальным пространством (конкурентным полем);
- ландшафт полей культуры и субкультур в пространстве конкурентоспособности;
- компетенции широкого (узкого) применения;
- мобильность и сегментирование архитектуры компетенций в пределах поля;
- потребности общества в СК как потенциал инфо и техно экономики.

Важным выводом данной понятийной социологической модели может быть то, что конкурентоспособность — это система эмпирических показателей, определяющих положение индивида в обществе относительно других на данный момент и в полях, имеющих социальное основание, и следовательно, она может

изучаться социологическими методами. Безусловно, в конкретном проекте эта модель может дорабатываться и уточняться.

Развитие теоретико-прикладной социологии в последние годы продемонстрировало две различных исследовательские стратегии по отношению к объекту и предмету конкуренции и конкурентоспособности. В начале, в условиях окончания холодной войны, это привело к определенному переосмыслению конкуренции как оружия конкурентной борьбы, прежде всего, в западной социологии, и ее чрезмерное акцентирование было определено как *obsession* — наваждение. Концепции кооперации, сотрудничества стали активно использоваться в изучении процессов социального развития и трансформаций и остаются одними из фундаментальных понятий в этой области и ключевыми элементами в объяснении процессов развития в современном мире. Однако сейчас понятийные ряды стали модифицироваться, а «конкуренция» обрела прежнее толкование борьбы, поскольку глобальная экономика — это конкурентное поведение во всех регионах мира даже с учетом потерь прибылей части финансовых, политических или промышленных элит. Связанный с этим понятие «конфликт» вновь становится важным в период нарастания новой «холодной войны». Такая операционализация понятия вновь становится востребованной в исследованиях социологов, поскольку негативные результаты трансформационных процессов ведут к эскалации этнических, социальных, гендерных и иных конфликтов, гражданских войн и террористических актов. В то же время на основе Веберовской традиции и анализа развивающихся процессов новой индустриализации и пятой промышленной революции в европейской социологии предпочтение все еще используется понятия «конкуренция и сотрудничество». А в условиях провала экономической политики стран различных регионов мира с различными национальными культурами, они вновь становятся своеобразным неолиберальным кредо. Необходимо напомнить, что Европейский союз (Франция), а также США для повышения уровня конкурентоспособности системы национального образования на мировом образовательном рынке используют государственные целевые программы с удивительным для России названием «Интернационализация системы образования...», основной частью которой является устойчивая и целенаправленная академическая мобильность, а также межвузовские и межстрановые визиты групп преподавателей, воспринимающих и развивающих таким образом архитектуру своих национальных компетенций.

В условиях развертывающейся пятой промышленной революции особую роль приобретает реформирование системы образования в направлении непрерывного развития образования взрослого работающего населения — переподготовка, повышение квалификации и другие формы, т. е. развитие его профессиональных компетенций в соответствии с перспективным спросом в таких отраслях, как нанотехнологии, новые материалы, информационные технологии. Данные исследований показывают, что инвестиции в программы повышения квалификации персонала, дополнительное профессиональное образование бо-

лее надежны и окупаемы для формирования компетенций, потребляемых рынком, поскольку их отдача происходит незамедлительно, за счет повышения уровня эффективности инновационной производственной деятельности в организации. В Европейском союзе этому придают большое внимание, где системой непрерывного образования в разных странах охвачено от 30 до 90% взрослого населения.

Для эффективного конкурентного развития национальной экономики необходимо развитие системы отраслевого и внутрифирменного повышения квалификации и профессионального образования. Однако ранее существовавшая система была разрушена в ходе проводимых рыночных реформ, а национальной программы в этой сфере, в отличие от стран ЕС, практически нет, нет и статистики относительно развития этой сферы. Учитывая, что для малого и среднего бизнеса объективно (финансово) затраты на повышение профессиональной квалификации человеческих ресурсов организации являются рискованными, возможно, следует использовать опыт других стран и ввести уровень необлагаемых инвестиций в сферу развития дополнительного профессионального образования, повышения квалификации в бюджете предприятия, организации.

В этой связи приведем краткие данные о структуре и численности системы повышения квалификации кадров Главтюменнефтегаза (специалистов и руководителей) в конце 1980-х гг., которая базировалась на следующих учреждениях: шесть институтов повышения квалификации министерств и ведомств; семь факультетов повышения квалификации при вузах; восемь факультетов организаторов промышленного производства и строительства (ФОППиС); двадцать шесть спецфакультетов при вузах (начиная с МГУ), пять спецотделений при техникумах; восемь отраслевых курсов при техникумах. Длительность обучения составляла от двух недель до девяти месяцев [6]. По данным ВНИИОЭНГа на 1988 г., в стране функционировало 23 техникума Миннефтепрома, расположенных на территории от Сахалина и до Дрогобыча (Львовская область) [5]. Это, безусловно, свидетельствует о понимании важности работы государства и ведомства с кадрами нефтегазодобывающей отрасли, которая, отметим, вышла на исторический пик добычи в конце 80-х гг. XX в.

