



О.В. Перезовова

УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ  
МЕНЕДЖЕРОВ НА РЫНКЕ ТРУДА:  
ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ  
УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА

**Перезовова Ольга Владимировна**

Кандидат педагогических наук, доцент, профессор Российской академии естествознания, доцент кафедры «Менеджмент и маркетинг» Челябинского филиала Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.

Научные интересы связаны с теорией и практикой формирования конкурентоспособности менеджеров. Автор более 200 научных работ в области менеджмента и экономики.

МОНОГРАФИЯ



**О.В. Перезозова**

**УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ  
МЕНЕДЖЕРОВ НА РЫНКЕ ТРУДА: ОСОБЕННОСТИ  
РЕАЛИЗАЦИИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА**

**Монография**

Челябинск  
2018

**УДК 339.137**  
**ББК 65.240**

**Перезозова О.В.** Управление конкурентоспособностью менеджеров на рынке труда: особенности реализации управленческого потенциала. – Челябинск. – 2018. – 112 с.

В монографии представлен аналитический обзор по особенностям и проблемам управления конкурентоспособностью менеджеров на современном рынке труда. Рассмотрены вопросы реализации управленческого потенциала в компаниях малого и среднего бизнеса.

Раскрыты основные связи между конкурентоспособностью менеджеров и их влиянием на социальную ответственность бизнеса. Проведен анализ понятий «конкурентоустойчивость», «конкурентоспособность», «конкурентоориентированность» в условиях новой экономики.

Показана необходимость формирования конкурентоспособности менеджеров для реализации их управленческого потенциала.

Монография адресована аспирантам, магистрам, бакалаврам экономического профиля, а также широкому кругу специалистов в области экономики и управления.

#### **Рецензент**

**Львов Л.В.** – кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента, профессор Российской академии естествознания (ЧОУ ВО «Русско-Британский институт управления»).

**ISBN 978 – 5 – 87184 – 718-3**

**© Перезозова О.В., 2018**

## Содержание

<b>ВВЕДЕНИЕ</b> .....	4
<b>§ 1.</b> Конкурентоспособность современных менеджеров на рынке труда .....	5
<b>§ 2.</b> Управление профессиональной успешностью менеджеров на рынке труда .....	18
<b>§ 3.</b> Реализация управленческого потенциала менеджеров на рынке труда .....	51
<b>§ 4.</b> Развитие управленческого потенциала как основа социальной ответственности бизнеса .....	88
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</b> .....	106
<b>СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ</b> .....	107

## ВВЕДЕНИЕ

Развитие управленческого потенциала – перспективная задача современной фирмы. Конкурентоспособные менеджеры – это самый востребованный ресурс на рынке труда. Уровень и степень конкурентоспособности управленца закладывают и степень успеха развития всего бизнеса. Очевидно, что конкурентоспособность становится основой для формирования как общего, так и специального – управленческого – потенциала. Этим обосновывается актуальность развития данного вопроса. Актуальность исследования также связана с тем, что на данный момент является не достаточно изученным для новых экономических условий.

Управленческий потенциал представляет собой сумму отдельных функциональных потенциалов качеств руководителя, реализуемой в профессиональной деятельности управленцем. Управленческий потенциал представляет собой интегральное понятие, включающее в себя различные составляющие, способных принимать управленческие решения.

Управленческий потенциал не всегда проявляется и раскрывается на рабочем месте. Нужна некая кризисная ситуация, которую, в частности, может создать конкурс. Потенциал, выявленный в ходе сложившейся ситуации, не всегда реализуется в жизни, что связано с личной мотивацией и амбициями. Реализации управленческого потенциала могут мешать страхи, заниженная самооценка или, в том числе, собственная лень, которой иногда люди прикрываются, чтобы оправдать свое нежелание двигаться вперед и развиваться. Этот фактор снижает и уровень конкурентоспособности менеджеров, скрывает их на рынке труда среди тысячи претендентов на руководящие позиции в компании.

Однако формирование управленческого потенциала и конкурентоспособности можно рассматривать с точки зрения педагогического проектирования содержания образования как развитие личности руководителя в профессиональной и управленческой деятельности, направленное на формирование устойчивых положительных мотивов данной деятельности, социально значимых и профессионально важных качеств личности руководителя, готовности к постоянному личностному и профессиональному росту в качестве управленца, нахождения оптимальных приёмов и способов управления в соответствии с индивидуально-психологическими особенностями личности специалиста.

Такие характеристики делают менеджера ценным ресурсом на рынке труда и определяют не только личный успех, но и экономический успех компании, положительно влияя на ее деловую репутацию, формируя социально ответственные позиции бизнеса.

Выше изложенные позиции и обоснование актуальности исследования определили структуру монографии.

## **§ 1 КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ СОВРЕМЕННЫХ МЕНЕДЖЕРОВ НА РЫНКЕ ТРУДА**

Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года определяет достаточно перспектив и направлений для развития России. В числе прочих задач звучит следующее: «Россия ставит перед собой амбициозные, но достижимые цели долгосрочного развития, заключающиеся в обеспечении высокого уровня благосостояния населения и закреплении геополитической роли страны как одного из лидеров, определяющих мировую политическую повестку дня». Единственным возможным способом достижения этих целей является переход экономики на инновационную социально ориентированную модель развития.

Тем не менее сложная экономическая ситуация в краткосрочной перспективе не означает необходимости пересмотра целей долгосрочного развития, а обуславливает повышение требований к темпу и качеству экономического развития в период до 2020 года.

Задачи посткризисного восстановления и ускорения перехода на инновационный путь развития придется решать в условиях увеличения масштабов внешних и внутренних вызовов, с которыми сталкивается Россия.

В этой связи важным представляется выбор нужных и актуальных направлений не только для экономического наращивания потенциала страны, но и для стратегического развития рынка труда, его взаимодействия с ежегодной армией выпускников вузов.

С чем связаны такие задачи, объяснить можно достаточно просто. Мы помним, что кризис 2009 года усилил важность этого вызова для России.

Пришлось искать варианты нового продвижения своих позиций в условиях глобальных социально-экономических перемен.

Продолжая цитировать основные позиции Стратегии 2020, мы отмечаем в ней тот факт, что наблюдается очевидное усиление в мировом масштабе конкурентной борьбы за высококвалифицированную рабочую силу.

Этот факт позволяет нам предположить мысль о возрастающей роли вузов как стратегических объектов социально-экономического значения. Ведь роль интеллектуального потенциала страны на сегодняшний день становится ведущей.

Взаимодействие рынка труда и образовательных услуг приобретает решающую силу. Инвестиции в знания – главная стратегия регионов страны. Разрабатываются научно-инвестиционные проекты, в которых в основу экономических ожиданий закладываются инвестиции в «знаниевые», интеллектуальные проекты. Инвестиции, привлекающие новые знания, технологии и компетенции, определяют конкурентоспособность инновационных систем регионов и всей страны.

В условиях низкой эффективности инновационной системы в России это означает увеличение оттока из страны конкурентоспособных кадров, технологий, идей и капитала.

Указанные вызовы диктуют необходимость опережающего развития отдельных специфичных направлений научных исследований и технологических разработок, включая сферу образования, интеграции экономики и образования.

Вузы регионов, опираясь на положения Стратегии 2020, и региональные рынки труда в качестве одной из основных задач инновационного развития определяют создание условий для формирования у граждан следующих компетенций инновационной деятельности:

- способность и готовность к непрерывному образованию, постоянному совершенствованию, переобучению и самообучению, профессиональной мобильности, стремление к новому;

- способность к критическому мышлению;

- способность и готовность к разумному риску, креативность и предприимчивость, умение работать самостоятельно, готовность к работе в команде и в высококонкурентной среде;

- владение иностранными языками, предполагающее способность к свободному бытовому, деловому и профессиональному общению.

Эти компетенции призваны формировать вузы, следуя тенденциям времени и запросам работодателей. То есть определяется линия реализации стратегии. Например, стремление к увеличению количества российских вузов, входящих в число 200 ведущих мировых университетов согласно мировому рейтингу университетов (Quacquarelli Symonds World University Rankings), до 4 единиц (в 2010 году - 1 вуз).

Особую роль в этой стратегии обретают профессиональные качества преподавателей, обладающих достаточным уровнем компетенции и личной конкурентоспособности, так как их интеллектуальный потенциал и способность передавать практические знания и формировать необходимые навыки и компетенции у студентов становятся неотъемлемым требованием к стратегическим целям вузов.

В университетах становится нормой использование механизмов оценки преподавателей с привлечением международного научного сообщества и с ориентацией на показатели публикационной активности, а также взаимодействие с организациями соответствующих секторов экономики.

Законодательно уже урегулирована возможность создания учреждениями профессионального образования на базе предприятий (организаций) кафедр, осуществляющих обучение студентов, а также возможность создания предприятиями (организациями) на базе образовательных организаций кафедр и лабораторий.

Эти реформы и нововведения благоприятно воздействуют на статус вузов, на профессиональную мотивацию преподавателей и на реальную заинтересованность работодателей, а значит, и формируют высокий интерес со стороны самих студентов.

Во многих вузах в качестве целевой установки звучит задача по обучению инновационному предпринимательству, как новому веянию и новому направлению в реформе образовательных программ и стандартов.

Предусматривается стимулирование получения навыков инновационного предпринимательства выпускниками вузов по техническим и естественно-научным специальностям посредством различных полидисциплинарных образовательных программ и проектной деятельности [13].

Программы государственной поддержки инноваций в этой связи содержат образовательный компонент, в том числе в области предпринимательской деятельности и коммерциализации разработок.

Важной задачей системы образования становится ориентация образовательных программ на обучение навыкам, необходимым для инновационной деятельности, включая аналитическое и критическое мышление, стремление к новому, способность к постоянному самообучению, готовность к разумному риску, креативность и предприимчивость, а также готовность к работе в высоко конкурентной среде.

Так уже на сегодняшний момент в результате реформирования социальных и экономических сфер в образовательные программы по наиболее перспективным, с точки зрения появления инновационных разработок направлениям, включены модули обучения инновационному предпринимательству в ряде вузов как для профильной подготовки, так и для подготовки в формате курсов дополнительного профессионального образования.

Подготовка предпринимателей в сфере коммерциализации научных разработок уже осуществляется в сотрудничестве с ведущими инновационными компаниями, венчурными фондами и ведущими международными университетами.

Практическая ориентация подготовки в этом процессе обеспечена за счет стажировок в рамках собственной инновационной инфраструктуры университетов, федеральной (региональной) инновационной инфраструктуры или инфраструктуры инновационных компаний.

Возникает вопрос, как сегодня реагирует рынок труда на такие тенденции и перемены в экономике. Как сегодня работодатель видит выпускника вуза. Чем может выделяться выпускник, прошедший обучение в вузах реформаторской направленности.

Для установления таких закономерностей мы провели исследование среди работодателей и рекрутинговых агентств, чтобы получить объективную информацию о качестве профессиональной подготовки выпускников. Особое внимание мы уделяли комментариям работодателей наиболее крупных организаций и предприятий малого и среднего бизнеса.

В результате исследования мы получили такие отклики, которые показали, что нельзя однозначно определить насколько положительно или отрицательно видится выпускник на современном рынке труда. Приведем некоторые комментарии и отзывы, которые были нами изучены.

Создатель рекрутингового агентства Pruffi Алёна Владимировна представила прогнозы на 2015 год, который мы, по мнению большинства экспертов экономики, проживём в условиях экономической нестабильности. Первое, что отметила эксперт в области кадрового менеджмента, это тот факт, что работа в игровых компаниях станет престижной.



В последние годы игровая индустрия переживала нелегкие времена. Как следствие, заметно спала их привлекательность как работодателей. Однако, новый курс доллара и евро уже не просто намекает нам, а практически заявляет, что работать в игровых компаниях, делающие глобальные игры, выгодно. У них заметно увеличится выручка — значит, они вновь будут нанимать самых лучших, платить им много, а иногда и очень много.

Этот комментарий стал достаточно неожиданным, так как далеко не много вузов в регионах развивают направление игорного бизнеса и индустрии досуга. А значит, что кадровый пробел в подготовке таких специалистов ожидаем.

То же самое касается компаний, продающих за границу программное обеспечение. Сюда же можно включить весь сегмент контекстной рекламы, куда рекламодатели перебросят значительно секвестированные бюджеты, подкосив тем самым медийную рекламу.

Хорошо подготовленного специалиста по рекламе сегодня найти на рынке труда также непросто. Ряд регионов сегодня лицензирует такие направления подготовки для бакалавров как «Рекламное дело», «Реклама и связи с общественностью», но качество и количество таких выпускников существенно ограничивает выбор работодателя.

Пессимистично сегодня отзываются и о перспективах стартаперских проектов и свободных предпринимателях.

Как бы ни бодрились фонды поддержки предпринимателей, сейчас очень настороженно относятся к идее инвестировать в инновационные проекты. И в ближайшие несколько лет эта ситуация не изменится. Поэтому у большинства стартапов, которые жили от раунда к раунду, весной наступят черные дни. Их ждет начало массовых сокращений, а затем и закрытие бизнеса. Если они быстро не научатся генерировать реальные деньги [11,14].

Сотрудники стартапов массово окажутся «на улице». Напуганные последними месяцами жизни в нестабильных инвестиционных бизнесах, они будут всеми силами мечтать вновь о сытом и спокойном найме, а не о долях и далёких перспективах. Поэтому на рекрутинговом рынке появится довольно много программистов, маркетологов, контент-менеджеров и других специалистов.

Причем самого разного уровня. Характеристики рекрутинговых агентств по отношению к таким «неудачникам» звучат крайне агрессивно и недружелюбно.

Поднимается ключевая проблема не только их конкурентоспособности, но и конкурентоустойчивости в динамике внешней среды. Ведь конкурентоспособность в наше время давно перестала быть экономической категорией и перешла в разряд личных и профессиональных характеристик молодых кандидатов на рынке труда (выпускников). Снова вопрос: кто виноват в том, что эти характеристики не сформированы?

В этот момент и определяется косвенная причина неудач таких «нетрудоспособных», а значит, неконкурентоспособных выпускников.

Эту мысль о формировании конкурентоспособности менеджеров мы разовьем более подробно во второй главе монографии, когда поговорим уже о непосредственном влиянии вузов на формирование конкурентоспособности бака-

лавров-менеджеров как фактора их профессиональной успешности на рынке труда.

Но мы продолжим анализ комментариев специалистов по кадровым процессам. Есть еще ряд мнений по перспективам наших выпускников.

Например, в последние два года США и Европа активно приглашает интеллектуально подготовленных молодых людей из России. Они хотят лучших программистов. В тот же американский или женеvский Google очень мозговитый и талантливый российский выпускники-программист чаще всего выходит не в перспективное направление и не основным сотрудником.

Но сейчас многое может измениться. Желание уехать из нестабильной страны, вывезти детей, обеспечив им достойное образование, разница в зарплатах (США и Европа даже ничего и поднимать не станут – упавший рубль расставил всё по местам) погонят лучших выпускников на зарубежный рынок труда.

В условиях глобальных социально-экономических перемен многое изменится и на рынке труда. Особенно динамика этих перемен ощутится в кризис для ряда современных профессий и специальностей.

В кризис всегда выгодно работать в тех порталах, где преобладает доля немедийной рекламы. Поэтому там хоть и непросто, но все равно лучше, чем в проектах, живущих за счет медийки. Будут ли порталы сокращать людей? Да, будут. Как раз в проектах, которые были ориентированы на медиа. Одновременно порталам нужно как угодно показывать рост и увеличение доходов.

Поэтому они будут развивать все немедийные сервисные проекты, покупая перспективные молодые стартапы. Порталы начнут гонку за успешными фаундерами, которых раньше не очень-то любили из-за их «непослушности и плохой вписываемости» [6, 15,16, 17].

Возникает очевидное противоречие между ожидаемыми запросами со стороны работодателя и их реальной способностью принимать на работу весьма «средних» специалистов, то есть тех самых «серых троечников», которых вузы обычно отмечают для рынка труда как «среднее звено управления».

Тут ситуация может измениться, если тех же менеджеров и программистов направить в государственные или муниципальные структуры, то есть предложить им развитие профессиональных навыков не в бизнес-структурах, а в структурах власти.

Безработица не должна коснуться программистов и менеджеров проектов, поскольку в интернет активно пришло государство со множеством крупных проектов. Можно по-разному относиться к самой идее построить еще один поиск, собственную операционную систему или единую платежную систему, но факт остается фактом — набирать будут много.

Больше гарантий в таком профессиональном взаимодействии и дальнейшем трудоустройстве будет в том случае, если вузы позаботятся о заключении договоров о прохождении практики не с сектором бизнеса, а с сектором государственного и муниципального управления.

Тут снова можно вспомнить влияние глобализации и тенденций мировой экономики, на которую и рынок труда и вузы потенциально вынужденно будут реагировать.

Например, на рынок труда как работодатель приходит Азия. Но приходит совсем иначе. Ей вообще не интересны наши компетенции, кроме двух направлений — знание локального российского рынка и наши гейм-дизайнеры. Китай будет в этом направлении менее активен в поиске российской активной молодежи.

По прогнозам экономистов перевернется рынок офшорного программирования. Мы становимся очень дешевой страной по уровню зарплат программистов. Мы уже дешевле индийских кодеров, а скоро станем дешевле белорусских. Как следствие, к нам пойдут заказы на офшорное программирование. Но прежде всего, не из Америки и Европы (крупные компании будут опасаться заказывать у нас большие белые проекты из-за тех же санкций), а из Азии, Эмиратов.

В этой глобальной гонке за молодыми и активными кадрами США и Европы будет много, но они будут стараться работать через специальные схемы. То есть, снова у нас появятся безымянные для мира программисты-фрилансеры, сидящие по домам и пишущие интересные банковские и иные штуки для мировых проектов [69, 70, 71].

Но это дает шанс многим выпускникам сделать потенциально прибыльные проекты, которые бы не смогли родиться в «жирное» время посевов, конкуренции фондов и кучи денег. То есть, к концу кризиса мы, вероятно, можем увидеть нового российского Дурова.

Такие прогнозы позволили нам сделать несколько выводов о наличии явных проблем и несоответствий не только во взаимодействии рынка труда и работодателей, но и, в первую очередь, о наличии противоречий в системе «вуз – экономика – рынок труда». Каждый элемент системы видится нам либо автономной частью, либо связи в указанном триединстве выражены крайне слабо.

Мы бы хотели развить идею о том, что достичь более тесных связей в элементах указанной системы можно несколькими способами.

Например, первым вариантом нам видится установление степени влияния образовательной среды на вузы экономического профиля и определение степени влияния экономических тенденций на функционирование вузов в целом.

Очевидно, что в контексте динамичного развития российской системы профессионального образования важность вопросов влияния образовательной среды на перспективы рынка труда, бесспорно, возрастает [1].

