

Г.Ф. ШАФРАНОВ-КУЦЕВ, Е.М. ЧЕРКАШОВ

ОРИЕНТИРОВАННОСТЬ МОЛОДЕЖИ НА КОНКУРЕНЦИЮ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

ШАФРАНОВ-КУЦЕВ Геннадий Филиппович – доктор философских наук, профессор кафедры общей и экономической социологии, научный руководитель (g.f.kucev@utmn.ru); ЧЕРКАШОВ Евгений Михайлович – кандидат социологических наук, доцент кафедры мировой экономики и международного бизнеса (emtch53@rambler.ru). Оба – Тюменский государственный университет, Тюмень, Россия.

Аннотация. Авторами рассмотрены условия, факторы и мотивы ориентации молодежи на предпринимательство с позиции оценки ею личной конкурентоспособности. Исследование опирается на концепцию алгоритма поведения взаимодействующих акторов, акцентирующую внимание на характеристиках: «конкурентоориентированность» – «компетенции» – «конкурентные преимущества» – «конкурентоспособность» («4-К»). Эмпирическую базу исследования составили данные анкетирования 956 представителей работающей молодежи в городах Тюмень, Тобольск, Ишим и фокус-групп с молодыми предпринимателями и студентами, имеющими установку на предпринимательство. Основные результаты исследования: 1) наиболее конкурентоспособными ощущают себя молодые люди, кто способен влиять на ход своей жизни; 2) повышение квалификации, непрерывное и целенаправленное самообразование, овладение профессиональными, предпринимательскими и деловыми компетенциями трансформируют образовательный, инновационный потенциал в особое конкурентное преимущество, обеспечивающее конкурентоспособность; 3) обладание деловой компетенцией обеспечивает условия успешного осуществления жизненной траектории как предпринимателей или наемных работников.

Ключевые слова: молодежь • алгоритм «4-К» • предпринимательство • конкуренция

DOI: 10.31857/S013216250009174-4

Постановка проблемы и ее актуальность. Укорененность и распространение конкурентных отношений в современном обществе приводит к тому, что одним из ключевых элементов в процессе социализации молодежи становится формирование позитивного отношения к конкуренции и ориентации на достижение конкурентоспособности в определенной сфере. В данном контексте молодежное предпринимательство является одним из путей приобретения молодыми людьми социально-экономической конкурентоспособности и успешной социализации. Это делает актуальным исследование ориентации молодежи на конкурентоспособность, а также освоение ею предпринимательских жизненных траекторий в контексте стремления к конкурентоспособности и успешности.

В отечественной науке социокультурное и социально-экономическое исследование конкурентности отдельных групп молодежи (студентов и работающих) активно проводится по следующим направлениям: 1) условия формирования их конкурентоориентированности, конкурентоспособности, успешности [Резник, Коновалова, 2012; Резник, Коновалова и др., 2013; Резник, Черниковская и др., 2013; Резник, 2015]; методы, способы формирования и самоуправления индивидуальными навыками, компетенциями, обеспечивающими конкурентоспособность [Chukhlomin, 2014; 2018]; 2) переход от

предпринимательских намерений к действиям по созданию бизнеса, включая условия, факторы и мотивы ориентации студенческой и работающей молодежи на предпринимательство, открытие и ведение собственного дела [Широкова и др., 2015; Богатырева, Широкова, 2017; Цуканова, 2017]. Однако в тени остаются взаимосвязи конкурентоориентированности, конкурентоспособности, успешности и предпринимательской ориентации молодежи. Недостаточно исследуются социально-экономические и социокультурные пространства, в которых формируются и реализуются установки молодежи на конкурентоориентированность и предпринимательство.