Задача, поставленная Указом Президента РФ в Национальном плане развития конкуренции на 2018-2020 гг., предусматривает перенос конкурентных отношений в субъектную плоскость с определением числа и организационных форм конкурирующих. Наше исследование позволяет в определенной степени выявить некоторые факторы данного процесса на организационно-отраслевом уровне экономики Тюменской области. Рассмотрим выявленные нами некоторые аспекты субъектно-ориентированного процесса конкуренции в Тюменской области по результатам ответов молодых работников в нашем исследовании (таблица 1). Отметим, что оценка проводилась респондентами по семибалльной системе: 1 балл — ограничена в большинстве отраслей; 7 баллов — интенсивна в большинстве отраслей. Расчет среднего балла происходил на основе числа ответивших на данный вопрос — 947 респондентов, при $n = 968$.

Таблица 1

Оценка уровня развитости конкуренции на региональном рынке с позиций организационно-правовой формы места занятости

Table 1

Evaluating the level of competition development in the regional market from the standpoint of the organizational-legal form of employment

Иерархия	Организационно-правовая форма	Средний балл
1	Самозаняты, без оформления	5,33
2	Иностранное совместное предприятие	4,80
3	Индивидуальный предприниматель	4,63
4	Собственная (семейная) фирма, организация	4,60
5	Частная фирма, организация	4,38
6	Государственное предприятие	4,30
7	Муниципальное предприятие	4,07
8	Фрилансер (удаленный работник)	4,00
9	Иное	4,33

Анализ приведенной иерархии в определенной мере отражает ситуацию в экономике России в целом. Число самозанятых в нашей экономике трудно определить, о чем свидетельствуют дискуссии в Кабмине РФ, но они достигают многих миллионов, что, безусловно, повышает уровень конкуренции на довольно ограниченных рынках. Место совместных предприятий в целом оптимально, их число в экономике области постоянно растет, что создает рост плотности конкурентной среды. Отмечаем и достаточно высокий уровень интенсивности конкуренции на региональном рынке для форм семейного, индивидуального и частного предпринимательства, который существенно выше среднего по нашей шкале. В то же время и в достаточно благоприятных конкурентных условиях работают государственные предприятия. Отметим фрилансеров, конкурентные поля для которых еще не представляют трудностей.

Оценка респондентами уровня развития конкуренции в отраслевом уровне экономики области показана на таблице 2 (система оценки измерения соответствует таблице 1). По нашему мнению, данная иерархия развитости конкуренции на отраслевых рынках отражает в большей степени потребительские ориентации респондентов. Быстрое развитие города Тюмени, рост численности жителей, безусловно, способствуют росту рынка недвижимости и конкуренции в этой сфере. Традиционными конкурентными полями в области являются отрасли торговли и финансов, несколько ниже уровень конкуренции в отраслях строительства и про-

мышленности, где доминируют бизнес-организации, для которых этот уровень будет возрастать по мере внедрения мероприятий Национального плана развития. В то же время в сельском хозяйстве этот уровень ниже среднего и свидетельствует о наличии определенного районированного монополизма в этой отрасли.

Таблица 2

Оценка уровня развитости конкуренции на отраслевых рынках Тюменской области

Таблица 2

Evaluating the level of competition development in the labor markets of the Tyumen Region

Иерархия	Отрасли экономики	Средний балл
1	Операции с недвижимостью	4,80
2	Торговля	4,61
3	Финансовая деятельность	4,50
4	Транспорт и связь	4,42
5	Строительство	4,36
6	Промышленность	4,24
7	Сельское хозяйство	4,03
8	Иное	4,30
9	Среднее по отраслям	4,34

Мы рассмотрели лишь некоторые социальные проблемы конкуренции и конкурентоспособности, возможные подходы к их исследованию и решению, пути использования их преимуществ, которые в современном мире имеют ключевое значение для перехода страны, отдельных регионов, любой социальной общности и каждой отдельной личности в мир нового индустриального общества. Основное значение в решении проблем новой индустриализации, организации свободной конкуренции на национальном уровне и структурной перестройки экономики хозяйства Тюменской области принадлежит учебным заведениям профессионального образования, особенно, в области повышения профессиональной квалификации и переподготовки работающего населения. Для решения этой ключевой в экономическом развитии страны проблемы требуются изменения в законодательной и нормативной базе деятельности учреждений профессионального образования, реструктурирования их бюджетных ресурсов. Необходимы и повышение меры ответственности менеджмента организаций и предприятий, администраций, общественных организаций за создание атмосферы конкуренции на территории, в коллективе, за развитие и модернизацию человеческого капитала. Представляется, что выявленные нами социально-культурные стороны, мотивационные проблемы генотипичности и