Переход к компетентностной стратегии подготовки управленческих кадров в сфере экономики не является простой сменой модели самой экономики на новый вариант. Это результат реформирования системы образования. Компетентностный подход отчетливо выявляет один из ключевых принципов подготовки управленцев современных вузов: значительное число компетенций не могут быть предметом освоения в условиях аудиторно - лабораторной подготовки [2].

В последние годы сформулирована новая образовательная парадигма, в рамках которой качество современного образования будет определяться тем,

насколько у выпускников высших профессиональных учебных заведений развиты компетенции – способности выявлять связи между знаниями и ситуациями и применять знания адекватно решаемым проблемам [3].

Особое место среди специалистов с оперативным характером деятельности занимают управленцы в экономических отраслях [4].

Им требуется гораздо более сложная подготовка, так как управленцы - экономисты будут работать в отрасли с высокой динамикой изменений факторов производства и труда. Требования к их компетенции формируются на основе знаний как экономических, так и административно-управленческих законов и умения применять их на практике [5].

Им необходимо ориентироваться и в системе сложных производственно-экономических связей, и учитывать экономическую сущность административно-кадровых процессов, и хорошо знать рынок продукции, имеющей повсеместный и постоянный спрос. К тому же, в условиях развивающегося рынка труда изменились и функции специалистов с оперативным характером деятельности, в том числе в экономических отраслях.

Теперь перед управленцами - экономистами стоят совершенно иные задачи: осуществлять мониторинг рынка; проводить маркетинговый анализ и исследования; знать тонкости коммерческой и внешнеэкономической деятельности; уметь работать с ценными бумагами; владеть вопросами налогообложения, кредитования, сбыта; ориентироваться в вопросах реформирования и приватизации предприятий; управлять предприятием в предбанкротной ситуации, осуществлять антикризисные мероприятия [2].

Поэтому многие компетенции в рамках обучения в вузах не столько формируются, сколько актуализируются с учетом особенностей учебно-воспитательного процесса. В связи с этим влияние образовательной среды современного вуза носит локально-временной характер, связанный с тенденциями модернизации экономики [3].

К удовлетворению данных требований традиционно сложившаяся система высшего профессионального образования оказалась не готова. В настоящее время все больше утверждается мысль, что образование из способа просвещения человека должно превратиться в механизм развития творческой личности, способной самостоятельно определять и изменять свою жизненную стратегию и практически использовать полученные знания для совершенствования систем и процессов реальной действительности [4].

Для вуза это означает необходимость поиска и реализации технологий, которые обеспечивали бы будущему управленцу экономического профиля комфортное существование с точки зрения личностных и общественных целей развития. Это возможно, когда в образовательном процессе будет сознательно развиваться комплексная личностная потребность в соединении узкого профессионализма и универсализма. Именно оптимальное их сочетание может обеспечить личности и будущему специалисту конкурентоспособность на рынке труда, а вузам – конкурентоспособность на рынке производителей образовательных услуг.

В рамках реальной профессиональной деятельности от управленца – экономиста требуется гораздо больше компетенций, проявляемых в практических вопросах организации различных операций и процессов. Поэтому получается, что 70% профессиональных компетенций должен формировать сам работодатель. Это связано с тем, что работодатель ориентирован на инновации, изменения как на рынке труда, так и в экономике в целом.

Таким образом, сложилось противоречие между требованиями к подготовке конкурентоспособных специалистов с оперативным характером деятельности в вузах экономического профиля и недостаточной разработанностью эффективных технологических процедур, позволяющих максимально эффективно решать данную задачу в образовательной среде [5].

Однако и это противоречие не является основным. Помимо указанного противоречия, авторы также отмечают, что для повышения конкурентоспособности управленцев-экономистов на рынке труда им необходимо обладать особым типом мышления.

Экономическое мышление – это результат влияния образовательной среды современно вуза на подготовку специалистов в экономических отраслях. Роль образовательной среды в данном случае становится ключевой. Работодатели не заказывают подготовку профессиональных управляющих для рыночных условий деятельности и не освобождают для них вакансий (впрочем, как и не создают), доверяя «своим» управленческим кадрам.

Студенты, обучаясь по направлению менеджмента, не ощущают в себе потребности на рынке труда как в специалистах, и, соответственно, не претендуют на получение качественного высшего управленческого образования в экономической отрасли, так на данную нишу претендуют выпускники профилей и программ «экономики и финансов».

В результате подобной кадровой политики актуализируется проблема кадрового обеспечения процессов профессионального менеджмента смешанной экономики. Социум становится заложником стереотипов: «хороший менеджер – управляет», «хороший экономист – считает». Преодоление таких профессиональных стереотипов – это длительный процесс, зачастую затягивающийся на практике на долгие годы.

Реальному работодателю некогда ломать эти стереотипы и преодолевать их, зато это под силу современным вузам с их арсеналом инновационных методов обучения. Мы видим, что снова прослеживается очевидная роль интеграции экономики и образования.

Влияние одной отрасли на другую также обеспечивается не только реформами экономики и образования, но и тем, что меняется сам подход в обществе к месту и роли специалиста на рынке труда. Возникает преобладание «экономики неосязаемого» и рыночный (экономический) подход к знаниям и человеческим ресурсам.

Вторым вариантом в преодолении противоречий и пробелов в системе «вуз – экономика – рынок труда» может стать акцентная постановка отдельных вопросов развития системы образования, которая создаст не только новую образовательную парадигму, но и станет основой для формирования новых предпо-

сылок развития экономики, то есть экономических парадигм в условиях глобализации.

В последние годы обновленная и реформированная система высшего образования сформулировала новую образовательную парадигму, в рамках которой само качество образования и степень подготовки выпускника будет определяться тем, насколько у них развиты компетенции – способности выявлять связи между знаниями и ситуациями и применять знания адекватно решаемым проблемам [1].

Одной из характерных черт концепции компетентности специалиста, выявленной в результате многоуровневого анализа, является повышение роли выпускника в социальных и экономических преобразованиях, его способности понять и усовершенствовать динамику бизнес-процессов развития любой формы организации [2].

Соответственно, мы в данной ситуации отмечаем переход вузов с чисто социальных позиций на экономические ориентиры и требования реальных предприятий при подготовке будущих специалистов. Классический подход в понимании образовательной модели вуза заменяется инновационно-ориентированным.

Разница заключается в том, что в формировании инновационной компетентности специалистов преобладает экономический (рыночный) подход. Поэтому факторы спроса на рынке труда сегодня существенно влияют и определяют модель стратегического поведения вуза [2].

Появились новые требования к подготовке специалистов высшей квалификации и, в первую очередь, к подготовке экономистов-менеджеров. Это связано с тем, что управление инновационным развитием экономики не может осуществляться однопрофильным или однофункциональным специалистом.

Речь, в первую очередь, идет о том, что квалификация «в чистом виде» - «экономист», «менеджер», «юрист», «программист» - утрачивает актуальность на рынке труда.

Боле того, такие «однопрофильники» сегодня не выгодны работодателю, так нуждаются практически сразу в корпоративном дополнительном обучении. Сами же выпускники с такими квалификациями считают себя «узкими» специалистами и требуют сразу высокой оплаты труда. Это снижает интерес со стороны работодателя. Динамика последних лет показывает, что мы снова возвращаемся к специалистам широкого профиля.

Такой «универсал» более актуален для работодателя, так как обладает многоплановыми умениями и развитие такого специалиста в рамках компании менее затратное.

Понятие «специалист широкого профиля», хотя и имеет предвзятое негативное осмысление, вовсе не означает некачественную подготовку студента. Стратегическая роль вуза как раз и заключается в том, чтобы дать выпускнику базовые умения и навыки, которые он смог бы адаптировать под многие организационные процессы [1].

Такой подход и становится ведущим фактором, повышающим спрос на рынке труда. В то время, как стратегической ошибкой большинства вузов явля-

ется то, что они стараются выпускников загонять в «готовые» модели компетентности с четким перечнем сформированных знаний, навыков, личностных качеств.

Такой выпускник на рынке труда «заточен» под отдельные вакансии, что ограничивает ему возможность претендовать на разнообразные перспективные должности. Такому выпускнику труднее конкурировать и демонстрировать свои профессиональные преимущества в глазах работодателя.

Однако есть и другие вузы, которые четко уловили тенденцию перемен и, напротив, злоупотребляют компонентом «менеджер» в формулировании квалификаций и при подготовке студентов [3].

Стратегической ошибкой такого поведения вуза, в первую очередь, является то, что возникает кадровый абсурд на рынке труда. Это проявляется в появлении таких специальностей и профессий, которые по смыслу и набору функций полностью дублируют друг друга и лишь мешают работодателю в правильном выборе.

Так, например, анализ наиболее известных кадровых сайтов и агентств показал, что абсолютное дублирование отмечается в таких направлениях: 1) «управляющий офисом» - «офис-менеджер»; 2) «кадровик» - «HR-менеджер»; 3) «программист»- «IT-менеджер»; 4) «оператор туристического офиса»- «Тур-менеджер»; 5) «Управляющий финансами»- «финансовый менеджер» и пр.

По мнению, независимых экспертов как в сфере бизнес-образования, так и в сфере реальной экономики, эти ошибки обусловлены желанием вузов быть «наплаву» как в плане постоянного ежегодного набора стабильного числа абитуриентов, так и в плане стратегического взаимодействия с большим числом организаций.

Однако реалии таковы, что выпускники с такими специальностями менее успешны на рынке труда, существенно уступают в конкурентной борьбе.

Сегодня нельзя однозначно утверждать, какой из факторов экономики будет наиболее важным в стратегическом развитии вузов, но следует помнить, что вузы должны отслеживать тенденции и перспективы развития бизнеса, чтобы готовить «актуальных» времени специалистов и обеспечивать рынок труда конкурентоспособными претендентами.

В этом нам видится основная суть стратегического поведения вузов в новых условиях.

Третьим и не менее важным вариантом развития нашей идеи нам представляется обязательный анализ ценностных ориентиров выпускников вузов, их профессионально-ценностных установок.

Оказывается, что педагогическая наука и наука экономического развития давно и неоднократно указывала на глубинные причины формирования профессиональных предпочтений молодых специалистов.

Существенный вклад в данное наблюдение внести и психологи и менеджеры, наблюдающие за тем, как разные поколения выпускников отличались целями, мотивационными ориентирами и это определяло их профессиональную судьбу.

Впервые встал вопрос о связи ценностей профессий и специальностей поколений, о связи их выбора с условиями их рождения и профессионального становле-

ния. Оказалось, что итогом такого наблюдения даже стала некая условная классификация по определению таких претендентов на рынке труда и их профессиональные амбиции.

Так, например, выделяется поколение «Бэби-бумеры» (50 – 70 лет), которое имеет такую характеристику:

Так назвали поколение в честь бума рождаемости, который наблюдался в послевоенные годы. Это поколение с психологией победителей. Их детские годы ознаменовала победа во Второй мировой войне, ощущение себя гражданами супердержавы, полет Гагарина в космос. Правда, именно в это время началась «холодная» война.

Основные исторические события, под воздействием которых развивалось поколение: Советская «оттепель», СССР – супердержава, Покорение космоса, «Холодная война».

Для этого поколения характерны: идеализм, оптимизм, молодость, здоровье, работа, ориентация на команду и личностный рост, вовлеченность, профессионализм.

Подчеркивается гендерная привлекательность. Поэтому для такой категории специалистов в профессиональной реализации и на любом рабочем месте важно:

1. Признание со стороны компании
2. Поддержка со стороны руководителя
3. Возможность передачи знаний и опыта более молодым сотрудникам

Поколение X (31 – 50 лет). Им можно дать достаточно «бытовую» характеристику. Это «дети с ключом на шее». Их родители постоянно были на производстве посменно, от звонка до звонка, поэтому они рано приучались к самостоятельности: сами делали уроки, сами разогревали себе обед. Отсюда особенности их менталитета. Они пробуют все и стараются делать выводы из собственного опыта, но при этом сильно ориентированы на мнение друзей и СМИ.

Характеристика поколения: основные исторические события, под воздействием которых развивалось поколение: перестройка, война в Афганистане.

Для этого поколения характерны: изменения, выбор, глобальная информированность, технограмотность, индивидуализм, выживание, обучение в течение всей жизни, неформальность, поиск эмоций и страха, прагматизм, надежда на себя, равноправие.

Поэтому для такой категории специалистов в профессиональной реализации и на любом рабочем месте важно:

1. Карьерный рост и развитие
2. Амбициозные задачи
3. Баланс работы и личной жизни

Сами работодатели отмечают такой контингент как довольно сложный в плане управления. Эти специалисты бывают постоянно нацелены на поиск новой работы, новых карьерных перспектив.

Поколение Y (до 31 года). Характеристика их достаточно интересна как с точки зрения психологии, так и с точки зрения управленческих и экономиче-



ских позиций. Поколение выросло в эпоху виртуального мира – компьютеров и цифровых технологий.

Они ориентированы на быстрый результат и не готовы долго ждать вознаграждения, легко адаптируются. При этом для них менее важны всемирно известные компании и бренды. Их интересуют места, которые в большей степени отражают их ценности, индивидуальность, особенности.

Предыдущее поколение X тоже ценит индивидуальность, но для них это дело принципа, демонстрация своих сил и возможностей. А для Игреков индивидуальность – это норма, особенно в условиях широчайшего выбора. Ее не надо доказывать, за нее не нужно рисковать.

Эти сотрудники понимают, что часто не компания их выбирает, а они, потому что на рынке спрос превышает предложение, да и вообще «потому что просто хочется выбирать самому»

Основные исторические события, под воздействием которых развивалось поколение: распад СССР, теракты, развитие высоких технологий.

Для этого поколения характерны: изменения, оптимизм, общительность, уверенность в себе, разнообразие, подчиненность, индивидуализм, немедленное вознаграждение, гражданский долг, мораль, достижение, наивность, профи в технике.

Поэтому для такой категории специалистов в профессиональной реализации и на любом рабочем месте важно:

1. Сильная корпоративная культура.
2. Возможность обучения и развития.
3. Баланс работы и личной жизни.

Это весьма благоприятные сотрудники для работодателя.

Таким образом, мы можем констатировать четко, что взаимодействие рынка труда и рынка образовательных услуг в условиях глобальных социально-экономических перемен – это многоуровневое и сложное явление.

Это феномен новейшей реальности, родившийся в результате постоянных интеграций и динамики экономико-образовательных процессов. Это феномен, возникший в результате высочайшей динамики рынка труда и влияния глобализации в процессе формирования специалистов «новой формации».

Это феномен, который рождается при непосредственном влиянии вузов как элементе социально-экономической системы.

Реформы и преобразования экономики, социума, образования и бизнеса привели к тому, что на вузы впервые стали смотреть ни как на сугубо образовательное учреждение, автономное от экономических и стратегических процессов развития, а как на главный фактор в механизме формирования новых претендентов на рынке труда.

Появилась новая многоуровневая система образования, появились новые стратегии государства, появилось новое требование работодателя – привести на рынок труда толкового, компетентного управленца.

Экономика нового времени определила новые требования к вузам, готовящим таких специалистов в управлении.

Наиболее ярким примером здесь стали вузы, занимающиеся подготовкой менеджеров по новым государственным образовательным стандартам и формирующим их новые профессиональные качества – конкурентоспособность и профессиональную успешность.

Возникла необходимость исследовать влияние вузов на формирование конкурентоспособности бакалавров-менеджеров и их профессиональной успешности на рынке труда.

## § 2 УПРАВЛЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ УСПЕШНОСТЬЮ МЕНЕДЖЕРОВ НА РЫНКЕ ТРУДА

Актуальность определения понятия «конкурентоспособность» обусловлена междисциплинарностью, многоаспектностью означенного феномена и отсутствием устоявшейся точки зрения на его сущность, структуру и содержание, что сдерживает теорию и практику подготовки будущих специалистов, способных и готовых на равных конкурировать в мировом образовательно-профессиональном пространстве.

Анализ основных целей профессионального образования показал, что в качестве таковых определены: подготовка квалифицированного работника соответствующего уровня и профиля, конкурентоспособного на рынке труда, компетентного, ответственного, свободно владеющего своей профессией и ориентирующегося в смежных областях деятельности, способного к эффективной работе по специальности на уровне мировых стандартов, готового к постоянному профессиональному росту, социальной и профессиональной мобильности [26].

В формулировке цели профессионального образования мы обнаружили наличие двух важных понятий — «компетентность» и «конкурентоспособность», представляющих значительный интерес для нашего исследования.

Следовательно, можно выделить признаки специалиста новой формации, к которым мы как раз и относим компетентность и конкурентоспособность.

Конкурентоспособность, как научное понятие, прошло через «сито» межпредметных трактовок многих наук, выявивших его междисциплинарный и ярко выраженный категориальный статус. «Конкурентоспособность» стоит на стыке экономических, управленческих, философских, социологических и психологических областей знаний, каждая из которых формирует свои индивидуальные признаки при определении этого понятия.

Проблема терминообразования «конкурентоспособность» заключается в том, что само исходное понятие «конкуренция» также предполагает несколько вариантов толкования.

Так, например, конкуренцией считают: 1) один из элементов рыночной экономики, 2) конкурирующую способность экономического субъекта, 3) конкурентоспособность работников на рынке труда и т. д.

По мнению ряда авторов [28, 29, 30, 41, 57], конкуренция - это цивилизованная форма борьбы за существование; стимул экономического прогресса.

Большинство толкований конкурентоспособности базируется на стержневом понятии «состязательности», т.е. обязательном соревновательном процессе, борьбе, в исходе которой и определяется победитель (конкурентоспособный товар, работник и т.д.).

Диссертационные исследования по конкурентоспособности представлены с позиций трёх наук (экономики, психологии, педагогики) (таблица 1).

Таблица 1 – Диссертационные исследования по конкурентоспособности менеджеров

Автор	Название диссертационного исследования
<i>Экономические исследования</i>	
Борисова О.В.	Конкурентоспособность выпускников высших учебных заведений на рынке труда: методические подходы
Ананченкова П.И.	Совершенствование имиджа как фактор конкурентоспособности высшего учебного заведения: организационно-методические аспекты
Резанович Е.А.	Профессиональный потенциал менеджеров как фактор повышения конкурентоспособности промышленного предприятия
Шматко А.Д.	Организационно-экономическое моделирование систем менеджмента качества
<i>Психологические исследования</i>	
Ушакова А.С.	Развитие структур интегральной индивидуальности студентов-менеджеров
Недбаев Д.Н.	Психологическое сопровождение развития профессиональной компетентности будущего менеджера образования
Тарасова Л.В.	Социально-психологическая модель оптимизации профессиональной компетенции менеджера малого бизнеса
Арцев М.Н.	Психодиагностическая модель профессиональной компетентности менеджера инновационного образовательного учреждения
Ненашев Д.В.	Коучинг как эффективная технология формирования эмоциональной компетентности будущих менеджеров
<i>Педагогические исследования</i>	
Данилова Т.А.	Формирование конкурентоспособности будущего менеджера в процессе изучения иностранного языка
Давыдова С.Б.	Формирование конкурентоспособного специалиста-менеджера на основе компетентностного подхода в вузах культуры и искусств
Валитова Ю.О.	Организационно-методические условия повышения конкурентоспособности выпускников педагогических университетов
Шуткина Ж.А.	Организационно-методические условия формирования конкурентоспособности выпускников негосударственного вуза
Семёнова Н.А.	Методы педагогического оценивания конкурентоспособности выпускников вузов
Давыдов Р.А.	Учебно-производственная практика как средство повышения конкурентоспособности выпускников туристских вузов
Тенилов Е.А.	Педагогическая модель формирования конкурентоспособного специалиста в условиях предприятия сервисного типа
Максимова Е.А.	Формирование конкурентоспособности будущих менеджеров в условиях учреждения среднего профессионального образования

Существует ряд общенаучных подходов в междисциплинарном толковании термина «конкурентоспособность», наиболее значимые из которых приведены в таблице 2.