Цель данного исследования – изучить предпринимательские ориентации молодежи с позиции оценки ею личной конкурентоориентированности и конкурентоспособности. Опираясь на концепцию социального пространства как ансамбля полей [Бурдые, 2005], для анализа и оценки многоуровневой системы конкурентных отношений современного общества разработано и применено понятие «конкурентное поле», представляющее собой социально-экономическое пространство взаимодействия соперничающих субъектов. Характерной отличительной особенностью конкурентного поля является алгоритм поведения акторов: «конкурентоориентированность – компетенции – конкурентные преимущества – конкурентоспособность» (алгоритм «4-К»). Данный алгоритм как система координат любого конкурентного поля, с одной стороны, определяет ориентиры социального взаимодействия субъектов друг с другом, с другой – обуславливает последовательность действий каждого субъекта по формированию, поддержанию и развитию устойчивых позиций в конкретном конкурентном поле.

Для анализа социальной среды, формирующей и поддерживающей ориентацию молодежи на развитие и реализацию собственных компетенций, обеспечивающих конкурентные преимущества, коллективом социологической лаборатории Тюменского государственного университета в 2017 г. проведено исследование «Формирование конкурентоориентированности и конкурентоспособности молодежи в российском обществе в контексте современной социокультурной динамики». Его эмпирическую базу составили результаты анкетного опроса 956 представителей работающей молодежи в городах Тюмень (711 человек, 74%), Тобольск (169 человек, 18%), Ишим (76 человек, 8%)¹ и результаты пяти фокус-групповых интервью с действующими молодыми предпринимателями из числа студенческой и работающей молодежи (42 человека). В анкетном опросе приняли участие 58% мужчин и 42% женщин, в возрасте до 23 лет (15,2%), от 24 до 29 лет (66%), от 30 до 35 лет (18,8%). Состав опрошенной работающей молодежи включает 94% работающих по найму (рабочие, служащие, специалисты, управленцы низшего и среднего звена) и 6% – индивидуальные предприниматели и владельцы семейного бизнеса.

В дополнение к анкетному опросу проведены фокус-групповые интервью с двумя группами студентов вузов (группа студентов, не имеющая установки на предпринимательство, и группа студентов с ярко выраженной установкой на предпринимательство – участники специальных мастер-классов, организованных Тюменским отделением «Опоры России»), а также с молодыми тюменскими предпринимателями. Их необходимость определяется тем, что, во-первых, установки конкурентоориентированности формируются у работающей молодежи в период обучения в профессиональных учебных заведениях и, во-вторых, оценка ориентации на предпринимательство будет более достоверной не только с позиции желающих создать собственное дело, но и с позиции молодежи, которая практически ведет предпринимательскую деятельность. Ключевая исследовательская задача заключалась в анализе условий формирования конкурентоориентированности, ощущения конкурентоспособности и соответствующих компетенций молодых работников, влияющих на их выбор предпринимательской жизненной траектории.

¹ Опрос проведен по месту работы респондентов – в 20 организациях основных отраслей экономики. Тип выборки – квотная, районированная, гнездовая. Репрезентативность определялась по таким признакам, как пол, возраст, форма собственности предприятия, организации, среднемесячная заработная плата.

Конкурентоориентированность, отношение к конкуренции. Конкурентоориентированность – исходное понятие алгоритма «4-К» – понимается как выраженная готовность субъекта к соперничеству в процессе достижения поставленной цели. В основе такого понимания лежит отношение субъекта к конкуренции. Позитивная или негативная оценка конкуренции характеризует наличие или отсутствие у субъекта готовности к соперничеству, а следовательно, и конкурентоориентированности. Позитивная оценка взаимодействия субъектами конкуренции делает конкурентоориентированность устойчивой целевой установкой, которая определяет формирование требуемых профессиональных и деловых компетенций, запуская весь алгоритм «4-К».

Результаты исследования свидетельствуют, что респонденты характеризуют конкуренцию позитивно (от 41 до 90%). Наиболее часто встречающиеся позитивные оценки – «полезна» (90%), «нужна» (87%), «эффективна» (84%)². Негативные коннотации конкурентного процесса выделяли от 3 до 28% респондентов. Основные разновидности негативных оценок – «неприятна» (28%), «некомфортна» (28%), «нечестна» (26%).