факторы конкуренции, разработанные модели ее сущностных сторон позволят перейти к более полному исследованию социально-экономических сторон процесса конкуренции на региональном уровне, ее теоретической обоснованности и эмпирической реальности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Амосов Н. А. Реальности, идеалы и модели / Н. А. Амосов // Наука и жизнь. № 5. 1989. С. 65-73.
2. Власюк Г. В. Особенности социальной конкурентоспособности / Г. В. Власюк // Вопросы психологии и воспитания. № 1. 2013. С. 173-180.
3. Дилигенский Г. Г. В защиту человеческой индивидуальности / Г. Г. Дилигенский // Вопросы философии. № 3. 1990. С. 31-45.
4. Луговой А. А. Особенности русского культурного архетипа / А. А. Луговой // Социология и общество: Тезисы первого Всероссийского социологического конгресса «Общество и социология: новые реалии и новые идеи». Санкт-Петербург, 2000. С. 280-281.
5. Справочник для техникумов Министерства нефтяной промышленности СССР. Миннефтепром СССР, Всесоюзный научно-исследовательский институт организации, управления и экономики Нефтегазовой промышленности. Научно-методический центр. М.: ВНИИОЭНГ, 1988. 19 с.
6. Справочное пособие по структуре институтов и факультетов повышения квалификации руководителей и специалистов Главтюменнефтегаза в системе Министерства нефтяной промышленности. Тюмень: Главтюменнефтегаз, ЦНИС, 1989. 47 с.
7. Указ Президента РФ от 21.12.2017 N 618 «Об основных направлениях государственной политики по развитию конкуренции» (вместе с «Национальным планом развития конкуренции в Российской Федерации на 2018-2020 годы»). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_285796/
8. Хазова С. А. Развитие конкурентоспособности специалистов по физической культуре и спорту в процессе профессиональной подготовки: монография / С. А. Хазова. Майкоп, 2011. 371 с.
9. Ядов В. А. Саморегуляция и прогнозирование социального поведения личности: Диспозиционная концепция / В. А. Ядов. 2-е изд. М.: ЦСПиМ, 2013. 376 с.
10. Hofstede G. Cultures and Organizations — Software of the Mind: Intercultural Cooperation and Its Importance for Survival / G. Hofstede. London: Harper Collins Publishers, 1994. 279 p.
- Klyueva O. A. Competitiveness of Personality as a Psychological Phenomenon: The Content of the Construct and Its Typology / O. A. Klyueva // Psychology in Russia: State of the Art. Vol. 9. Iss. 2. 2016. Pp. 151-166. DOI: 10.11621/pir.2016.0212
11. Reeve J. Understanding Motivation and Emotion / J. Reeve. John Wiley, 2009.
12. Ryckman R. M. Considering Competition Avoidant Individuals Via the Big Five Model / R. M. Ryckman, B. Thornton, J. A. Gold, Sh. Collier // Current Research in Psychology. Vol. 2. 2011. Pp. 108-114. DOI: 10.3844/crpsp.2011.108.114

Vladimir V. MELNIK¹

UDC 316,4; 331,42

INCENTIVE FACTORS OF COMPETITIVENESS OF THE EMPLOYED YOUTH*

¹ Dr. Sci. (Philos.), Professor,
Department of General and Economic Sociology, University of Tyumen
v_v_melnik@mail.ru

Abstract

This article studies interdisciplinary approaches to the understanding of competition and competitiveness, which allows revealing their personal sociological and psychological correlations and interrelation. At the essential level, within the framework of the concept of “collective mental programming” by G. Hofstede and socio-cultural genotype, the author analyzes the “motivational stimulus” of competitiveness at the levels of “quasi”, “ratio”, “hyper”, “avoidance”, and “self-development”. The variety of motivational stimuli is determined both by the great attention of society and the state to contemporary problems of competition, and by the necessity of its implementation at the organizational level. The author analyzes the research strategies, value aspects of the essential embodiment of competitiveness, and the role of the sociocultural genotype of the individual in this process. This article provides an empirical analysis of the level of “subject” development of competition (industries and organizations) based on the results of an intelligence study of the competitiveness of working youth in the Tyumen Region.

Keywords

Competition, interdisciplinarity, cognitive dissonance, “mental programming”, motivational structures, hyper competitiveness, parentocracy, sociocultural genotype, models of social competitiveness.