Таблица 2 – Подходы к пониманию конкурентоспособности

Подход	Основные положения понятия
Биологический	Взаимоотношения между организмами одного и того же или разных видов, соревнующихся за одни и те же ресурсы внешней среды при недостатке последних

Экономический	Соперничество между производителями товаров и услуг за возможность увеличения прибыли
Социально-психологический	Состязательное взаимодействие между людьми в процессе продажи и покупки рабочей силы на рынке труда, в процессе профессионально-личностного карьерного роста
Управленческий (менеджмент)	Процесс управления субъектом своими преимуществами для достижения целей в борьбе с конкурентами за удовлетворение объективных и субъективных профессиональных потребностей; Свойство лица, характеризующееся степенью реального или потенциального удовлетворения им профессиональной потребности по сравнению с аналогичными лицами

Отметим, что, несмотря на значительный интерес и большое количество исследований, стремления раскрыть сущность понятия «конкурентоспособность» с педагогических позиций практически нет. Это обусловлено тем, что понятие «конкурентоспособность» в педагогике является ещё недостаточно устоявшимся и недостаточно отработанным на терминологическом уровне.

Можно констатировать определенные точки зрения, касающиеся методологического обоснования конкурентоспособности как:

- дидактической единицы измерения (В.И. Андреев, О.В. Киржбаум, Е.А. Максимова),
- уровня или показателя качества образовательного процесса (Р.Я. Ахметшин, В.С. Исмаилова, Н.Ф. Расторгуева);
- уровня сформированности профессиональных преимуществ выпускников (Н.Т. Бунимович, Ю.О. Валитова, М.Л. Полдолина, С.Н. Табунов);
- уровня сформированности профессиональной компетентности (Л.В. Львов).

В теории и практике профессионального образования понятие «конкурентоспособность» чаще всего рассматривают с позиции трёх подходов: личностно-деятельностного, компетентностно-контекстного и полипарадигмального (Н.Г. Агапова, З.В. Балашова, Э.Ф. Зеер, И.А. Зимняя, Л.М. Митина, Л.В. Львов, П.Б. Суртаев, А.Е. Чёрный).

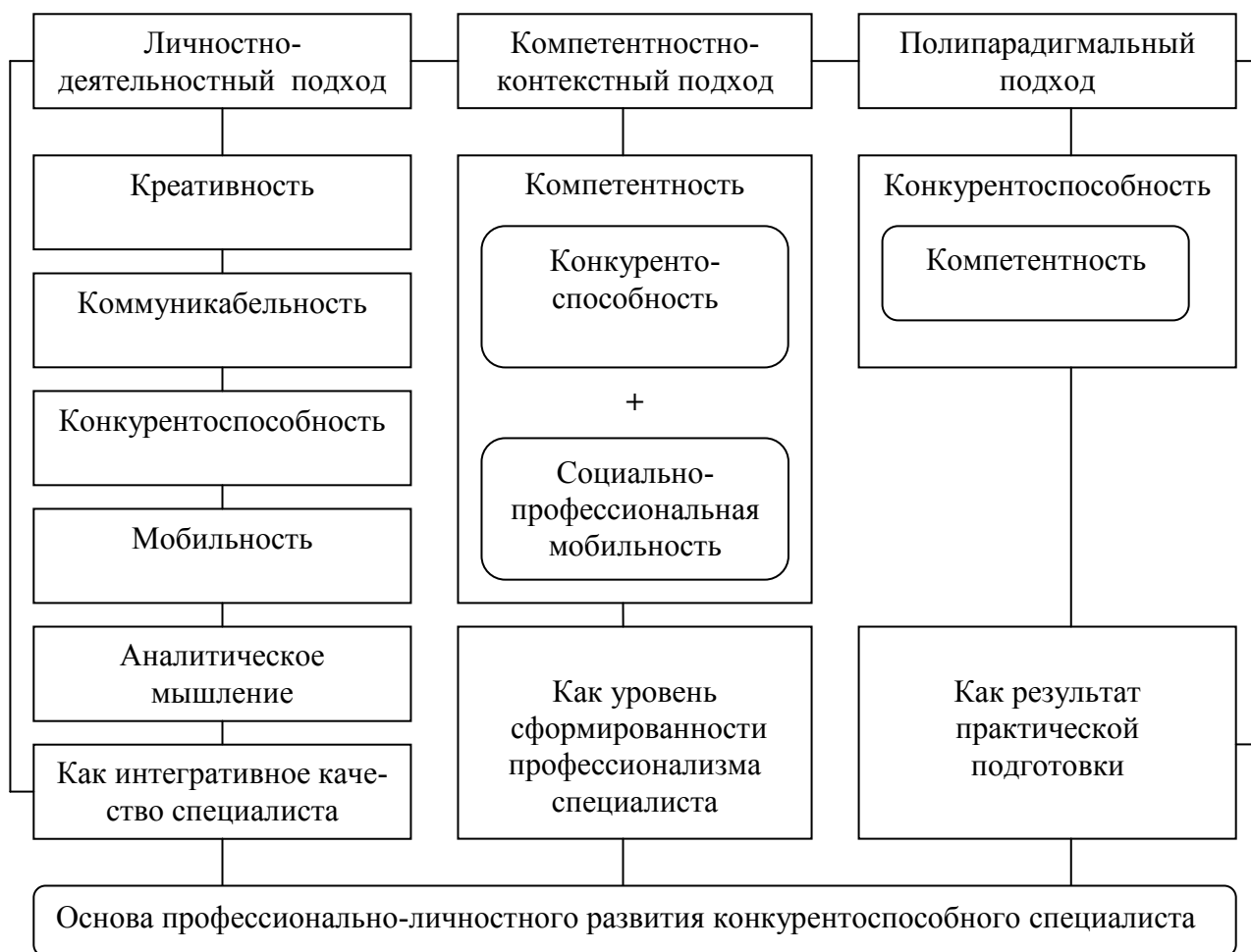


Рисунок 1 – Основные подходы к пониманию конкурентоспособности

Логика применения и взаимосвязь этих подходов обусловлены тем, что понятие «конкурентоспособность» выстраивается на таких элементах, как личность, деятельность, компетентность, профессионализм, квалификация, многомерность и т.д. Анализ этих позиций позволил составить схему этих подходов (рисунок 1).

Например, личностно-деятельностный подход (И.А. Зимняя) в формировании конкурентоспособности означает целенаправленное становление специалиста как личности, причем, учитывает индивидуальные познавательные способности и развивает их до уровня конкурентных профессиональных преимуществ.

Следовательно, с позиций личностно-деятельностного подхода можно рассматривать конкурентоспособность как интегративное качество специалиста [64].

Применение личностно-деятельностного подхода позволило рассмотреть конкурентоспособность студентов как сложное личностное новообразование (интегративное качество), которое формируется в учебной и учебно-практической деятельности.

Основу формирования конкурентоспособности в этом случае составляет трансформация-конструкция макроструктурных единиц образовательно-профессиональной деятельности.

Рассматривая конкурентоспособность личности, Л.М. Митина включает в состав интегральной характеристики личности направленность, компетентность, эмоциональную, интеллектуальную и поведенческую гибкость [10].

Компетентностно-контекстный подход (Л.В. Львов) - это приоритетная ориентация на цели образования: обучаемость, самоопределение, самоактуализацию, социализацию и развитие индивидуальности путём создания условий для овладения сквозной, разноуровневой системой учебных, учебно-профессиональных и профессиональных компетенций в процессе последовательного осуществления соответствующих видов деятельности, обеспечивающей способность и готовность выпускника к выживанию, устойчивой жизнедеятельности и профессиональной успешности (конкурентоспособности) в современном социально-экономическом пространстве [9].

В рамках данного подхода конкурентоспособность рассматривается как уровень сформированности профессиональной компетентности, обеспечивающий социально-профессиональную мобильность.

На сегодняшний день в педагогической науке понятие «компетентность» имеет разнообразные трактовки, основные из которых мы представили в таблице 3.

Таблица 3 — Основные определения компетентности

Автор	Определения «компетентность»
С.Я. Батышев	Компетентность - это способность к деятельности со «знанием дела», применяется к лицам определённого социально-профессионального статуса, характеризуя меру соответствия понимания, знаний и умений реальному уровню сложности выполняемых задач и разрешаемых проблем
А.С. Белкин	Компетентность - это совокупность, прежде всего, знаниевых компонентов в структуре сознания человека, т.е. система информации о наиболее существенных сторонах жизни и деятельности человека, обеспечивающих его полноценное социальное бытие, о способах реализации своих компетенций
А.Н. Дахин	Компетентность (образовательная) – это способность учащегося к сложным видам деятельности, сложившееся личностное качество
Э.Ф. Зеер	Компетентность – это совокупность профессиональных знаний, умений, а также способы выполнения профессиональной деятельности
И.А. Зимняя	Компетентность - это актуальные, деятельностные проявления компетенций. Компетентность – это четырехступенчатая модель развития специалиста: знать (онтологический уровень); уметь (поведенческо-деятельностный уровень); владеть (способностный уровень); быть (личностный уровень)
В.В. Краевский	Компетентность – это способность и готовность нести личную ответственность за собственное благополучие и благополучие общества

Л.В. Львов	Профессиональная компетентность – это интегративное качество специалиста, способность и готовность выпускника к профессиональной успешности, конкурентоспособности и социально-профессиональной мобильности, состоящее из системы проявленных компетенций, включающих подсистемы адекватных знаний, навыков, профессиональных умений, освоенных обобщённых способов профессиональных действий и профессионально важных качеств
А.К. Маркова	Компетентность: свойство личности; индивидуальная характеристика степени соответствия требованиям профессии; психическое состояние, позволяющее действовать самостоятельно и ответственно; обладание человеком способностью и умением выполнять определенные трудовые функции; способ существования знаний, умений, образованности, способствующий личностной самореализации
Л.М. Митина	Компетентность - это знания, умения, навыки, а также способы и приёмы их реализации в деятельности, общении, развитии (саморазвитии) личности
Г.К. Селевко	Компетентность – это интегральное качество личности, проявляющееся в общей способности и готовности ее к деятельности, основанной на знаниях и опыте, которые приобретены в процессе обучения и социализации и ориентированы на самостоятельное и успешное участие в деятельности. Компетентность - владение человеком соответствующей компетенцией, включающее его личностное отношение к ней и предмету деятельности
В.А. Сластенин	Компетентность - это интегральная характеристика деловых и личностных качеств специалиста, отражающая не только уровень знаний, умений, опыта, достаточных для достижения целей профессиональной деятельности, но и социально-нравственную позицию личности
А.В.Хуторской	Компетентность: владение, обладание учеником соответствующей компетенцией, включающее личностное отношение к ней и предмету деятельности; уже состоявшееся личностное качество (совокупность качеств) ученика и минимальный опыт деятельности в заданной сфере
В.Д. Шадриков	Компетентность – владение определёнными знаниями, навыками, жизненным опытом, позволяющими судить о чём-либо или решать что-либо
Г.П. Щедровицкий	Компетентность - интегрированная характеристика качеств личности, результат подготовки выпускника вуза для выполнения деятельности в определённых областях (компетенциях). Компетентность – это ситуативная категория, поскольку выражается в готовности к осуществлению какой-либо деятельности в конкретных профессиональных (проблемных) ситуациях

Из данных позиций нам близка точка зрения Г.П. Щедровицкого, выделяющего в компетентности готовность к осуществлению какой-либо деятельности в конкретных профессиональных (проблемных) ситуациях, что, по существу, предопределяет конкурентоспособность специалиста.

В то же время, не отрицая ни одной из существующих точек зрения, в качестве базовой в контексте исследования конкурентоспособности мы выбрали точку зрения (Л.В. Львов), где под профессиональной компетенцией мы пони-



маем диагностичную систему знаний, навыков, умений и обобщенных способов профессиональных действий, необходимых для удовлетворительного выполнения стандартных требований и разрешения типовых проблемных ситуаций в профессиональной деятельности в соответствии с предоставленными полномочиями.

В свою очередь профессиональная компетентность - это интегративное качество личности специалиста (способность и готовность выполнять профессиональную деятельность), состоящее из системы проявленных компетенций, включающих подсистемы адекватных знаний, навыков, профессиональных умений, освоенных обобщенных способов профессиональных действий, а также профессионально важных качеств [7, 8].

Профессиональная компетентность обеспечивает профессиональную успешность, конкурентоспособность и социально-профессиональную мобильность.

Положения компетентностно-контекстного подхода выводят нас на ряд весьма существенных позиций:

- конкурентоспособность рассматривается как уровень развития профессиональной компетентности;

- конкурентоспособность имеет структуру аналогичную профессиональной компетентности, т.е. компетентность и конкурентоспособность соотносятся как часть и целое;

- это понятие раскрывает перечень компетенций, существенно влияющих на уровень сформированности конкурентоспособности.

Полипарадигмальный подход выстраивается с учётом особенностей современной парадигмы образования, в рамках которого конкурентоспособность выступает как парадигма, т.е. совокупность теоретических и методологических установок, на основании которых конкурентоспособность представляет собой некую модель. Конкурентоспособность выступает как результат практической подготовки специалиста, как уровень развития его компетентности.

В многочисленных работах ученых (Н.Н. Иванов, О.А. Макаров, Е.Р. Пермяков, К.В. Савельев, Н.М. Семёнов, А.Н. Силанов, А.С. Ушакова, Л.Н. Феофанова, Ж.А. Шуткина), исследовавших проблемы формирования конкурентоспособности специалистов высших учебных профессиональных заведений, данные подходы трактуются не только как основа профессионально-личностного развития специалиста, но и как основа модернизации современного практико-ориентированного обучения [15, 18, 19, 21, 23].

Методологическую значимость и системообразующий характер в вопросах исследования конкурентоспособности имеет компетентностно-контекстный подход, который рассматривает её развитие в условиях практико-ориентированной направленности и в данном смысле совпадает с полипарадигмальным подходом.

Мы рассматриваем конкурентоспособность как уровень сформированности профессиональной компетентности выпускника, в том числе и менеджера.

Выполненные исследования позволили сделать вывод, что на методологическом уровне термин «конкурентоспособность» не является устоявшимся,

многие определения носят слишком обобщённый или зауженный характер трактовки.

Отсюда назревает необходимость провести обобщённый анализ понятия «конкурентоспособность» как критерия профессиональной подготовленности будущего специалиста, уровня сформированности профессиональной компетентности конкурентоспособного специалиста.

Приведём энциклопедические точки зрения на понятие «конкурентоспособность».

В Большой Советской Энциклопедии конкурентоспособность рассматривается как соответствие работников требованиям рынка, совокупность характеристик, определяющую сравнительные позиции конкретного работника или отдельных групп на рынке труда и позволяющую ему претендовать на занятие определенных вакансий.

Современный экономический словарь подразумевает под конкурентоспособностью свойство объекта, характеризующее степень удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с лучшим аналогичным объектом, представленным на данном рынке.

Словарь русского языка С.И. Ожегова определяет конкурентоспособность как способность выдержать конкуренцию, противостоять конкурентам.

Краткий словарь современных понятий и терминов рассматривает это понятие как состязательность хозяйствующих субъектов, когда их самостоятельные действия эффективно ограничивают возможность каждого из них односторонне воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке.

Словарь иностранных слов (Ф.Н. Петров) трактует феномен конкурентоспособности как состязательность, соперничество, напряженную борьбу юридических и физических лиц за свое выживание в условиях действия жесткого закона конкуренции в рамках, определённых государственной экономической политикой и законодательством.

Современный словарь по психологии (В.В. Юрчук) предлагает рассматривать понятие «конкурентоспособность» как соперничество, борьбу за достижение наивысших личных выгод, преимуществ. Биологическая энциклопедия видит в конкурентоспособности взаимоотношение между одним и тем же или разными видами, соревнующимися за одни и те же ресурсы внешней среды при недостатке последних.

Таким образом, понятие «конкурентоспособность» является достаточно новым для современной педагогики. Конкурентоспособность специалиста (Б.С. Алишев, Г.В. Альмухамедова, Н.А. Вагапова, Л.Б. Габдулина, С.П. Дырин, С.Д. Литвиненко) как значимая профессиональная характеристика все больше и больше привлекает внимание исследователей.

В отечественной педагогической науке феномен конкурентоспособности рассматривается сравнительно недавно, однако, толкований этого понятия множество. Основные определения понятий «конкурентоспособность» и «конкурентоспособный специалист» сведены в таблицу 4.