Результаты проведенного исследования свидетельствуют, что у работающей молодежи существует двойственное отношение к конкуренции («...пробуждает в людях худшие качества» и «...полезна для побуждения к напряженной работе и развитию новых идей»). Негативная оценка конкуренции может блокировать трансформацию ощущения способности работающей молодежи влиять на ход своей жизни в конкурентоориентированность, в готовность формировать и наращивать компетенции для получения конкурентных преимуществ и обеспечения конкурентоспособности по той или иной жизненной траектории.

На субъективном уровне двойственность оценок конкуренции выливается в морально-ценностную дилемму: имеют ли значение средства, используемые для победы над конкурентами, или значим только результат? Противоречивость ответов на поставленный вопрос представлена в табл. 1.

Таблица 1

Значимость средств для достижения результата среди молодежи с разной конкурентоориентированностью (в %)

В наше время для победы над конкурентами средства не имеют значения, важен только результат	Конкурентоориентированность		
	очень редко удается выходить победителем в конкуренции	затрудняюсь ответить	как правило, я всегда успешно побеждаю всех своих конкурентов
Согласен полностью и скорее согласен, чем не согласен	31,1	30,7	40,4
Затрудняюсь ответить	41,0	38,3	27,6
Скорее не согласен, чем согласен, и совершенно не согласен	27,9	31,0	32,0

Анализ ответов на вопросы анкеты позволил выявить некоторые условия позитивного разрешения морально-ценностного противоречия отношения молодежи к конкуренции. При оценке методов достижения успеха 37% опрошенных согласились с суждением, что надо «*быть первым, несмотря ни на что, действовать без оглядки на других*». 62% опрошенных молодых работников предпочли противоположное суждение: «*победа возможна только в команде*». Значительная часть респондентов – конкурентоспособных (56,0%) и неконкурентоспособных (59,1%) – отдают предпочтение командным действиям для успеха и достижения победы в конкуренции. Это соответствует глубинным характеристикам российской трудовой и деловой культуры – коллективизм, взаимопонимание и взаимная

² Допускалось любое количество ответов.

поддержка в общем деле [Шкаратан, Карачаровский, 2002]. Возможности командной работы, общего дела, успеха на основе определенных морально-этических ценностей, избегая крайнего индивидуализма, позволяют молодежи трансформировать способность влиять на ход своей жизни в устойчивое ощущение конкурентоориентированности.

Образовательный и инновационный потенциал как конкурентное преимущество. Рассмотрим, что является у работающей молодежи основанием для превращения образовательного потенциала в конкурентное преимущество, способное обеспечить конкурентоспособность и успешность в трудовой жизни.

Ожидаемо обнаружена зависимость: чем выше уровень образования респондента, тем выше его ощущение личной конкурентоспособности. Респонденты с неполным средним и средним общим образованием считают себя конкурентоспособными в 68% случаев (ответы «да» – 44% и «скорее да, чем нет» – 24%). Работающая молодежь с начальным и средним профессиональным образованием считают себя конкурентоспособными в 80% случаев («да» – 53%, «скорее да, чем нет» – 27%), а имеющее высшее (в том числе неоконченное) и послевузовское образование – в 94% случаев («да» – 59%, «скорее да, чем нет» – 35%).

Однако при ответе на вопрос «Достаточно ли вам знаний, полученных в учебном заведении, для успешной конкуренции?» положительно ответил только каждый четвертый респондент (24%), в то время как недостаточный объем полученного в учебном заведении багажа знаний отметили почти столько же (23%). Причем респонденты, ориентированные на конкурентные стратегии в жизни и карьере, чаще признают недостаточность знаний и навыков, полученных ими в учебном заведении.

Для пополнения знаний и стабильного поддержания своей конкурентоспособности работающая молодежь использует повышение квалификации и самообразование. Отмечена прямая зависимость между самооценками успешности в конкурентной борьбе и регулярностью самообразования (табл. 2).