* This article was prepared within the state mission of the RF Ministry of Education and Science “Shaping the orientation on competition and competitiveness among the young people in the Russian society within the context of the contemporary social and cultural dynamics”. Project No 28.2941.2017/4.6, led by G. F. Shafranov-Kutsev, academician of the Russian Academy of Education.

Citation: Melnik V. V. 2018. “Incentive Factors of Competitiveness of the Employed Youth”. Tyumen State University Herald. Social, Economic, and Law Research, vol. 4, no 3, pp. 105-119.

DOI: 10.21684/2411-7897-2018-4-3-105-119

DOI: 10.21684/2411-7897-2018-4-3-105-119**REFERENCES**

1. Amosov N. A. 1989. "Real'nosti, idealy i modeli" [Reality, Ideals, and Models]. *Nauka i zhizn'*, no 5, pp. 65-73.
2. Vlasyuk G. V. 2013. "Osobennosti sotsial'noy konkurentosposobnosti" [Features of Social Competitiveness]. *Voprosy psikhologii i vospitaniya*, no 1, pp. 173-180.
3. Diligenskiy G. G. 1990. « V zashchitu chelovecheskoy individual'nosti » [In Defense of Human Individuality]. *Voprosy filosofii*, no 3, pp. 31-45.
4. Lugovoy A. A. 2000. "Osobennosti russkogo kul'turnogo arkhetaipa" [Features of the Russian Cultural Archetype]. *Sotsiologiya i obshchestvo: Proceedings of the 1st All-Russian Sociological Congress "Obshchestvo i sotsiologiya: novyye realii i novyye idei"*, pp. 280-281. Saint-Petersburg.
5. VNIIOENG. 1988. *Spravochnik dlya tekhnikumov Ministerstva Neftyanoy promyshlennosti SSSR. Minnefteprom SSSR, Vsesoyuznyy nauchno-issledovatel'skiy institut organizatsii, upravleniya i ekonomiki Neftegazovoy promyshlennosti. Nauchno-metodicheskiy tsentr* [Reference Book for Technical Schools of the USSR Ministry of Petroleum Industry. USSR Ministry of Oil Industry, All-Union Scientific Research Institute of Organization, Management and Economics of the Oil and Gas Industry. Scientific and Methodological Center]. Moscow: VNIIOENG.
6. Glavyumenneftegaz, TSNIS. 1989. *Spravochnoye posobiye po strukture institutov i fakul'tetov povysheniya kvalifikatsii rukovoditeley i spetsialistov Glavyumenneftegaza v sisteme Ministerstva neftyanoy promyshlennosti* [Reference Manual on the Structure of Institutes and Faculties of Advanced Training for Managers and Specialists of Glavyumenneftegaz in the System of the Ministry of Oil Industry]. Tyumen: Glavyumenneftegaz, TSNIS.
7. RF President Decree of 21 December 2017 Nj 618 "Ob osnovnykh napravleniyakh gosudarstvennoy politiki po razvitiyu konkurentsii" [On the Main Directions of State Policy on the Development of Competition] (together with "Natsional'nyy planom razvitiya konkurentsii v Rossiyskoy Federatsii na 2018-2020 gody" [National Plan for the Development of Competition in the Russian Federation for 2018-2020]). http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_285796/
8. Khazova S. A. 2011. *Razvitiye konkurentosposobnosti spetsialistov po fizicheskoy kul'ture i sportu v protsesse professional'noy podgotovki: monografiya* [Development of Competitiveness of Specialists in Physical Culture and Sport in the Process of Vocational Training]. Maykop.
9. Yadov V. A. 2013. *Samoregulyatsiya i prognozirovaniye sotsial'nogo povedeniya lichnosti: Dispozitsionnaya kontseptsiya* [Self-Regulation and Prediction of a Person's Social Behavior: Dispositional concept]. 2nd edition. Moscow: TSSPiM.
10. Hofstede G. 1994. *Cultures and Organizations — Software of the Mind: Intercultural Cooperation and Its Importance for Survival*. London: Harper Collins Publishers.
11. Klyueva O. A. 2016. "Competitiveness of Personality as a Psychological Phenomenon: The Content of the Construct and Its Typology". *Psychology in Russia: State of the Art*, vol. 9, no 2, pp. 151-166. DOI: 10.11621/pir.2016.0212
12. Reeve J. 2009. *Understanding Motivation and Emotion*. John Wiley.
13. Ryckman R. M., Thornton B., Gold J. A., Collier Sh. 2011. "Considering Competition Avoidant Individuals via the Big Five Model". *Current Research in Psychology*, vol. 2, pp. 108-114. DOI: 10.3844/crpsp.2011.108.114