Таблица 4 – Понятия конкурентоспособность и конкурентоспособный специалист

Автор	Конкурентоспособность	Конкурентоспособный специалист
В.И. Андреев	Умение определить, быстро и эффективно использовать в конкурентной борьбе свои преимущества и особые личностные качества	Личность, для которой характерно стремление и способность к высокому качеству и эффективности своей деятельности, а также к лидерству в условиях состязательности, соперничества и напряженной борьбы со своими конкурентами
Н.В. Борисова		Специалист, имеющий такие свойства как ценность целей и ценностных ориентаций, трудолюбие, творческое отношение к делу; способность к риску, независимость принятия решений; способность быть лидером; способность к непрерывному саморазвитию; стремление к профессиональному росту; стремление к высокому качеству конечного продукта; стрессоустойчивость
Н.Т. Бунимович С.Н. Табунов	Профессиональное и личностное качество, которое даёт специалисту преимущество перед другими кандидатами при приеме на работу и осуществлении своей профессиональной деятельности. Более совершенная, по сравнению с другими, система знаний, умений, навыков, профессионально значимых личностных качеств, позволяющая быстро адаптироваться к реальной действительности и более эффективно выполнять профессиональные функции	Специалист, способный достигать поставленные цели в разных, быстро меняющихся ситуациях за счёт владения методами решения большого класса профессиональных задач
Ю.О. Валитова	Совокупность характеристик, определяющая сравнительные позиции конкретного специалиста на рынке труда и позволяющая ему претендовать на занятие определенных вакансий	
Е.В. Евплова	Способность к поиску своей профессиональной «ниши» и профессиональной социализации	
М.С. Емельянова	Соответствие профессиональной подготовки выпускника требованиям, предъявляемым работодателями	Выпускник, владеющий творческой активностью, новейшими технологиями, способный обеспечить высокое качество быстро ме-

		нящейся по своим характеристикам и технологически всё более сложной продукции, стремящийся к совершенствованию и расширению своих знаний, умений, способность постоянно учиться
Ф.С. Исмагилова	<p>Степень профессиональной востребованности специалиста на рынке труда и конкретной организации.</p> <p>Показатель качества вузовской подготовки и возможность реализации профессиональных и личностных качеств выпускника вуза в интересах современного производства (организации, учреждения)</p>	
О.В. Киржбаум	Интегративная характеристика личности, обеспечивающая эффективность профессиональной деятельности в современных социально-экономических условиях и представляющая собой предельный случай эволюционного развития в условиях рыночной экономики	Личность, готовая к профессиональной деятельности и сохраняющая её структурные компоненты – мотивационную, эмоционально-волевою и познавательную
О.М. Кирилук	Способность к конкуренции как к специфической форме межличностного взаимодействия в форме противоборства, противостояния оппонентам	
Е. А. Максимова	Совокупность личностных интегративных качеств, включающих профессиональные ориентации, систему знаний, умений, более лучшую профессиональную подготовку к осуществлению управленческого труда, позволяющую выпускникам успешно конкурировать на рынке труда.	
Л.И. Миляева	Показатель качества рабочей силы, отражающий степень соответствия индивидуальных особенностей рабочей силы требованиям конкретной профессиональной деятельности.	Личность, которая может выиграть профессиональное «соревнование» за хорошее место, расположенное в определённом сегменте внутрифирменной модели занятости, за счёт наилучшего соответствия его совокупных качественных характеристик требованиям работодателя
Б.Д. Парыгин	Комплексное свойство, имеющее свои ресурсы (психофизическое здоровье, возраст, внешность, способности, талант, уровень	Личность, которая ассоциируется с успехом как в профессиональной, так и в личностной сфере

	интеллекта, запас энергии) и нравственные аспекты (иерархия ценностей, система верований, наличие запретов и личных ограничений)	
Н.Ф. Расторгуева	Степень соответствия профессиональных знаний, умений и навыков выпускников требованиям потребителей образовательных услуг	
В.С. Суворов	Совокупность показателей: компетентность и профессиональная мобильность; целеустремлённость и уверенность в своих силах; владение навыками самообразования и повышения квалификации; инициативность и самодисциплина; предприимчивость и деловитость; способность к самоанализу и способность принятия нестандартных решений; достоинство и личная ответственность; способность к риску и защите своих прав и свобод; эмоциональная устойчивость и коммуникабельность	
Е.В. Токарева	Комплексная способность, которая обеспечивает непрерывность конструктивных преобразований личности в изменяющихся условиях и условиях неопределённости, даёт возможность личности быть социально и профессионально востребованной, успешной и имеющей в своей основе гуманистическую направленность. Способность максимального расширения границ собственных возможностей с целью реализации себя лично, профессионально, социально, нравственно	Субъект профессиональной деятельности, реализующий знания, умения и навыки, ориентируясь на нетрадиционные подходы в решении проблем, развивающий свои способности как рефлектирующую систему

Нам близка идея Д. Парыгина, определяющего конкурентоспособность как «комплексное свойство, имеющее свои ресурсы (психофизическое здоровье, возраст, внешность, способности, талант, уровень интеллекта, запас энергии) и нравственные аспекты (иерархия ценностей, система верований, наличие запретов и личных ограничений)». В качестве основных ее составляющих он выделяет профессионализм, психологическую готовность к участию в конкуренции и социальные особенности (история страны, политический строй и др.) [46].

Мы разделяем позицию Н.В. Борисовой о том, что в понятие «конкурентоспособность» входят такие показатели, как ценность целей и ценностные ориентации, трудолюбие, творческое отношение к делу; способность к риску, неза-

висимость принятия решений; способность быть лидером; способность к непрерывному саморазвитию; стремление к профессиональному росту; стремление к высокому качеству конечного продукта; стрессоустойчивость [31].

По мнению В.И. Андреева, целесообразно в понятие «конкурентоспособность» включать умения определять, быстро и эффективно использовать в конкурентной борьбе свои преимущества и особые личностные качества, часть которых формируется в условиях творческого развития личности [4].

В формулировке В.С. Суворова конкурентоспособность – это совокупность показателей, ведущими среди которых являются «компетентность и профессиональная мобильность; целеустремлённость и уверенность в своих силах; владение навыками самообразования и повышения квалификации; инициативность и самодисциплина; предприимчивость и деловитость; способность к самоанализу и способность принятия нестандартных решений; достоинство и личная ответственность; способность к риску и защите своих прав и свобод; эмоциональная устойчивость и коммуникабельность» [64].

Многие из указанных точек зрения носят в определенной степени полярный характер, поэтому имеют свои ограничения и не обеспечивают достаточно полноценное и всеобъемлющее решение задачи подготовки конкурентоспособного специалиста - выпускника профессионального учебного заведения [2, 3, 4, 5, 19, 21, 44, 48].

Для данного понимания конкурентоспособности характерно признание необходимости формирования и развития комплекса личностных качеств, позволяющих целенаправленно реализовать как профессиональные задачи, так и свои жизненные цели [46, 47].

Активному распространению понятия «конкурентоспособность» в педагогических исследованиях способствует исследовательская деятельность зарубежных специалистов [2, 3, 10, 16, 19], которые создают концепции и технологии формирования конкурентоспособных менеджеров в процессе профессионального образования.

Приведём некоторые трактовки «конкурентоспособности» как категории профессиональной подготовки в зарубежной педагогической теории (таблица 5).

Таблица 5 – Понятие «конкурентоспособность» в зарубежной педагогической теории и практики

Автор	Конкурентоспособность	Конкурентоспособный специалист
С. Боулс, Д. Гордон,	Механизм, обеспечивающий отбор и качественную дифференциацию будущей рабочей силы	
Дж. Максвелл	Обеспеченность такими педагогическими условиями, в которых уже в теоретическом освоении общенаучных дисциплин будут моделироваться конкурентные преимущества: ответственность, мотивация достиже-	Специалист, у которого на выходе из учебного заведения имеется чёткая постановка целей и задач, пути их достижения, креативное мышление, самоорганизация, сформированные способности

	ния (успеха), развитие лидерского потенциала	рационального использования времени, стремление к саморазвитию
А. Манегетти	Умение студента понимать и творить самого себя: воспитывать себя как лидера в соответствии с современными требованиями работодателей, развивать способность и умение побеждать (добиваться поставленных целей)	
Р. Бензе		Человек с ощущением личной успешности, которая позволяет выпускнику быть не только эффективной, целостной личностью, но и востребованным специалистом
Дж. Адаир	Конкурентоспособность будущего менеджера закладывается в рамках формулы «конкурентоспособность = творческий и лидерский потенциал + успешность + мотивация достижения + готовность к применению знаний»	
К. Камерон	Готовность активно применять знания, умения и навыки в процессе постоянных организационных перемен и изменений, ориентируясь на личный опыт и синтезируя опыт более успешных компаний	
Э. Тоффлер		Человек, готовый совершенствовать свои наследственные конкурентные преимущества (одаренность, талант, гениальность) и приобретённые конкурентные преимущества (организованность, отношение к труду и т.п.) в целях личностно-профессионального развития
Б. Трейси		Специалист, обладающий эмоционально-психологической устойчивостью, чётким осознанием своей успешности и с позитивным настроем на развитие собственных профессиональных преимуществ

Мы констатируем, что с позиции зарубежных специалистов, понятие «конкурентоспособность» имеет более узкие толкования, которые концентрируются на таких понятиях, как механизм, умение, обеспеченность, готовность.

Стержневым понятием снова становится термин «конкуренция».

Он относится почти ко всем сферам жизнедеятельности общества, но с каждым годом приобретает более сложный и жесткий характер определения [26].

Раскрывая связь между педагогической сущностью конкурентоспособности и профессиональной компетентностью, мы выделили структурные компоненты конкурентоспособности менеджера и дали ей авторское определение.

В контексте нашего исследования анализ приведенных отечественных и зарубежных точек зрения на конкурентоспособность менеджера позволил с педагогических позиций выделить следующие её существенные признаки: интегративное профессионально-личностное качество; совокупность когнитивного, деятельностного, профессионально-личностного компонентов; способность и готовность выпускника соответствовать требованиям рынка труда, позволяющая ему претендовать на занятие определенных вакансий в сфере управления.

Отсюда, в качестве рабочего определения понятия «конкурентоспособность менеджера» мы принимаем «интегративное профессионально-личностное качество в совокупности когнитивного, деятельностного, профессионально-личностного компонентов, отражающих уровень развития профессиональной компетентности, соответствующее требованиям рынка труда и позволяющее претендовать на занятие вакансии и успешную деятельность в сфере управления». В содержание понятия «конкурентоспособность менеджера» мы включаем такие компоненты, как когнитивный, деятельностный, профессионально-личностный (рисунок 2).

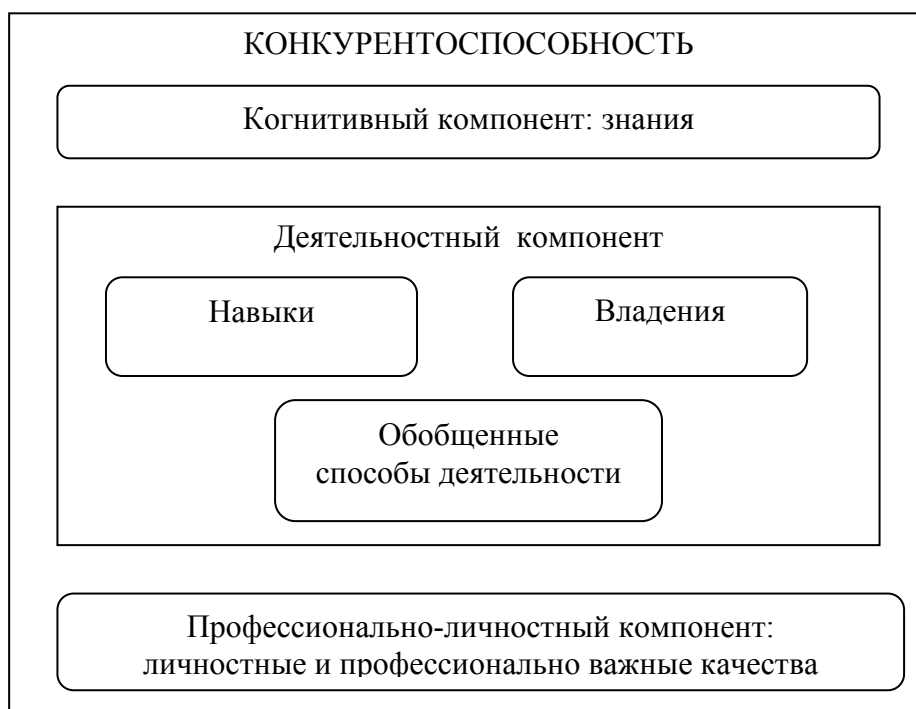


Рисунок 2 – Структурные компоненты конкурентоспособности менеджера

Изученные в процессе исследования источники позволяют констатировать, что конкурентоспособный специалист - это человек, который способен предложить себя как товар на рынке труда, вступить в отношения (юридические, экономические и т.д.) с работодателем или самому выступить в роли предпринимателя.



Эта экономически и педагогически ориентированная трактовка позволяет утверждать, что профессионализм и личностные качества такого работника должны способствовать выпуску конкурентоспособной продукции, процветанию фирмы, материальному и психологическому комфорту самого специалиста.

Соответственно, конкурентоспособный специалист (менеджер) – это человек, способный и готовый реализовывать свои профессионально-личностные качества как уровень развития профессиональной компетентности и соответствовать требованиям рынка труда, претендуя на занятие вакансии и успешную деятельность в сфере управления.

Применение указанных методологических подходов, теории компетентно-контекстного обучения о сущности и содержании конкурентоспособности менеджера, проекта компетенций менеджера (Общероссийское объединение работодателей «Российский союз промышленников и предпринимателей») — РСПП [38] и наши собственные наработки позволили нам определить содержательные уровни профессиональной компетентности в совокупности компонентов, обеспечивающих конкурентоспособность (таблица 6).

Таблица 6 – Содержание компонентов профессиональной компетентности, обеспечивающих достижение конкурентоспособности менеджеров

Компоненты профессиональной компетентности	Содержание компонентов, обеспечивающих конкурентоспособность менеджера
Когнитивный (знания)	<p>Знания (общетеоретические) в области гуманитарных, экономических и социальных наук.</p> <p>Знание новейших технологий управления.</p> <p>Знание методов решения большого класса профессиональных (управленческих) задач.</p> <p>Знание основного инструментария маркетинга на уровне, необходимом для обеспечения эффективного функционирования и развития организации.</p> <p>Знание базовых принципов и критериев эффективного менеджмента в практической деятельности.</p> <p>Знание психологических особенностей поведения людей в организации.</p> <p>Знание технологий формирования эффективной личности.</p>
Деятельностный (навыки, владение)	<p>Умение использовать основные методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении профессиональных задач.</p> <p>Навыки критического переосмысления своего профессионального опыта.</p> <p>Умение логически рассуждать, анализировать, моделировать.</p> <p>Умение логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь.</p> <p>Умение находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях.</p> <p>Навыки работы с компьютером.</p> <p>Навыки стратегического мышления.</p>

	<p>Умение анализировать информацию, выявлять ключевые проблемы.</p> <p>Умение организовать командную работу, умение работать в команде.</p> <p>Умение выбрать конкретный стиль поведения из ряда возможных.</p> <p>Умение критически оценивать свои достоинства и недостатки.</p> <p>Владение высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности.</p> <p>Умение формировать корпоративную культуру, способствующую всестороннему развитию персонала компании и его успешной работе.</p> <p>Умение управлять изменениями и инновациями как необходимым условием выживания и развития организации в динамично изменяющейся среде.</p> <p>Умение формировать программу долгосрочного развития, ориентирующую организацию на достижение требуемого уровня конкурентоспособности.</p>
<p>Профессионально-личностный (профессионально важные качества)</p>	<p>Целеустремлённость, организованность, ответственность, честность, ценностные ориентации, уверенность в своих силах, инициативность, предприимчивость и деловитость, эмоциональная устойчивость, стрессоустойчивость, стремление к лидерству, трудолюбие, творческое отношение к делу, мотивация к успеху, коммуникабельность.</p>

Данный анализ позволил осуществить дальнейшее развертывание исследовательской работы. Далее рассмотрим методологические подходы при проектировании системы формирования конкурентоспособности менеджеров. В психолого-педагогических исследованиях под подходом понимается особая форма познавательной и практической деятельности, рассмотрение педагогических явлений под определённым углом зрения, стратегия исследования изучаемого процесса, базовая ценностная ориентация, определяющая позицию педагога. Под методологическим подходом мы понимаем стратегическое направление изучения предмета исследования.

Социально-личностный подход (Н.А. Алексеев, Э. Ф. Зеер, В.Ф. Шаталов) позволяет нам совместить цели социума с целями личности, считая формирование конкурентоспособности социально-личностной целью образовательно-профессиональной деятельности. Подготовка специалиста-менеджера является общегосударственной задачей, которая преследует социальные цели. В то же время, задачей личности является овладение профессией.

Системно-синергетический подход (Е.П. Пугачева, Г. Хакен, Д.С. Чернавский) в качестве общенаучной основы исследования позволяет рассматривать феномен конкурентоспособности как систему, а процесс и результат профессионального обучения менеджера как педагогическую систему. В частности, объект исследования рассмотрен как система профессионального образования менеджеров, а предмет исследования - системный процесс формирования конкурентоспособности менеджеров на компетентностно-контекстной основе. Педагогическая система профессионального образования менеджеров исследова-

лась как многоаспектная система с выделением элементов, связей и системообразующего фактора.

Синергетический подход используется при изучении открытых (обмениваемых веществом, энергией и информацией), нелинейных (многовариантных и необратимых в плане развития), саморазвивающихся (изменяющихся под влиянием внутренних противоречий, факторов и условий) и самоорганизующихся (спонтанно упорядочивающихся, переходящих от хаоса к порядку) систем [62, 63].

Синергетический подход позволяет представить процесс формирования конкурентоспособности менеджеров как открытую сложную, нелинейную и неравновесную систему. Это, в свою очередь, предполагает постоянное наличие в системе двух тенденций: сохранения и адаптации или изменчивости и бифуркации, являющихся источниками ее развития.

Синергетический подход позволяет представить процесс формирования конкурентоспособности менеджеров как открытую сложную нелинейную и неравновесную систему. Это, в свою очередь, предполагает постоянное наличие в системе двух тенденций: сохранения и адаптации или изменчивости и бифуркации.

На этапе бифуркации развитием образовательной системы можно управлять, используя незначительные воздействия в точках бифуркации. Этими точками могут быть моменты смены парадигм (типов) обучения и формирования конкурентоспособности.

Компетентностно-контекстный подход (Л.В. Львов) - это приоритетная ориентация на цели образования: обучаемость, самоопределение, самоактуализацию, социализацию и развитие индивидуальности путём создания условий для овладения сквозной, разноуровневой системой учебных, учебно-профессиональных и профессиональных компетенций в процессе последовательного осуществления соответствующих видов деятельности, обеспечивающей способность и готовность выпускника к профессиональной успешности и социально-профессиональной мобильности [44].

Применение компетентностно-контекстного подхода как стратегии формирования конкурентоспособности менеджеров позволяет:

1) исследовать процесс профессионального образования одновременно в результативно-целевом, содержательном, операционально-деятельностном и технологическом аспектах;

2) рассматривать организационно-управленческую компетентность на теоретическом уровне:

- в педагогике как элемент содержания развивающего профессионального образования. Компетенции и компетентности имеют уровневый и сквозной характер: общепрофессиональные (базовые), специальные (профессионально-специальные) и корпоративные (профессионально-специализированные). Такой ракурс объективно открывает возможности разработки интегративных психолого-педагогических методов, средств и форм, позволяющих эффективно формировать конкурентоспособность;

- в психологии как личностное новообразование;

3) разрабатывать профессионально-развивающую модель конкурентоспособного менеджера, обеспечивающую реализацию образовательных целей [38, 45].

Решение проблемы исследования наиболее успешно может быть реализовано в развивающем профессиональном образовании на основе методологических подходов, составляющих систему методологических уровней исследования: философскую, общенаучную, частнонаучную, технологическую.

Мы констатируем тот факт, что все подходы в современных образовательных процессах стали компетентностно-ориентированными. Насколько это сегодня актуально и значимо для системы высшего образования? По мнению М.В. Виноградовой, «в последние годы сформулирована новая образовательная парадигма, в рамках которой качество современного образования будет определяться тем, насколько у выпускников высших профессиональных учебных заведений развиты компетенции – способности выявлять связи между знаниями и ситуациями и применять знания адекватно решаемым проблемам» [12, 17, 18].