Таблица 2

Регулярность самообразования среди молодежи с разной конкурентоориентированностью (в %)

Регулярность самообразования	Конкурентоориентированность		
	очень редко удается выходить победителем в конкуренции	затрудняюсь ответить	как правило, я всегда успешно побеждаю всех своих конкурентов
Регулярно и целенаправленно	12,6	28,1	38,5
От случая к случаю	72,4	67,0	57,8
Не занимаюсь	14,9	4,9	3,7

В ходе фокус-групповых интервью студентами подчеркивалось, что в образовательных программах вузов недостаточно курсов и семинаров по вопросам организации и ведения предпринимательской деятельности: «...нас нагружают излишней работой, которая нам совершенно никогда в жизни не пригодится...»; «...надо больше бизнес-тренингов...»; «...мало информации об особенностях предпринимательства в нашем регионе». Участники фокус-групп студентов, ориентированных на предпринимательство, и молодых предпринимателей подчеркивали очень важную (даже незаменимую) роль Тюменского отделения «Опоры России» в формировании и развитии на практике предпринимательских и деловых компетенций: «...чтобы создать свой бизнес в будущем, мне для этого нужны знания, навыки, я для этого сюда и пришел...»; «...я в университете не получал столько информации о предпринимательстве, потому что сама цель учебного заведения – дать профессиональные науки, а ... предпринимательства, можно сказать, не было...». Они рассматривают «Опору России» как площадку для практического овладения деловыми компетенциями, как незаменимое место коммуникации, взаимной помощи и поддержки, обмена

бизнес-идеями для действующих предпринимателей и для желающих сделать выбор в пользу предпринимательства: «...мне ... удобно ... прийти к знакомым предпринимателям на такую площадку, как "Опора России" ...и уже с живыми предпринимателями... разговаривать по тем или иным вопросам, чтобы они мне помогли...». «В "Опоре"... смотришь на практики ребят, ... их мышление, ... позицию, ... некоторые свои взгляды пересматриваешь... меняешь свои подходы, у кого-то инструменты берешь и так далее». «Если кто-то из команды обращается за поддержкой, мы не закрываемся, не конкурируем... помогаем».

Таким образом, базовое профессиональное образование, регулярное и целенаправленное самообразование – это ключевые конкурентные преимущества, позволяющие молодежи уверенно планировать и организовывать успех жизненной траектории по линии трудовой профессиональной карьеры и предпринимательства.

Особенности выбора молодежью между работой по найму и предпринимательством. Респондентами проведенного опроса стала молодежь, работающая в основном по найму (94%). Для них ориентация на предпринимательство и готовность создать собственное дело означает выбор между наемным трудом и ведением собственного бизнеса.

Среди респондентов, ощущающих себя конкурентоспособными, 65% желают создать собственный бизнес (ответы «намерение есть и сильное» и «намерение присутствует»), в то время как среди неконкурентоспособных – лишь 36%, причем у неконкурентоспособных молодых работников, желающих создать свое дело, преобладают мотивы вынужденного предпринимательства (выбор между низкооплачиваемой работой по найму с ощущением возможной потери рабочего места и собственным бизнесом, обеспечивающим хотя бы самозанятость и выживание). Конкурентоспособные молодые работники, желающие создать собственное дело, руководствуются главным образом мотивами добровольного предпринимательства – они выбирают между высокопрофессиональной карьерой наемного работника и предпринимательской траекторией, нацеленной на практическую реализацию своей предпринимательской идеи в успешных бизнес-проектах.

Молодые работники, ощущающие себя неконкурентоспособными, но желающие создать свое дело, в качестве преобладающего мотива называют факторы выживания (неудовлетворительные жилищные условия, низкая зарплата, наличие семьи и многодетность). Так, среди тех, кто проживает в коммунальных квартирах, 77% имеют очень сильное намерение создать свое дело, среди проживающих с родителями и в съемной квартире – 51%, среди живущих в собственной квартире таковых 44%. Аналогичная закономерность наблюдается среди имеющих семью с детьми: в той или иной степени готовы создать свой бизнес 60% имеющих семью с одним ребенком и 64% – семью с тремя и более детьми.

Респонденты, ощущающие себя конкурентоспособными, указывают на желание реализовать свой внутренний потенциал (высокий уровень образования, рабочее владение английским языком и инновационными технологиями) и получить свободу действий в реализации своей предпринимательской идеи. Значительная часть «отличников» (63,4%) имеет в той или иной степени намерение создать собственное дело (11,8% ответили «есть, очень сильное» и 51,6% – «намерение присутствует»). Среди достаточно свободно владеющих английским языком большая часть (69,4%) имеет желание создать собственное дело (23,9% – «есть, очень сильное» и 45,5% – «намерение присутствует»). Среди молодых работников, постоянно связанных с инновационной деятельностью, 65,3% намерены создать свое дело.

Заключение. Среди молодых работников, считающих себя конкурентоспособными, выделяются ощущающие себя способными влиять на ход своей жизни, позитивно и конструктивно разрешающие противоречия в восприятии конкуренции. Абстрактные представления работающей молодежи о личной конкурентоспособности и способности влиять на жизнь трансформируются в устойчивую конкурентоориентированность в связи с повышением квалификации и самообразованием. Это способствует распространению среди молодежи предпринимательского видения и действия, превращает имеющийся у них практический опыт, образовательный и инновационный потенциал в ключевое конкурентное

преимущество, составляющее основу выбора молодыми работниками предпринимательской жизненной траектории.

Специализированные сообщества предпринимателей (типа «Опоры России») становятся для конкурентоориентированных студентов образовательной и коммуникативной площадкой практического овладения основными и специфическими составляющими деловой системной компетенции. Еще более важны такие сообщества для желающих стать предпринимателем и для действующих молодых предпринимателей как место коммуникации, взаимопомощи, поддержки, обмена бизнес-идеями и эффективными практиками предпринимательства.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Богатырева К.А., Широкова Г.В. Переход от предпринимательских намерений к действиям по созданию бизнеса на примере российских студентов // Форсайт. 2017. Т. 11. № 3. С. 25–36. DOI: 10.17323/2500-2597.2017.3.25.36.
- Бурдые П. Социальное пространство: поля и практики. М.: ИЭС; СПб.: Алетейя, 2005.
- 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(31). 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.
- 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.
- Цуканова Т.В. Роль вуза в формировании предпринимательских намерений студентов: российский контекст // Современная конкуренция. 2017. № 1(61). С. 69–103.
- Широкова Г., Цуканова Т., Богатырева К. Факторы формирования предпринимательских намерений российских студентов // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия «Менеджмент». 2015. № 3. С. 21–46.
- Шкаратан О.И., Карачаровский В.В. Русская трудовая и управленческая культура: опыт исследования в контексте перспектив экономического развития // Мир России. 2002. Т. 11. № 1. С. 3–56.
- Chukhlomin V. How to Get Skilled: A Brief Introduction to Individual Skills Management. Saratoga Springs, NY: Upward Mobility Books, 2018.
- Chukhlomin V. Self-Management and Self-Marketing: A Strategic Approach to Employability Skills Development. Saratoga Springs, NY: CreateSpace Independent Publishing Platform, 2014.

Статья поступила: 24.06.19. Финальная версия: 16.09.19. Принята к публикации: 07.10.19.

YOUTH ORIENTATION TOWARDS COMPETITION AND ENTREPRENEURSHIP

SHAFRANOV-KUTSEV G.F.*, CHERKASHOV E.M.*

*University of Tyumen, Russia

Gennady F. SHAFRANOV-KUTSEV, Dr. Sci. (Philos.), Prof., Research Supervisor (g.f.kucev@utmn.ru); Eugeny M. CHERKASHOV, Cand. Sci. (Sociol.), Associate Prof. (emtch53@rambler.ru). Both – University of Tyumen, Tyumen, Russia.

Acknowledgements. The article is prepared within the framework of the state task of the Russian Ministry of Education and Science “Formation of Youth Competitiveness in the Russian Society in the Context of Modern Sociocultural Dynamics”, project No. 28.2941.2017/4.6 (Project-Head: G.F. Shafranov-Kutsev).