Мы, несомненно, разделяем это утверждение, однако видим противоречие в том, что внимание уделяется только компетенциям, которые могут быть в отдельности сформированы, но выпускник при этом не будет являться компетентным специалистом.

Ведь отдельные разрозненные компетенции должны быть сложены в единую профессиональную характеристику – компетентность. Отсюда сразу выявляется проблема между расширением понятия «компетенция» и сужением понятия «компетентность».

В связи с изобилием сложившихся трактовок этих феноменов многие исследователи даже не разделяют их. Мы считаем, что цель деятельности любого вуза – это формирование не разрозненных навыков, а их функциональной совокупности, которая и обеспечит конкурентоспособность выпускника на рынке труда. Ведь речь идет о том, что сегодня выпускники не обладают профессиональной мобильностью, поэтому не интересны требовательному работодателю.

Компетентностно-ориентированные подходы привели к тому, что вузы выбирают интерактивные и игровые технологии, предназначенные для «затачивания» точечных навыков, которые сам студент не в состоянии интегрировать и развивать до уровня конкурентной устойчивости.

Вузы уходят от понимания того, что сегодня интересен на рынке труда тот выпускник, который формировал свои профессиональные навыки с учетом интеграции экономики и образования.

И конкурентоспособность выпускника – это сложное и труднодостижимое явление. Наше понимание обосновывается более глобальным видением сущности данного феномена.

Если рассматривать еще более детально причины проблем, возникающих при реализации компетентностно-ориентированных подходов, то можно отметить, что они вызваны новыми условиями и формами интеграции экономики и образования.

По мнению С.Б. Серебряковой и Л.Ф. Красинской, «основная проблема заключается в том, что сформулированная ФГОС ВО цель – формирование ком-

петенций студентов – пока еще не получила содержательного технологического обеспечения и не может быть достигнута в рамках традиционного образовательного процесса» [3].

Образовательные технологии в реальной реализации уступают место «бумажным потокам». Большинство компетенций остаются лишь на бумаге. В этом прослеживается проблема, заложенная в ФГОС ВО, а именно: отсутствие новых режимных рамок.

Несмотря на то, что объем учебных часов сегодня перераспределен с приоритетом к самостоятельной работе студента и преобладанием интерактивных видов обучения, студенты продолжают заниматься в старом формате – лекционно-семинарские занятия.

Отсюда вытекают те самые «точечные» проблемы, внимание которым в условиях глобальных стратегических перспектив практически не уделяется. Вот, например, ряд проблем точечного характера, уход от которых впоследствии даст непредсказуемый результат, в первую очередь, для самого выпускника на рынке труда и для работодателя, а значит, для экономической системы в целом.

Мы солидарны с позицией С.Б. Серебряковой и Л.Ф. Красинской и отмечаем, что к наиболее опасным проблемам следует отнести следующие:

1) новые стандарты провозглашают обилие компетенций, но дают очень часто их некорректную, довольно синонимичную трактовку;

2) чаще всего заявленные компетенции имеют слишком широкие формулировки, поэтому «измерить» степень сформированности той или иной компетенции крайне затруднительно;

3) вариативная часть ФГОС ВО количественно перегружена дисциплинами, которые чаще всего направлены на формирование идентичных групп компетенций, а часть компетенций остаются неохваченными;

4) значительная часть преподавателей не умеет использовать новые методы обучения (метод проектов, тренинговые методы, кейс-стади и пр.);

5) с приходом новых стандартов резко увеличились объемы учебно-методической работы для преподавателей, возрос поток отчетно-плановой документации.

Мы могли бы продолжить список «тактических» недоработок, выявленных в реализации компетентностно-ориентированных подходов, но хотим отметить, что сами причины данных проблем лежат далеко за рамками образовательной среды вуза.

Мы считаем, что гораздо более сложными источниками и причинами проблем является на сегодняшний день хаотичная и не всегда целесообразная реорганизация вузов. Также хотели бы оспорить «универсальные» показатели эффективности деятельности вузов, которыми сегодня буквально выбрасывают за борт узкопрофильные учебные заведения. Добавляет сложности в развитие вузов и отсутствие целостного видения и прогнозов развития высшей школы в долгосрочном периоде.

Проблемным воздействием на вузы обладает их ориентация только на экономическую эффективность и игнорирование принципиальных различий задач образования отечественной и западной традиции.

Резюмируя наши наблюдения, мы считаем необходимым для вузов отслеживать тенденции инновационного развития экономики, соотносить их с особенностями динамики рынка труда для более эффективного процесса интеграции экономики и образования и обеспечения профессиональной мобильности выпускников.

Точное представление о сущности, структуре и содержании конкурентоспособности, а также применение совокупности выделенных подходов позволили перейти к моделированию процесса ее формирования.

Понятие модели, введенное в употребление немецким философом и математиком Г. Лейбницем в 17 веке, который рассматривал ее как удобную форму знаний об окружающем мире, как информационный эквивалент конструируемого в определенных практических целях объекта.

В философии, психологии, педагогике подходы к понятию «модель» различны. В философии модель определяется как «метод исследования объектов на их моделях – аналогах определенного фрагмента природной или социальной реальности, построение и изучение моделей реально существующих предметов, явлений и конструируемых объектов» [17].

С общенаучной точки зрения, моделирование понимается как воспроизведение характеристик некоторого объекта на другом объекте, специально созданном для его изучения, который называется при этом моделью [29].

Исходя из такого понимания, педагогическим моделированием следует называть отражение характеристик существующей педагогической системы в специально созданном объекте, который называется педагогической моделью. При этом, по мнению Е.В. Яковлева, педагогическая модель должна удовлетворять следующим условиям: 1) быть системой; 2) находиться в некотором соотношении сходства с оригиналом; 3) в определённых параметрах отличаться от оригинала; 4) в процессе исследования замещать оригинал в определённых отношениях; 5) обеспечивать возможность получения нового знания об оригинале в результате исследования.

Такое понимание модели имеет принципиальное значение для моделирования процесса формирования конкурентоспособности. Ценность полученного знания в изучении педагогической модели позволит нам отыскать инструментальные средства, способные обеспечить достижение образовательной цели. Отсюда, цель моделирования – создание модели формирования конкурентоспособности и, как следствие, реализация модели в совокупности с педагогическими условиями, повышение эффективности ее формирования. Результатом проектирования профессионального обучения является профессионально-развивающая модель формирования конкурентоспособности менеджеров [9].

Модель называется профессионально-развивающей по характеру обучения, т.е. по прогнозируемому уровню сформированности конкурентоспособности и развитию профессионально важных качеств менеджера. Профессионально-развивающая модель относится к структурно-функциональным моделям и

включает в себя четыре блока (целевой, содержательный, процессуально-деятельностный и результативно-коррекционный) и обеспечивает реализацию образовательных целей.

Целевой блок определяет цель и назначение модели – формирование конкурентоспособности менеджеров. Опора на принцип функциональной полноты [12], заключающийся в следующем: всякая система, в том числе и педагогическая, не может эффективно функционировать или функционировать вообще, если набор ее существенно значимых подсистем (элементов системы) не является функционально полным, позволила определить функции блоков модели. Отсюда, функцией целевого блока является установление в процессе диагностического целеполагания и оценивания прогнозируемого уровня сформированности организационно-управленческой компетентности и профессионально важных качеств, обеспечивающего конкурентные преимущества выпускнику, соответствующего требованиям рынка труда и позволяющего претендовать на занятие вакансии и успешную деятельность в сфере управления.

Рассматривая учебную, учебно-профессиональную и профессиональную деятельность как единую образовательно-профессиональную систему, мы предполагаем с позиций социально-личностного подхода наличие единой цели, по крайней мере, на этапе профессионального образования в вузе – начало собственно профессиональной деятельности, т.е. окончание первичной профессиональной адаптации.

В нашем случае это уровень профессиональной компетентности, обеспечивающий конкурентоспособность выпускника, следовательно, конкурентоспособность вуза, социума, государства (рисунок 3).

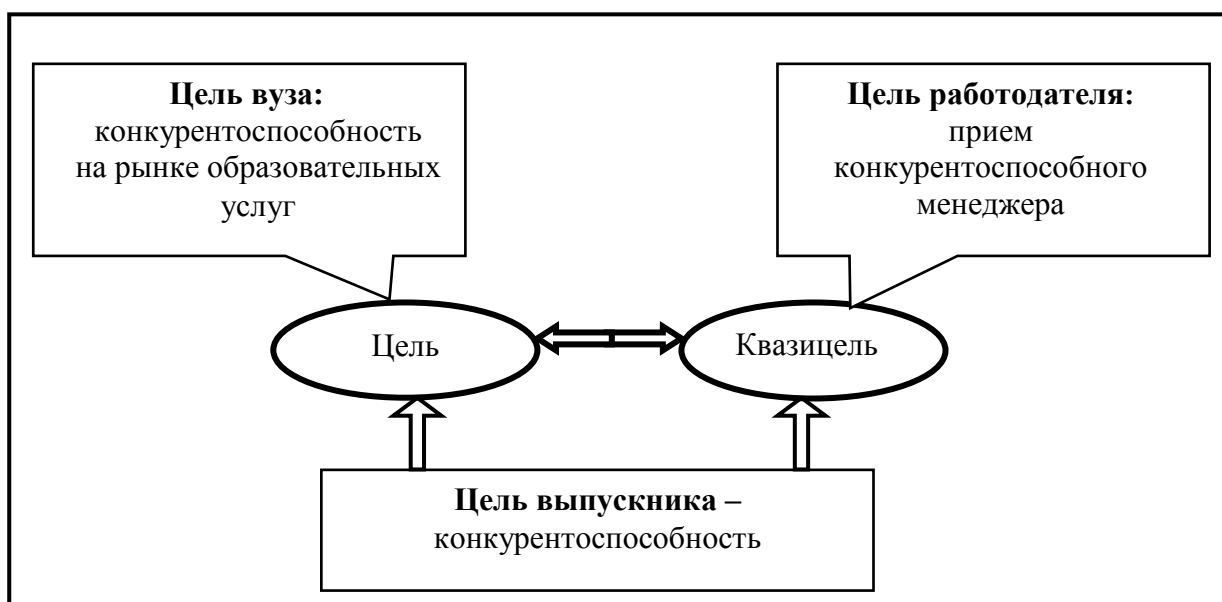


Рисунок 3 – Целевой блок модели формирования конкурентоспособности менеджеров

Анализ исследований позволил утверждать, что подготовка компетентного и конкурентоспособного менеджера является точкой сопряжения интересов со-

циума, государства, образовательного учреждения, рынка труда (работодателя) и самого обучающегося.

Отсюда возможно разрешение противоречия между возросшими требованиями социального заказа к уровню подготовки менеджеров и потребностью личности в качественном образовании.

Цели, определяемые социумом, государством, работодателем, являются внешними по отношению к образовательной системе. Цели образовательной системы (образовательного учреждения, кафедры, учебного предмета, вида подготовки и т.д.) и цели обучающегося являются внутренними целями.

Применение понятия «квазицель» [96] и проекция его на предмет нашего исследования позволяют утверждать, что формирование конкурентоспособного менеджера возможно при моделировании целевого блока модели с учетом понятия «квазицель», что означает:

- целевая ориентация (пролонгация цели) на момент окончания профессиональной адаптации и начала собственно профессиональной деятельности обеспечивающая конкурентные преимущества выпускнику;

- обеспечение совпадения в квазицели возросших требований социума, государства, образовательного учреждения, работодателя к уровню подготовки менеджеров с потребностью личности в качественном образовании;

- реализацию системообразующей, развивающей, управленческой, мотивационной и воспитательной функций цели;

- повышение уровня личностного и профессионального развития, обеспечивающего конкурентоспособность.

В контексте изложенного процедура диагностического целеполагания и оценивания должна включать:

- точное, определенное и однозначное в терминах профессиональной деятельности описание формируемых профессиональных компетенций, обеспечивающих конкурентоспособность;

- единый способ для определения и измерения диагностируемого свойства в процессе объективного контроля его сформированности любым субъектом образовательно-профессиональной деятельности;

- интегративную систему критериев, показателей и шкалу оценки уровня сформированности конкурентоспособности, опирающуюся на результаты измерения;

- интегративную оценку уровня сформированности конкурентоспособности в соответствии с квазицелью и выборочную дифференцированную оценку любого из ее компонентов компетентности: когнитивного, деятельностного и личностно-профессионального;

- выполнение коррекции уровня сформированности конкурентоспособности [39].

На эффективность функционирования целевого блока модели можно влиять путем разработки системы критериев, показателей, уровней, соотношенных с требованиями рынка труда и позволяющих претендовать на занятие вакансии и успешную деятельность в сфере управления.



Кроме того данные целевого блока являются базой отслеживания фактических результатов обучения. Целевой блок тесно связан с другими блоками, т.к. определяет формы и методы реализации цели через процессы, корректировку и оценку достижения конкурентоспособности менеджеров.

Многочисленные исследования в области содержания образования (М.Н. Скаткин, В.С. Леднев, В.В. Краевский, П.Ф. Кубрушко, С.Е. Матушкин, А.М. Новиков и др.) предопределили смысловое и структурное наполнение содержательного блока профессионально-развивающей модели формирования конкурентоспособности менеджеров [5].

В настоящий момент содержание профессионального образования исследуется применительно к возможностям компетентного подхода, который не сводится к знаниево-ориентировочному компоненту, а предполагает, по нашему мнению, целостный опыт решения жизненных проблем, выполнение ключевых (т.е. относящихся ко многим сферам) функций, социальных ролей, компетенций, конкурентных преимуществ выпускника [9].

Компетентно-контекстный подход применительно к содержанию образования менеджера означает разработку содержания развивающего профессионального образования в виде системы компетенций, имеющих уровневый и сквозной характер, т.е. общекультурных и профессиональных компетенций.

Очевидно, что приоритетной задачей высших образовательных учреждений является формирование базовых профессиональных компетенций специалиста с акцентом на умение решать управленческие проблемы. Это означает, что содержание образования менеджера должно быть направлено на овладение определёнными навыками и формирование специфических способностей – коммуникабельности, предприимчивости, организаторских навыков (в терминологии Е.Н. Сепиашвили) [15].

Содержание таких способностей раскрывается автором через умения предвидеть, планировать, организовывать, контролировать, координировать, регулировать и мотивировать свою деятельность и деятельность окружающих. С позиций компетентного подхода позиции автора могут быть обозначены как профессиональные компетенции базового уровня, которые реализуются как в его индивидуальной деятельности, так и в коллективной работе организованной им системы управления.

Результаты анализа требований кадровых центров и кадровых агентств по Российской Федерации практической подготовленности менеджеров-бакалавров, а также обобщение этих требований позволили сделать вывод о наиболее востребованных компетенциях, которые представлены следующими содержательными характеристиками: системность и гибкость мышления, координация, организация, построение отношений, управление людьми и обучаемость. Перечень разработанных и наиболее востребованных компетенций и их содержание по кадровым центрам и агентствам Российской Федерации представлен в таблице 7.

Таблица 7 – Перечень наиболее востребованных компетенций

Компетенции	Содержание компетенций
Системное и аналитическое мышление	Эффективная работа с информацией: комплексный и системный подход к анализу проблем, продумывание потенциальных рисков и мер их минимизации
Координация и организация	Решение рабочих задач, оптимальная координация работы других сотрудников
Планирование	Оптимальное планирование работ, координирование ресурсов
Управление исполнением	Эффективно осуществление управления исполнением: обеспечение правильного понимания исполнителем поставленной задачи, осуществление контроля, своевременной и сбалансированной обратной связи
Влияние	Активное влияние на других, продвижение своих идей в процессе коммуникации, устойчивость к давлению
Построение отношений	Установление и поддержание необходимых контактов и доверительных отношений с другими; диалог, уважение по отношению к собеседнику
Управление людьми	Руководство другими людьми, обеспечение достижения целей организации. Мотивирование подчиненных, знание их индивидуальных особенностей и потребностей
Ответственность за результат	Ориентирование на достижение амбициозных целей. Сохранение высокой работоспособности в сложной ситуации, настойчивость в преодолении препятствий
Обучаемость	Адаптация к переменам, самостоятельная оптимизация методов работы, интегрирование нового опыта в практику

Результаты анализа требований к практической подготовленности менеджеров-бакалавров также указывают на отождествление компетенций с профессионально важными качествами будущих специалистов при сохранении их функциональной сущности.

Опрос работодателей (по материалам сайта [www.eur.ru](http://www.eur.ru)) показал, что помимо общих профессиональных компетенций, руководители предприятий, фирм и организаций различных форм собственности требуют от менеджеров-выпускников сформированности непосредственно управленческих компетенций. В процессе профессионального образования менеджер должен осваивать необходимые знания и умения, чтобы погружаться в профессиональную культуру.

В этом случае у студента-менеджера, по мнению Е.Н. Сепиашвили, формируются управленческие компетенции как органичное сочетание теоретических, технологических, собственно управленческих и инструментальных знаний и умений специалиста, в которых заложены генетические звенья, предметно-содержательные инварианты, типобразующие и потенциально определяющие свойства, функции и принципы управленческой деятельности, инструментарий диагностики явлений, организация, планирование, координация и контроль усилий субъектов взаимодействия, а также сконцентрированы средства и ресурсы, направленные на эффективное достижение целей управления, сбалан-

сированные по качеству, времени и степени удовлетворённости участников управленческого процесса.

Продолжая анализ, остановимся на позиции ряда исследователей (Е.А. Киселёва, А.И. Шехонин, М.Н. Чежин), предлагающих по содержанию классифицировать все компетенции менеджеров на два направления [31]: компетенции, направленные на организацию и управление, и компетенции, направленные на управление людьми и самоорганизацию (таблица 8).

Таблица 8 – Классификация компетенций менеджера

Компетенции, направленные на организацию и управление	Компетенции, направленные на управление людьми и самоорганизацию
<p>Умение обосновывать и принимать решения в ситуациях, для которых характерны высокая динамичность и неопределенность.</p> <p>Информированность в вопросах развития отрасли, в которой работает предприятие: состояние исследований, техники, технологии, конкуренции, динамики спроса на продукцию</p> <p>Знание опыта менеджмента в других организациях и отраслях</p> <p>Способность управлять ресурсами, прогнозировать и планировать работу предприятия, владение способами повышения эффективности управления</p> <p>Умение использовать современную информационную технологию, средства коммуникации и связи</p>	<p>Высокое чувство долга и преданность делу</p> <p>Честность в отношениях с людьми и доверие к партнерам.</p> <p>Умение четко выразить свои мысли и убеждать</p> <p>Уважительное отношение к людям вне зависимости от их положения в организационной иерархии</p> <p>Способность быстро восстанавливать свои физические и душевные силы и критически оценивать собственную деятельность</p>

В данной классификации важным представляется разделение компетенций по их целевой направленности: на организацию и управление, на управление людьми и самоорганизацию.

Таким образом, актуальность проблемы профессиональной подготовки менеджеров и спрос работодателей на рынке труда, активная научно-теоретическая и методическая работа не привели к единому пониманию сущности и содержательного наполнения базовых профессиональных компетенций менеджера.

Это вызвало появление явных противоречий во взаимодействии социального заказа на выпускников и их практической подготовки, повлекшее за собой необходимость согласования содержания требований всех заинтересованных субъектов образовательно-профессиональной деятельности.

Источником содержания образования являются ФГОС и профессиональный стандарт (ПС).

По определению Российского союза промышленников и предпринимателей (РСПП), профессиональный стандарт – многофункциональный нормативный документ, определяющий в области конкретного вида экономической дея-

тельности (области профессиональной деятельности) требования к выполнению работниками трудовых функций и необходимые для этого компетенции.

Структурно состоит из отдельных единиц, соотносимых с трудовыми функциями [5].

С учётом разработанного перечня компетенций менеджера-бакалавра РСПП, ФГОС, теоретических исследований по проблеме формирования профессиональной компетентности [11, 12, 62, 63, 64] нами определены общенаучные, инструментальные, социально-личностные, общекультурные и профессиональные компетенции (таблица 9).

Таблица 9 – Компетенции менеджера (позиция работодателя)

Компетенции	Содержательные компоненты компетенций (знания, умения, навыки и обобщённые способы профессиональной деятельности)
<i>Общенаучные</i>	
Компетенция критического мышления	Способность к критическому переосмыслению своего профессионального и социального опыта
Координирующая компетенция	Умение использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач
Компетенция анализа, систематизации, обобщения и моделирования	<p>Умение использовать основные законы естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применять методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования.</p> <p>Умение развивать мыслительные (умственные) действия, такие как сравнительный анализ, синтез, систематизация, обобщение, умение логически рассуждать и др.</p> <p>Владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения</p>
Коммуникативная компетенция	Умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь
Компетенция творческого развития и ответственности	Способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готовность нести за них ответственность
Нормативно-правовая компетенция	Умение использовать нормативные правовые документы в практической деятельности
<i>Инструментальные</i>	
Информационно-технологическая компетенция	<p>Знание сущности и значения информации в развитии современного общества; владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации;</p> <p>Навыки работы с компьютером как средством управления информацией.</p> <p>Способность работать с информацией в глобальных компьютерных сетях.</p> <p>Владение информационно-коммуникационными средствами сбора, хранения, обработки и распространения информации (электронные библиотечные каталоги, Интернет,</p>

	электронная почта и др.)
Языковая (межкультурная) коммуникативная компетенция	Владение одним из иностранных языков на уровне не ниже разговорного. Способность пользоваться профессиональной литературой на иностранных языках
Компетенция стратегического мышления и прогнозирования	Навыки стратегического мышления, подразумевающего анализ долгосрочных перспектив, видение действий организации как единого целого, включая окружающую среду, а также знание концепции стратегии, принципов ее формирования и внедрения
Компетенция принятия решений	Умение анализировать информацию, выявлять ключевые проблемы, генерировать альтернативные пути решения, оценивать их и выбирать оптимальное решение
<i>Социально- личностные и общекультурные</i>	
Личностные компетенции	Готовность (способность) демонстрировать целеустремленность, организованность, ответственность, честность, любовь к своей работе. Готовность (способность) к эффективному самообучению, к приобретению новых знаний, в том числе с использованием современных информационных технологий
Социальные компетенции	Навыки межличностного общения: умение организовать командную работу, умение работать в команде, умение вести переговоры. Навыки коммуникации: умение завоевать доверие коллег и подчиненных, развитая в соответствии с установленными критериями письменная и устная коммуникация
Общекультурные компетенции	Умение выбирать конкретный стиль поведения из ряда возможных в соответствии с конкретной необходимостью. Умение критически оценить свои достоинства и недостатки, наметить пути совершенствования. Осознание социальной значимости своей будущей профессии, владение высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности
<i>Профессиональные</i>	
Технологическая (операционная) компетенция	Владение современными технологиями управления. Знание базовых принципов и критериев эффективного менеджмента и умение использовать их в практической деятельности
Ценностно-культурологическая компетенция	Умение формировать корпоративную культуру, способствующую всестороннему развитию персонала компании и его успешной работе
Маркетинговая компетенция	Владение инструментарием маркетинга на уровне, необходимом для обеспечения эффективного функционирования и развития организации
Компетенция инновационного развития	Умение управлять изменениями и инновациями как необходимым условием выживания и развития организации в динамично изменяющейся среде
Компетенция формирования конкурентоспособности	Умение формировать программу долгосрочного развития, ориентирующую организацию на достижение требуемого уровня конкурентоспособности

Отметим, что перечень компетенций, разработанных РСПП, во многом соответствует современному состоянию научных исследований в теории компетентностного подхода и основным практическим разработкам вузов [18].

Некоторые авторы выделяют конкурентоспособность как отдельную профессиональную компетенцию [31, 36]. Мы считаем такое выделение нецелесообразным, т.к. конкурентоспособность отражает определённый уровень развития профессиональной компетентности.

В целом можно отметить, что и опыт зарубежного управления, социально-психологические и педагогические исследования говорят о том, что профессиональные компетенции и профессионально важные качества менеджера становятся в дальнейшем залогом его профессиональной успешности и составляют основу его конкурентоспособности.

Обобщая зарубежные и отечественные педагогические исследования по проблемам образования будущих менеджеров, можно заключить, что в зарубежной педагогической теории и практике (Стив Уиддет, Сара Холлифорд, Лайл М. Спенсер, Сайн М. Спенсер) большое значение придаётся выделению профессиональных компетенций менеджеров [10], а этап вузовской подготовки является наиболее значимым фактором формирования конкурентоспособности специалистов, обеспечивающим главное преимущество высокоразвитой страны, связанное с её человеческим потенциалом.

В контексте вышеизложенного мы приводим обобщенные результаты профессиональных компетенций менеджера, предлагаемые ФГОС, РСПП, агентствами РФ, по опыту зарубежного управления (ОЗУ), обеспечивающие конкурентоспособность.

Анализируя профессиональные задачи менеджера-бакалавра, мы, в соответствии с методикой выделения компетенций [27], определили структурные компоненты профессиональных компетенций, соответствующие организационно-управленческой деятельности менеджера-бакалавра (таблица 10).

Таблица 10 – Компетенции менеджера, обеспечивающие конкурентоспособность

Предлагаемые компетенции выпускников вузов (ГОС)	Компетенции по РСПП	Компетенции по агентствам (РФ)	Компетенции менеджеров по ОЗУ
Аналитическая	Технологическая (операционная)	Аналитическая	Планирования
Информационно-технологическая	Ценностно-культурологическая	Организаторская	Координации
Конфликтологическая	Инновационного развития	Коммуникативная	Анализа
Организационно-управленческая: - планирование - целеполагание - организация - мотивация	Маркетинговая	Принятия решений	Мотивации

- контроль			
Саморазвития	Конкурентоспособности	Планирования	Контроля
		Контроля (управления исполнением)	Информационно-технологическая

Профессиональные задачи, которые необходимо решать в деятельности менеджера-бакалавра, определяются компетенциями, которые заданы как направления для формирования организационно-управленческой компетентности, вытекающей из осуществления организационно-управленческой деятельности.

Опираясь на выполненные исследования по проблеме соотношения конкурентоспособности и компетентности, напомним, что конкурентоспособность обеспечивается определенным уровнем сформированности специальной профессиональной и корпоративной профессиональной компетентности

Исследование корпоративных особенностей задач и содержания профессиональной деятельности привело нас к выводу о том, что уровнем, определяющим конкурентоспособность, может быть специальная и корпоративная компетентность.

Следовательно, содержательный блок профессионально-развивающей модели формирования конкурентоспособности менеджеров содержит систему общекультурных и профессиональных: общепрофессиональных (базовых), специальных (профессионально-специальных) и корпоративных (профессионально-специализированных) компетенций, состоящих из подсистем знаний, умений, освоенных обобщённых способов решения учебно-профессиональных задач, а также личностных и профессионально важных качеств, построенных на модульной основе.

Блок предусматривает неравномерное распределение бюджета учебного времени (таблица 15).

Базовая часть образования составляет 70% и включает в себя общекультурные и общепрофессиональные (базовые) компетенции, а также соответствующие им профессионально важные качества, что обеспечивает выпускнику социально-профессиональную мобильность. Вариативная часть составляет 30% и включает в себя специальные (профессионально-специальные) и корпоративные (профессионально-специализированные) компетенции, а также соответствующие им профессионально важные качества, что обеспечивает выпускнику конкурентоспособность [60].

Таблица 15 – Содержательные уровни профессиональной компетентности менеджера, обеспечивающие конкурентоспособность

Вид компетенции и компетентности	Профессиональная компетентность			
	Профессиональные компетенции			
Содержательные уровни	знание	умение	владение	бытие
	знания	умения	обобщённые способы профессиональных	профессионально важные

			действий	качества
Вариативная часть 30% (конкурентоспособность)				
Профессионально-специальные (специальные)	+	+	+	+
Корпоративные профессионально-специализированные	+	+	+	+

Содержательная основа профессионально-развивающей модели формирования конкурентоспособности менеджеров должна быть рационально реализована для достижения цели образования.

В наибольшей мере этому требованию отвечает модульный подход к структуризации содержания образования.

На рисунке 4 выделены блоки профессионально-специальных и профессионально-специализированных компетенций, модули которых в наибольшей мере способствуют формированию конкурентоспособности менеджера.

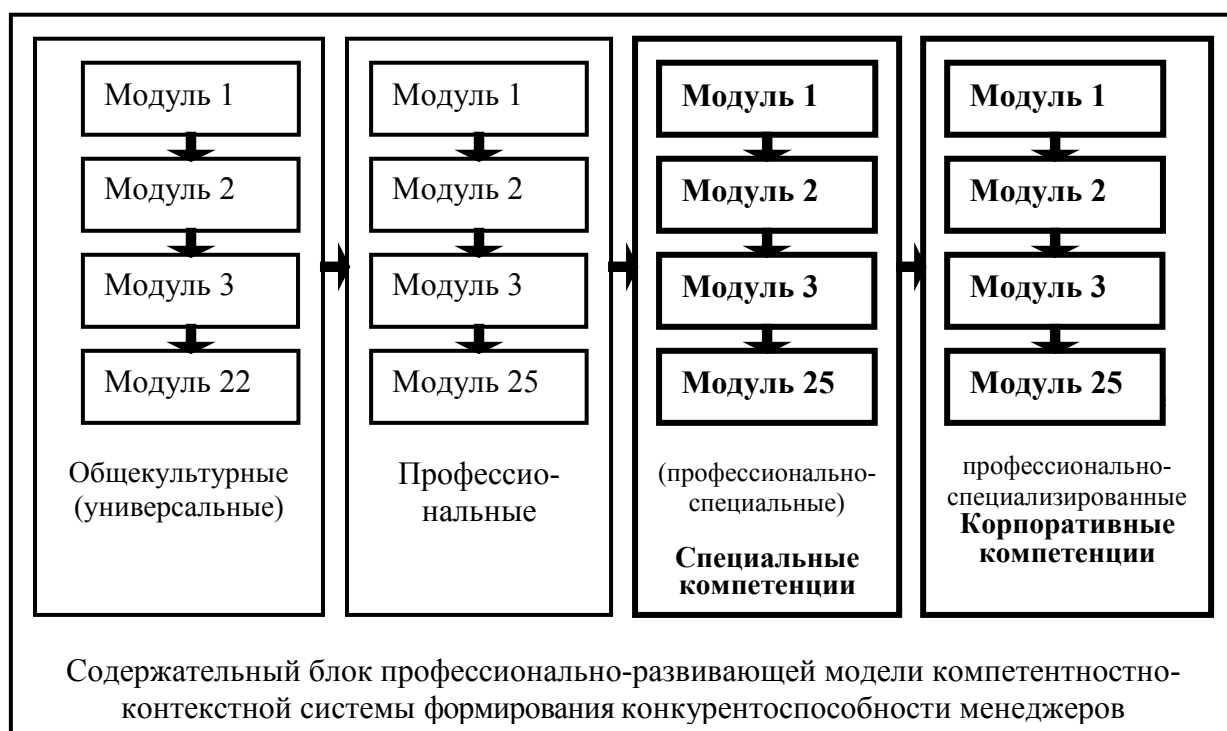


Рисунок 4 – Содержательный блок модели формирования конкурентоспособности менеджеров

Функциями блока являются:

1) модульный отбор содержания образования в виде системы общепрофессиональных (базовых), специальных (профессионально-специальных) и корпоративных (профессионально-специализированных) компетенций;

2) выделение видов профессиональных компетенций, состоящих из подсистем знаний, навыков, умений, освоенных обобщенных способов решения



учебно-профессиональных задач, а также личностных и профессионально важных качеств, отражающих специфику профессиональных задач менеджера по управлению персоналом.

Повысить эффективность функционирования содержательного блока модели можно путем совершенствования методического обеспечения проектирования компетентностных модулей и формирования конкурентоспособности менеджеров на основе учебно-методического комплекса организационно-управленческой компетентности.

Процессуально-деятельностный блок организует усвоение профессиональных компетенций, личностное и профессиональное развитие, воспитание профессионально важных качеств менеджера (рисунок 5).

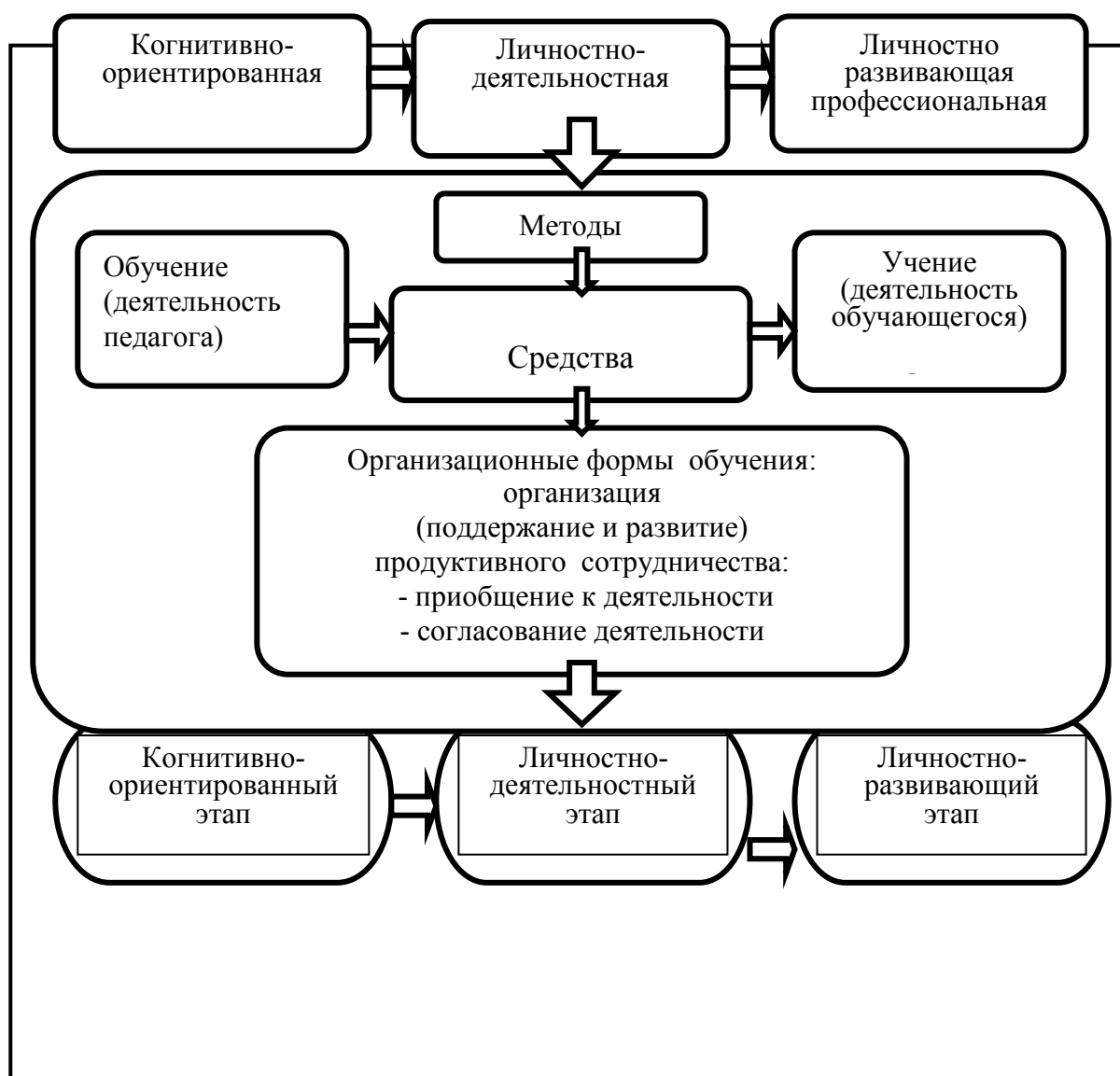


Рисунок 5 – Процессуально-деятельностный блок модели формирования конкурентоспособности менеджеров

Этот блок тесно связан не только с содержательным, но и с результативно-коррекционным блоком, так как педагогическая диагностика и коррекция ре-

зультатов осуществляются в процессе каждого этапа, по окончании этапа и подготовки в целом.

Поэтапное формирование конкурентоспособности в зависимости от преимущественного типа обучения (когнитивного, деятельностного или личностно-профессионального) осуществляется при реализации трансформативно-конструктивного механизма формирования организационно-управленческой компетентности [9, 10].

Основными функциями блока являются мотивация (определяет формирование адекватных профессиональных мотивов, возникновение интереса и формирование потребности в применении профессиональных компетенций, формирование мотивов достижения), обучение (обеспечивает усвоение учебно-профессиональных компетенций), воспитание (способствует формированию личностных и профессионально важных качеств), развитие (обеспечивает развитие наглядно-образных и словесно-логических компонентов оперативного мышления, интуиции).

Результативно-коррекционный блок (рисунок 6) определяет уровень сформированности и оценку конкурентоспособности на каждом этапе обучения, производит коррекцию результатов образования.