Abstract. The article considers conditions, factors and motives of young people orientation to entrepreneurship and creation of own business from the perspective of their competitiveness assessment. Conceptually, the research is based on the concept of “competitive field” containing a stable, reproducible algorithm of behavior of interacting actors: “competitive orientation” – “competencies” – “competitive advantages” – “competitiveness”. The empirical base of the study is the

questionnaire survey of 956 representatives of working youth in Tyumen, Tobolsk, Ishim and rural areas of Tyumen region in Russia. The main results of several focus group interviews conducted with existing young entrepreneurs and students with a view to the implementation of entrepreneurial activities are: 1) not just those who consider themselves capable of influencing the course of their lives, but those who are ready to assert this ability in specific socio-economic and socio-cultural fields of implementation of the chosen life trajectories feel competitive themselves; 2) continuous, purposeful and regular self-education in the process of movement on a certain labor/life trajectory transforms the existing educational, innovative potential into a special competitive advantage, ensuring competitiveness – the real ability to successfully influence one's course of life; 3) possession of university graduates and young people working with business system competence provides necessary conditions for successful implementation of their life trajectory, both through employment, creation and development of their own businesses.

Keywords: youth, "4-C" algorithm, business, entrepreneurship, competition.

REFERENCES

- Bogatyreva K.A., Shirokova G.V. (2017) From Entrepreneurial Aspirations to Founding a Business: The Case of Russian Students. *Forsait* [Foresight and STI Governance]. Vol. 11. No. 3: 25–36. DOI: 10.17323/2500-2597.2017.3.25.36. (In Russ.)
- Bourdieu P. (2005) *Social Space: Fields and Practices*. Moscow: IES; St. Petersburg: Aletheia. (In Russ.)
- Chukhlomin V. (2018) *How to Get Skilled: A Brief Introduction to Individual Skills Management*. Saratoga Springs, NY: Upward Mobility Books.
- Chukhlomin V. (2014) *Self-Management and Self-Marketing: A Strategic Approach to Employability Skills Development*. Saratoga Springs, NY: CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Reznik S.D. (2015) Who Will Teach Student to Live? *Vysshee obrazovanie v Rossii* [Higher Education in Russia]. No. 1: 146–152. (In Russ.)
- Reznik S.D., Chernikovskaya M.V., Socolova A.A. (2013) Competition Orientation and Competitiveness of University Graduates: Experience and Prospect of the Scholarly Search. *Problemy sovremennoj ekonomiki* [Problems of Modern Economics]. No. 3(47): 399–402. (In Russ.)
- Reznik S.D., Konovalova E.S. (2012) On the Problem of Competition Orientation of Students of Higher Education. *Ekonomicheskoe vozrozhdenie Rossii* [Economic Revival of Russia]. No. 1(31): 18–26. (In Russ.)
- Reznik S.D., Konovalova E.S., Socolova A.A. (2013) *Competitiveness Orientation and Competitiveness of the Student Youth in Russia. Experience, Problems, Prospects*. Moscow: Infra-M. (In Russ.)
- Shirokova G.V., Tsukanova T.V., Bogatyreva K.A. (2015) Antecedents of Students' Entrepreneurial Intentions in Russia. *Vestnik Sankt-Peterburgckogo universiteta. Seriya "Menedzhment"* [Vestnik of Saint Petersburg University. Series "Management"]. No. 3: 21–46. (In Russ.)
- Shkaratan O.I., Karacharovskiy V.V. (2002) Russian Labor and Management Culture: Research Experience in the Context of the Prospects for Economic Development. *Mir Rossii* [Universe of Russia]. Vol. 11. No. 1: 3–56. (In Russ.)
- Tsukanova T.V. (2017) The Effect of Universities on Students' Entrepreneurial Intentions: the Context of Russia. *Sovremennaya konkurentsia* [Journal of Modern Competition]. No. 1(61): 69–103. (In Russ.)

Received: 24.06.19. Final version: 16.09.19. Accepted: 07.10.19.