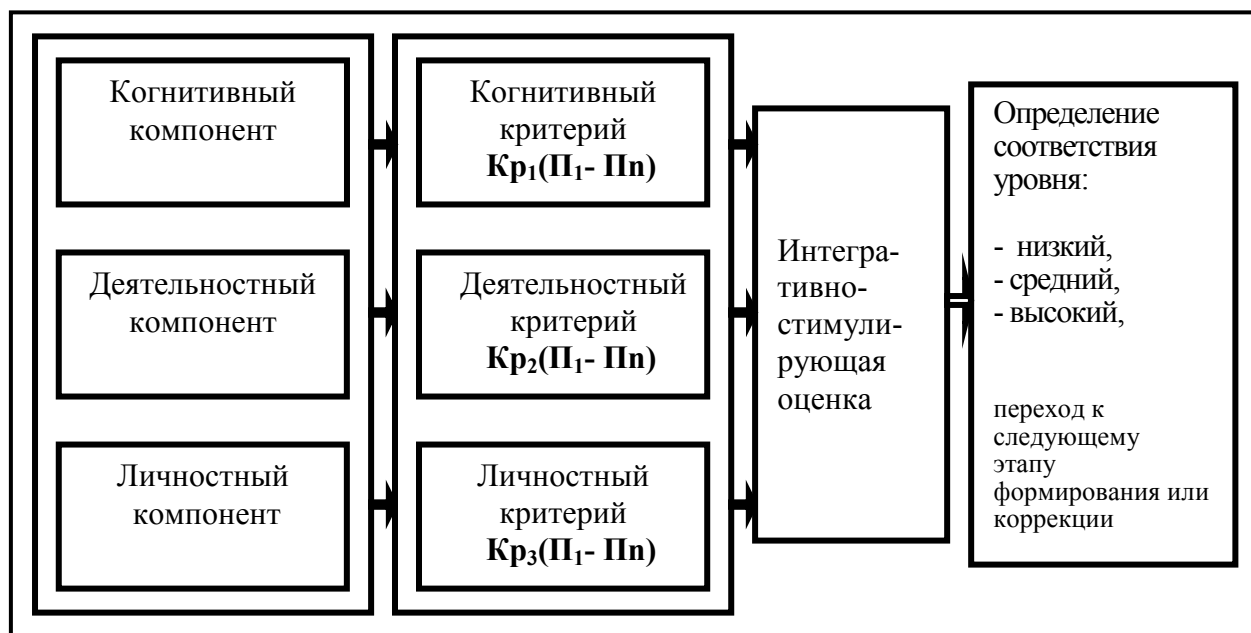


Рисунок 6 – Результативно-коррекционный блок модели формирования конкурентоспособности менеджеров

Кроме оценки сформированности конкурентоспособности и каждого содержательного уровня, в пределах диапазона необходима как дифференцированная, так и интегративно-стимулирующая оценка компетенций и компетентностей. Для оценки результативности деятельности менеджера необходимо установить показатели, максимально учитывающие профессиональную активность, а также способы их определения.

Результативно-коррекционный блок, тесно связанный с другими блоками,

определяет уровень сформированности и оценку конкурентоспособности на каждом этапе формирования, производит коррекцию результатов образования.

Функции блока: анализ (выявляет затруднения и ошибки, определяет способы коррекции, обеспечивающие необходимый уровень компетентности); стимулирование (формирует уверенность, целеустремленность, интерес к профессии); диагностика (оценивает эффективность формирования, выявляет несформировавшиеся компетенции и качества); интегративная оценка уровня сформированности конкурентоспособности; выборочная оценка любого из компонентов конкурентоспособности; реализация функции контроля; обеспечение объективности и тождественности внутренней и внешней оценки на всех этапах образования на основе критериев и показателей.

Таким образом, мы установили, что влияние вузов на формирование конкурентоспособности бакалавров-менеджеров как фактора профессиональной успешности на рынке труда очевидно. Однако, помимо конкурентоспособности как качества выпускника, вузам нужно формировать конкурентоустойчивость бакалавров, так как это сегодня обязательное условие успеха на рынке труда.

### § 3 РЕАЛИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА МЕНЕДЖЕРОВ НА РЫНКЕ ТРУДА

В современных условиях хозяйствования конкурентоспособность и эффективность деятельности предприятий в значительной степени зависит от уровня их потенциала и его использования. Однако, даже если предприятие имеет достаточный производственный, инновационный, маркетинговый и инвестиционный потенциалы, ему не всегда удастся достичь поставленных целей. Это объясняется тем, что недостаточно используется управленческий потенциал, который необходимо рассматривать как основной рычаг влияния на эффективность деятельности предприятий.

Чтобы оценить формирование и использование управленческого потенциала и его влияние на эффективность деятельности предприятия, необходимо сначала выяснить его сущность. Категория «управленческий потенциал» сложная и неоднозначная.

Большинство исследований этой категории осуществляют представители психологических и социальных наук, обращая внимание на потенциальные возможности управленческих работников. В труде И. Ансоффа «Стратегическое управление» управленческий потенциал определяется как объем работы, с которым эффективно может справиться руководство. Однако не совсем понятно, каким должен быть объем работы и что входит в нее.

Японский менеджер А. Моримаса считает, что развитие управления зависит от творческого подхода к этому процессу. При этом способ управления определяется сочетанием идей, стратегии управления, политики с творчеством. А к основным составляющим управления А. Моримаса относит идею управления, творчество, лидерство и жизненность.

А. Егоров и Л. Никелин в труде «Пульсирующий менеджмент», исследуя потенциал управления, рассматривают зависимость его величины от знаний, квалификации и профессионализма персонала предприятия. Однако не учитывается влияние на формирование управленческого потенциала творческих возможностей и организационной способности руководителей. Этого мнения также придерживается В. Бовыкин.

Так, в своем труде «Новый менеджмент. Управление предприятиями на уровне высших стандартов» он утверждает, что для выживания организации в конкурентных условиях и достижение ее целей недостаточно наличия определенного потенциала, а необходимо направить его на обеспечение эффективной деятельности организации. Организация должна быть внутренне эффективной, то есть, рационально использовать такие виды ресурсов, как трудовые, материальные, финансовые, энергетические и тому подобное.

Управленческий потенциал предприятия является важнейшим внутренним ресурсом, который способен создавать новые конкурентные преимущества для предприятия и характеризует в совокупности уровень профессионально-квалификационного развития работников аппарата управления, их творческие возможности и организационную способность обеспечить управленческую деятельность.

Управленческий потенциал - это потенциальная способность управленческого персонала на принципах профессионализма оптимально применить профессионально-квалификационный, творческий потенциалы и организационную способность с целью достижения устойчивого и эффективного функционирования предприятия.

Такое определение потенциала имеет важный смысл, поскольку отражает не только влияние знаний, навыков, но и творческих возможностей и организационной способности руководителей на эффективность функционирования предприятия.

Поскольку направления управленческого потенциала на достижение эффективности функционирования предприятия зависит от профессионализма управленческого персонала, его компетентности, то рассмотрим подробнее их сущность. Профессионализм управленческой деятельности является главным условием эффективности. Суть профессионализации управления заключается в овладении руководителями глубокими профессиональными знаниями, практическими навыками управленческого мастерства, формировании готовности к эффективной и результативной управленческой деятельности, умении быстро и правильно ориентироваться в конкретной ситуации, прогнозировать развитие событий, планировать свою деятельность.

То есть все большее значение приобретают интеллектуальные и социально-психологические качества человека. Поэтому компетентность как признак профессионализма становится важной чертой современного управления.

Формирование и использование управленческого потенциала предприятий целесообразно рассматривать в тесной взаимосвязи, как две составляющие единой системы.

Так, использование управленческого потенциала предприятия - это постоянный процесс попадания обнаруженной: компетентностей руководства с целью достижения устойчивого и эффективного развития предприятия.

Формирование управленческого потенциала предприятия предполагает создание и совершенствование компетенций персонала для достижения шлей деятельности предприятия и успешного его функционирования. Формирование управленческого потенциала предприятия является важным направлением его стратегии. Оно предусматривает создание и совершенствование системы ресурсов и компетенций таким образом, чтобы результат их взаимодействия был фактором успеха в достижении целей деятельности предприятия.

Современные руководители должны обладать такими компетентностями:

1. Профессиональная, то есть наличие и способность к восприятию профессиональных знаний в сферах управления предприятиями, экономики, базовых знаний финансов, хозяйственного права и социальной психологии, навыков и умений выполнять управленческие функции.

2. Инновационно-интеллектуальная - это способность руководства к инновационному мышлению, принятию нестандартных, но эффективных решений и умение развивать творческие способности коллектива, чтобы получить уникальные инновационные идеи и материализовать их в производстве.

3. Социально-психологическая - это компетентность, которая дает возможность руководителю решать конкретные стратегические и тактические задачи, способность к восприятию, осмыслению и адекватной интерпретации информации, структурированию проблем, системному реагированию на вызовы внешней и внутренней сред, умение осуществлять аналитико-прогностическую деятельность, разрабатывать альтернативные решения и обосновать выбор наиболее эффективных и развивать ораторские, коммуникативные способности, умение работать «в команде», быть готовым к сотрудничеству и разрешению конфликтов.

Быстрые темпы изменений управленческих технологий, создание и внедрение инноваций в менеджменте, совершенствование информационных систем для управления предприятием и принятия управленческих решений требуют значительного внимания их руководства. Постоянная реакция на изменения, происходящие не только во внутреннем, но и во внешней среде, обуславливает необходимость пополнять знания руководителей, развивать способности и направлять их на то, чтобы обеспечить стабильное эффективное функционирование предприятия.

В этом направлении важную роль играет качественное повышение квалификации управленческого персонала как уровня знаний и практических навыков, необходимых для выполнения задач определенной сложности в конкретных производственных условиях.

Другой составляющей профессиональной компетентности является уровень профессионально-должностного развития управленческого персонала предприятия. Профессионально-должностное развитие персонала составляет содержание тех изменений, которые заметны, является необходимым и достаточным основанием для должностных перемещений, должностного движения управленческого персонала. Качественные изменения в профессионально-должностном развитии персонала отражаются в изменении статуса человека в организации и проявляются в форме его должностной карьеры.

Профессионально-должностное развитие персонала напрямую связано с профессиональным опытом человека, с его уровнем знаний, умений и навыков, которые он приобретает в течение трудовой деятельности. Профессиональный опыт человека является частью жизненного опыта, что всегда выступает важнейшей основой его профессиональных достижений. Следовательно, профессионально-квалификационный потенциал - это потенциальная способность руководителей применять профессиональную компетентность для интегрирования своих знаний, навыков в выполнении профессиональных обязанностей и создание условий на предприятии для совершенствования и развития компетенций персонала.

Профессиональное развитие компетентности персонала можно рассматривать на отдельных этапах кадровой работы предприятия. Так, потребность в персонале соответствующей профессиональной квалификации определяется на этапе планирования. Во время набора и отбора персонала специалисты отдела кадров должны оценивать уровень профессионализма кандидатов. Стоит учитывать то, что знания и умения персонала увеличиваются при наличии профес-

сионального опыта. Поэтому, стимулируя работников, руководство предприятия *должно* учитывать профессиональную компетентность, а в случае сокращения штатов - ставить задачу сохранить талантливых работников предприятия, обеспечить им надлежащую возможность реализовать себя.

Важной задачей руководства предприятия является создание благоприятных условий для развития их творческого потенциала, роста инновационно-интеллектуальной компетентности. Уровень креативности руководителя как составляющая инновационно-интеллектуальной компетентности является очень важным для бизнеса. Если возникают интересные и полезные для предприятия идеи, то со временем они превращаются в инновации. А инновации - залог развития предприятия и его эффективного функционирования.

Существует закон креативности, который заключается в том, что качество и уникальность идей на выходе напрямую зависит от качества и уникальности стимула на входе. В этом случае стимул - это любые новые события и впечатления. Поэтому для уникальных идей мало мозгового штурма, нужны новые впечатления, новые события. Каждый менеджер на предприятии должен постоянно стимулировать себя к поиску нового, ведь итогом будет не просто новая идея, которую скопируют конкуренты, а система, которая порождает поток идей, и которую скопировать уже значительно труднее.

При современных реалиях выжить может только то предприятие, которое за меньший промежуток времени выполняет большее количество заданий необходимого качества. Такой режим требует быстрого анализа и мгновенной реакции руководства предприятия. Это, с одной стороны, неплохо, поскольку предприятие будет работать на полную мощность. Однако такой режим делает невозможным генерирование новых идей. Во многих случаях новая идея вызывает мгновенную критику, поскольку в «скоростном режиме» нет времени на обдумывание и анализирование чего-то совсем нового и необычного. А за такую реакцию, в свою очередь исчезает желание думать над чем-то новым в дальнейшем.

Идеи должны быть реальными для воплощения. Чтобы воплотить их, управленцы должны иметь такую черту характера, как энергичность. Энергия нужна для того, чтобы не просто выполнять задания, а испытывать удовольствие от этого. Именно такой является поведение творческих людей, тем более, что действительно креативные люди умеют создавать соответствующую атмосферу и в деятельности предприятия. Это ощутимо сразу, ведь их энергия передается, и люди, которые ею вдохновляются, тоже хотят выполнять работу с удовольствием.

Задача, которая встает перед руководством предприятия, заключается в управлении этой энергией, содействии ее распространению для проявления и реализации творческих способностей коллектива. Проблема заключается в том, что руководители предприятий сталкиваются со своеобразными «энергетическими барьерами»: нестабильностью процесса инноваций (потеря энтузиазма, дефицит средств и времени, увольнение талантливых сотрудников); распределение изобретательства на функциональные этапы между разными подразделениями; большое количество людей, вдохновлять которых сложно. Чтобы пре-

одолеть эти барьеры, необходимо донести ценности предприятия к работникам. И только тот работник, который понимает и воспринимает ценности предприятия, сможет полностью отдать себя работе и быть действительно счастливым.

Гениальные идеи практически всегда создают люди, которые обладают мужеством для их воплощения. Поэтому смелые люди играют огромную роль в создании инноваций. Смелость - не врожденная характеристика. Она воспитывается, и в таком случае самое важное для каждого руководителя - найти себя и не только продуцировать идеи, но и активно реализовывать их. В основном именно нестандартные решения позволяют решить поставленные задачи максимально быстро, когда это является чрезвычайно необходимым.

За сегодняшних темпов развития бизнеса система генерирование идей является одним из ключевых факторов успеха, и победит своих конкурентов только то предприятие, руководители которого являются талантливими, инициативными и смелыми. Эффективное развитие предприятия и обеспечение его конкурентных преимуществ зависит в первую очередь от руководителей, которые являются частью команды счастливых и мотивированных людей с общими ценностями, которые способны работать на положительный результат.

В связи с этим творческий потенциал рассматривают как потенциальную способность руководства предприятия получать и использовать интеллектуально-инновационную компетентность для постановки и решения новых творческих задач, созданию условий на предприятиях для проявления этих творческих способностей и их реализации с целью достижения установленных целей.

Развитие творческого потенциала работников предприятия тесно связан с интуицией, которая позволяет находить оптимальные попытки решения проблем. Развитие творческого потенциала и стимулирование его использования становится основной предпосылкой успешной работы современных предприятий.

Определяющими для сегодняшнего дня становятся и изменения в характере управленческой деятельности руководителей предприятия, которые должны обладать организационной способностью, чтобы быть инициативными, коммуникабельными, работать в команде, уметь создавать благоприятный климат в коллективе, быстро воспринимать информацию и принимать эффективные управленческие решения, быть психологически выдержанными, готовыми к стрессовым ситуациям, а также уметь выходить из них. Так, В. Яцура отмечает, что «в сложной организационной ситуации вариантов выбора решений может быть много». Поэтому менеджер не может постичь и осмыслить результативность каждого из них и полагается на интуицию. При этом интуиция подсказывает правильный готовый ответ сразу же с первой мыслью. Следовательно, знания человеческого разума формируются не только в результате алгоритмизации процесса принятия решений, но и в результате скоротечной случайности.

Социально-психологическая компетентность, то есть глубинные личностные качества человека являются основой для овладения специальными знаниями, то есть обретение руководителями профессиональной и инновационно-интеллектуальной компетентностей. В социально-психологической компетентности выделяют уровни:



- развитой интуиции. Это умение схватить суть ситуации интуитивно и быстро видеть вглубь с учета реальных обстоятельств; умение принимать стратегические решения согласно своим ценностям; способность интуитивно находить правильные решения в условиях дефицита информации и времени;

- скорости восприятия информации и ее адаптации к конкретной ситуации, заключается в способности руководителя быстро воспринимать и реагировать на информацию, поступающую из внутренней и внешней среды, эффективно ее анализировать и оценивать, чтобы применить для обеспечения развития коллектива, достижения предусмотренных целей подразделения или предприятия и т. п.;

- коммуникабельности, т. е. умения работать с людьми, налаживать хорошие отношения в коллективе, а именно: влиять, убеждать, объяснять, выслушивать, вести за собой. Руководитель, формируя коммуникации в предприятии (подразделении), которое он возглавляет, должен признавать первичность человека как личности; учитывать не только внешние показатели труда (успешность, результативность), но и внутреннее состояние работника — постоянную специфическую мотивацию к эффективной работе, к постепенному саморазвитию. Такой подход к личности подчиненного требует от управленца высокого уровня социальной зрелости;

- готовности к сотрудничеству и разрешению конфликтов, заключается в способности руководителя к специально организованной работе с определения общих интересов и целей коллектива, возведение инцидентов к минимуму и, следовательно, разрешение конфликта через конфронтацию к сотрудничеству;

- способности создать благоприятный климат в коллективе. Умение руководителя отстаивать интересы всего коллектива и каждого из подчиненных - хорошее средство завоевания авторитета и объединение работников в единую группу. Доверчивость и недоверчивость - это важнейшие качества личности, от которых зависит благоприятный климата в коллективе. Излишняя, чрезмерная доверчивость отличает неопытных людей. им сложно стать хорошими руководителями. Но хуже всего - подозрительность ко всем, поскольку недоверчивость руководителя почти всегда порождает недоверчивость подчиненных. Проявляя недоверие к людям, человек почти всегда ограничивает возможность взаимопонимания, а значит, и эффективность коллективной деятельности. Поэтому, прежде всего, нужно верить в свои силы, доверять своим подчиненным, но, в то же время, контролировать выполнение поставленных перед ними задач.

Итак, организационная способность руководства связана с наличием и использованием социально-психологической компетентности (способности восприятия, осмысления и адекватной интерпретации информации, умение интуитивно принимать соответствующие решения в условиях дефицита информации, времени и наличия ораторских, коммуникативных способностей, умения работать «в команде», готовности к сотрудничеству и разрешению конфликтов), которые способствуют полной реализации потенциальных возможностей руководства с целью эффективного управления предприятиями. Поэтому приобрести организаторской способности довольно сложно, поскольку невозможно всесторонне объяснить, как развивать интуицию, как достичь определенного уровня

коммуникабельности, как стать волевым, как верить в свои силы и создать благоприятный климат в организации.

Такую социально-психологическую компетентность можно продемонстрировать только личным примером - собственным поведением. Однако для этого необходимо достичь определенной степени социальной и личностной зрелости.

То есть мы можем утверждать, что управленческий потенциал представляет собой сумму отдельных функциональных потенциалов качеств руководителя, реализуемой в профессиональной деятельности управленцем. В.И. Марков, включает следующий набор управленческих функций, формирующих управленческий потенциал: приобретения знаний; организации; планирования; координации; взаимодействия с окружающими; прогноза; контроля; анализа; мотивации; работы с документами.

Мы можем дать свое определение управленческого потенциала, под которым будем понимать совокупность объединённых в систему естественных и приобретённых качеств руководителя-управленца, определяющих способность выполнять свои обязанности на заданном уровне и управлять коллективом для реализации успешной и эффективной профессиональной деятельности. Из определения следует, что управленческий потенциал представляет собой интегральное понятие, включающее в себя различные составляющие, способных принимать управленческие решения.

Следует отметить, что управленческий потенциал проявляется в системе отношений индивида к окружающей среде и к самому себе. В связи с этим формирование управленческого потенциала можно рассматривать с точки зрения личностно-деятельностного подхода. С этой позиции управленческий потенциал представляет собой непрерывный процесс целенаправленного прогрессивного изменения под влиянием социальных воздействий и собственной активности личности будущего руководителя в самосовершенствовании и самореализации. Следует отметить, что для использования потенциала управленца необходимы простые вещи – ставить амбициозные личные цели и действовать, чему нужно учить современную молодежь еще в рамках обучения в вузе.

В связи с этим важно определить, какая группа критериев управленческого потенциала наиболее слаба, и развивать их. Поэтому уровень сформированности потенциала можно проверить, оценить, используя внешние инструменты – конкурс, оценку и др.

Управленческий потенциал не всегда проявляется и раскрывается на рабочем месте. Нужна некая кризисная ситуация, которую, в частности, может создать конкурс. Должно возникнуть определенное стремление человека выиграть, получить приз. Однако, важно учесть и тот фактор, что не все управленцы заявляют о своем

желании участвовать в конкурсе. Для некоторых приоритетным является желание доказать близким или же самому себе, что «я могу».

Среди таких людей на конкурс попадают те, кто воспринимает конкурс как тренинг для развития личных способностей, навыков, умений, потенциала.

Таким образом, потенциал, выявленный в ходе сложившейся ситуации - конкурса или другого специально либо не специально организованного мероприятия - не всегда реализуется в жизни, что связано с личной мотивацией и амбициями. Реализации управленческого потенциала могут мешать страхи, заниженная самооценка или, в том числе, собственная лень, которой иногда люди прикрываются, чтобы оправдать свое нежелание двигаться вперед и развиваться.

Формирование управленческого потенциала можно рассматривать также с точки зрения педагогического проектирования содержания образования как развитие личности руководителя в профессиональной и управленческой деятельности, направленное на формирование устойчивых положительных мотивов данной деятельности, социально значимых и профессионально важных качеств личности руководителя, готовности к постоянному личностному и профессиональному росту в качестве управленца, нахождения оптимальных приёмов и способов управления в соответствии с индивидуально-психологическими особенностями личности специалиста.

В связи с этим управленческий потенциал нас интересует в процессе подготовки будущих специалистов в области управления – потенциальных руководителей в своей сфере деятельности.

Управленческий потенциал имеет следующие стадии: профессиональная ориентация в качестве руководителя, профессиональная подготовка будущего руководителя, управленческая деятельность в рамках профессиональной деятельности менеджера. Формирование управленческого потенциала следует начинать уже в процессе подготовки бакалавров-менеджеров.

При рассмотрении структуры управленческого потенциала мы придерживаемся точки зрения, предложенной такими исследователями, как Н.Э. Пфейфер, Л.Гущина и выделяем следующие структурные компоненты управленческого потенциала студента, как гностический, аксиологический, рефлексивный и психолого-педагогический, которые являются важной составляющей схемы управленческого потенциала студентов, наряду с моделью руководителя с определенным набором качеств, а также с умением принимать управленческие решения. Данные составляющие тесно взаимосвязаны между собой и их необходимо учитывать при формировании управленческого потенциала студентов в процессе их профессиональной подготовки.

В процессе формирования управленческого потенциала, проявляющегося в таких компонентах, как гностический, аксиологический, рефлексивный и психолого-педагогический, происходит формирование у студентов определенных качеств

руководителя и умения принимать управленческие решения, что необходимо ему для эффективной управленческой деятельности.

Формирование управленческого потенциала следует рассматривать как динамический и непрерывный процесс, развивающийся во времени, то есть процесс от формирования управленческих умений и лидерских качеств до полной реализации себя в творческой инженерной деятельности, включающей и управленческую деятельность.

Управленческий потенциал будущего менеджера представляет собой качественную характеристику личности, проявляющуюся в единстве личностного, профессионального, коммуникативного, организационно-управленческого качеств, формирующих модель руководителя.

Формирование управленческого потенциала предполагает использование совокупности развёрнутых во времени приёмов социального воздействия на личность, её включение в различные ситуации и проявления управленческой деятельности, имеющие целью сформировать систему определённых личностно и профессионально важных качеств будущего руководителя, форм поведения и индивидуальных способов осуществления управленческой деятельности.

Таким образом, управленческий потенциал представляет собой определённую степень овладения специалистом опытом управления, степень совершенства его использования в управленческой деятельности как руководителя и силу стремления к непрерывному ее совершенствованию, то есть рассматривая понятие управленческого потенциала важно учитывать отношение будущего специалиста к своей деятельности, понимание ее сути, своей роли и своего места в управлении процессом предприятия, характер управленческой подготовки, стиль управленческой деятельности, общения, поведения, отношение к самосовершенствованию.

Будущий менеджер, в первую очередь, должен сочетать широкую фундаментальную и практическую подготовку, однако при этом должен владеть основами управленческой деятельности в пределах общей управленческой деятельности, непрерывно пополнять знания в области управления, уметь на практике применять принципы управления и организации своей управленческой деятельности, владеть инструментарием и методами работы руководителя, соответствующего требованиям современной экономики.

Формирование и удержание конкурентных преимуществ менеджеров в компаниях малого и среднего бизнеса сегодня является приоритетной задачей инновационной экономики и современного рынка труда.

По данным ведущих статистических сайтов, компаний и организаций, а также по данным последних социологических опросов Российского института директоров и Российского союза промышленников и предпринимателей (РСП), конкурентоспособность современных менеджеров, выходящих из стен высших образовательных учреждений, остается неустойчивой и имеет отрицательную динамику во многих отраслях [68].

Сложившаяся ситуация потребовала от вузов, рынка труда и реального сектора экономики разрешения данной проблемы.

Очевидной, на наш взгляд, является необходимость:

1) в установлении общепризнанного понимания конкурентоустойчивости менеджера как определенного уровня проявленной профессиональной компетентности и переходного этапа от конкурентоспособности;

2) в установлении системного воздействия на конкурентоустойчивость менеджера через раскрытие связи между такими категориями, как «профессиональная компетентность», «конкурентоориентированность», «конкурентоспособность», «конкурентоустойчивость»;

3) в установлении смысловых и циклических связей между данными понятиями;

Для решения этих задач мы, в первую очередь, установили связь между всеми рассматриваемыми понятиями и процессами и определили их взаимодействие в виде механизма (рисунок 7).

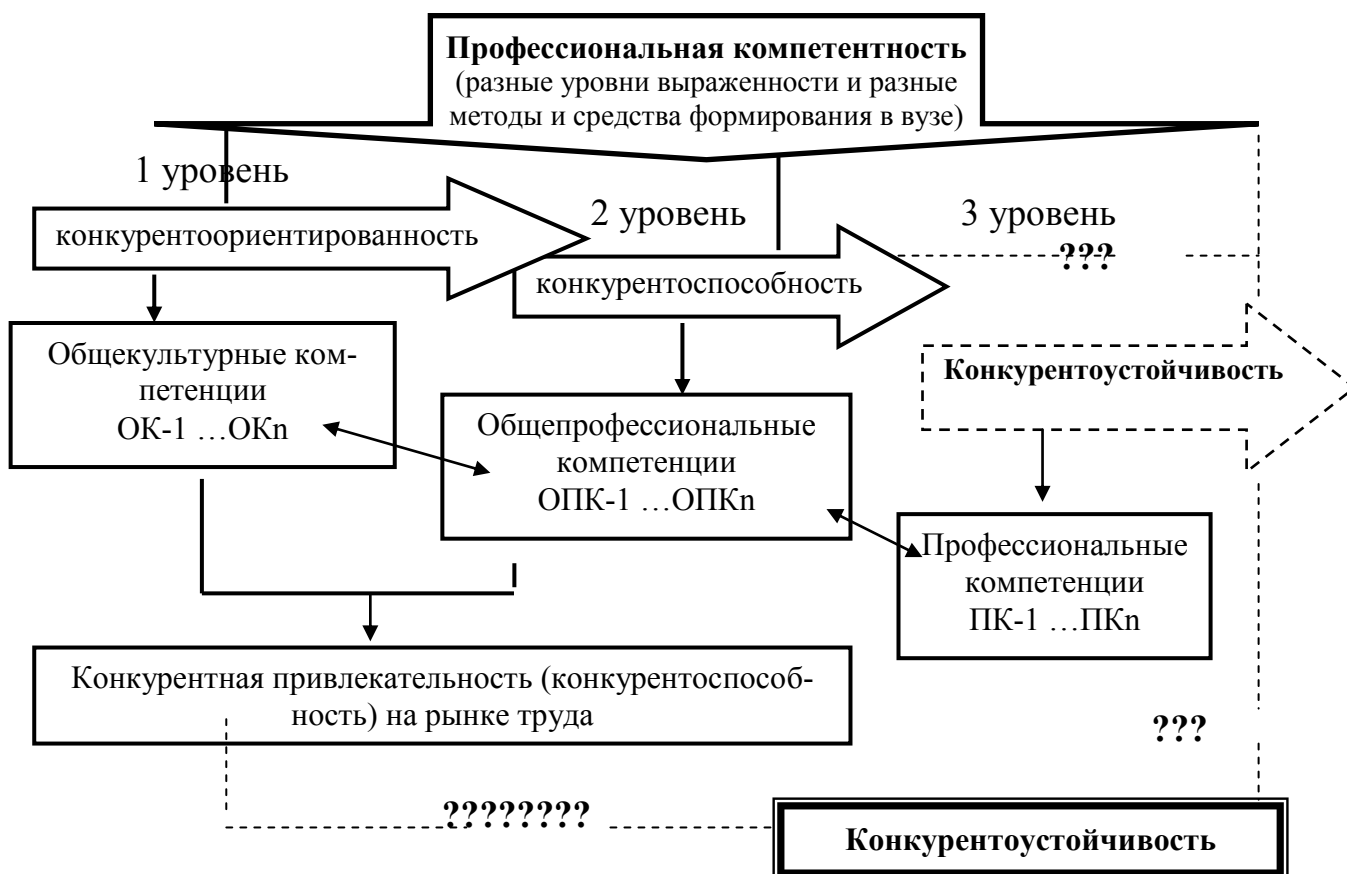


Рисунок 7 – Механизм взаимодействия профессиональной компетентности, конкурентоориентированности, конкурентоспособности, конкурентоустойчивости

Профессиональная компетентность является основой формирования конкурентоустойчивости, а конкурентоориентированность – ее первым уровнем.

Поскольку эффективность любого процесса напрямую зависит от степени включения субъектов и их заинтересованности в происходящем, перед развити-

ем в студентах конкурентоспособности необходимо заинтересовать учащихся в этом развитии, побудить в них личные мотивы к действию, то есть конкурентоориентировать их [41,42,43].

В данном случае мы, вслед за С.Д. Резник, Е.С. Коноваловой, А.А. Соцловой, под конкурентоориентированностью понимаем особую направленность мышления студента, в том числе менеджера, на необходимость постоянной борьбы за собственное выживание в современном мире во всех его ситуациях и овладение технологией такой борьбы [42].

Однако конкурентоориентированность, как первый уровень конкурентоустойчивости, также сложно сформировать, как и последующие этапы конкурентоустойчивости.

Конкурентоориентированность, как уже отмечалось, связывают с особой направленностью мышления, то есть с определенными ценностями, мотивами, которые и определяют ориентиры студентов на первых порах обучения.

Однако у современных выпускников - менеджеров нет устойчивых жизненных ориентиров, они зачастую мыслят не категориями дальнейшего эффективного трудоустройства по специальности, а интересами краткосрочной потребности в получении зачетов, экзаменов и диплома о высшем образовании [41].

Более того, данный этап обучения характеризуется тем, что студенты изучают базовый гуманитарный, социальный, экономический, математический, естественнонаучный циклы. И на этом этапе у них в основном формируются все общекультурные компетенции, которые в частичной совокупности с общепрофессиональными, обеспечивают студенту лишь социально-профессиональную мобильность.

Профессиональные компетенции формируются значительно позже на последующих этапах обучения.

Социально-профессиональная мобильность, как видно из рисунка, является лишь началом этапа конкурентоориентирования, переходным звеном к конкурентоспособности.

Мы видим, что конкурентоориентированность предшествует в развитии менеджера формированию его конкурентоспособности. Однако самому процессу конкурентоориентированности в вузах уделяется очень мало времени. А в науке до настоящего времени практически не исследовались проблемы управления конкурентоориентированием менеджеров как образовательным процессом и процессом комплексного воздействия через все элементы системы конкурентоориентирования: вузов, предприятий-работодателей, родителей студентов. Хотя очевидно, что процесс конкурентоориентирования представляет собой комплексное воздействие на личность студента вуза, предприятий-работодателей и родителей через ряд взаимоувязанных мероприятий [41,42,43].

Все эти пробелы со стороны вузов приводят к тому, что от 60 до 80 % выпускников - менеджеров слабо владеют профессиональными навыками, демонстрируют низкий уровень профессиональной компетентности и, как правило, в дальнейшем не желают работать по профессии.

По опросам работодателей, три четверти таких выпускников университетов нуждаются в переобучении. По данным научно-исследовательского университета высшей школы экономики (НИУ ВШЭ), руководители российских предприятий и организаций ежегодно тратят на эти цели порядка 500 млрд. рублей, или 85% от государственного бюджета на образование. [41].

При анализе направленности мышления студентов на необходимость постоянной конкуренции в борьбе за успех и продвижение во всех сферах жизнедеятельности установлено, что 54,43% студентов-менеджеров считают, что конкуренция не является важной; 36% больше думают о саморазвитии, чем о конкуренции, и только 9,57% студентов-менеджеров считают конкуренцию необходимой во всех сферах жизни. В такой ситуации, очевидно, что современные выпускники-менеджеры не могут быть охарактеризованы как конкурентоориентированные [41,42].

Соответственно, говорить о более высоком уровне проявления профессиональной компетентности, способствующей формированию конкурентоустойчивости, нельзя без понимания важности первого этапа. Высшие учебные заведения являются ключевым звеном в этом процессе, поскольку именно вуз непосредственно влияет на развитие личности менеджера и осуществляет взаимодействие с предприятиями-работодателями.

Возвращаясь к механизму взаимодействия понятий и процессов формирования конкурентоустойчивости (рисунок 1), мы отмечаем, что вторым уровнем формирования конкурентоустойчивости является конкурентоспособность.

Конкурентоспособность, как видно из рисунка 7, тоже взаимодействует с профессиональной компетентностью как часть и целое. Профессиональная компетентность обеспечивает профессиональную успешность, социально-профессиональную мобильность и конкурентоспособность.

Более того, конкурентоспособность рассматривается как более высокий (по сравнению с конкурентоориентированностью) уровень развития профессиональной компетентности.

Данный этап обучения характеризуется тем, что студенты-менеджеры уже старших курсов изучают базовый профессиональный цикл. И на этом этапе у них формируются общепрофессиональные компетенции, которые обеспечивают им по-прежнему лишь социально-профессиональную мобильность, но при этом более четко в рамках образовательного процесса формируются ценности, цели, мотивы, то есть осуществляется завершающий этап конкурентоориентированности и переход к конкурентоспособности.

Итак, мы установили, что конкурентоспособность как общая профессиональная характеристика – это социально-ориентированная система способностей, свойств и качеств личности, характеризующая ее потенциальные возможности в достижении успеха (в учебе, профессиональной и вне профессиональной жизнедеятельности), определяющая адекватное индивидуальное поведение в динамически изменяющихся условиях, обеспечивающая внутреннюю уверенность в себе, гармонию с собой и окружающим миром.

Конкурентоспособность студента – это умение студента определить, быстро и эффективно использовать в конкурентной борьбе свои преимущества и особые личностные качества.

Конкурентоспособность выпускников – это профессиональное и личностное качество, которое даёт выпускникам преимущество перед другими кандидатами при приеме на работу и осуществлении своей профессиональной деятельности.

Конкурентоспособность вуза – это показатель качества вузовской подготовки и возможность реализации профессиональных и личностных качеств выпускника вуза в интересах современного производства (организации, учреждения).

Конкурентоспособный специалист – это выпускник, владеющий творческой активностью, новейшими технологиями, способный обеспечить высокое качество быстро меняющейся по своим характеристикам и технологически всё более сложной продукции, стремящийся к совершенствованию и расширению своих знаний, умений, способностей постоянно учиться. Конкурентоспособность менеджера – это интегративное профессионально-личностное качество в совокупности когнитивного, деятельностного, профессионально-личностного компонентов, отражающее уровень развития профессиональной компетентности, соответствующий требованиям рынка труда и позволяющий претендовать на занятие вакансии и успешную деятельность в сфере управления.

Таким образом, конкурентоспособность является результатом конкурентоориентированности и основополагающим этапом при переходе к третьему уровню развития профессиональной компетентности – конкурентоустойчивости. При этом совокупность конкурентоориентированности и конкурентоспособности как профессиональной характеристики выпускника-менеджера обеспечивает ему конкурентную привлекательность (конкурентоспособность) на рынке труда.

Конкурентная привлекательность – это выраженные конкурентные преимущества на рынке труда по отношению к подобным претендентам (конкурентам). Конкурентоспособность менеджеров на рынке труда – это соответствие менеджеров требованиям рынка, совокупность характеристик, определяющая позиции конкретного менеджера или отдельных групп менеджеров на рынке труда, позволяющая им претендовать на занятие определенных вакансий.

Наиболее сложным и важным в этом механизме (рисунок 7) нам представляется переход на третий уровень развития профессиональной компетентности – конкурентоустойчивости – и как результату формирования профессиональной компетентности и как результату процесса профессионального обучения менеджера в вузе в его пролонгированном выражении.

Сложность перехода к этому уровню заключается в том, что:

- 1) не существует четких методик перехода от конкурентоспособности к конкурентоустойчивости в рамках образовательного процесса менеджеров в вузе;
- 2) не существует четких механизмов формирования конкурентоустойчивости как системного процесса;



3) не существует четкого сформулированного понятия на рынке труда (потенциального работодателя), в чем заключается суть и содержание конкурентоустойчивости менеджера в его профессиональной деятельности и профессиональном развитии для успешной реализации в компаниях современного бизнеса;

4) не существует четкой системы перехода с одного уровня развития профессиональной компетентности к другому и доказанного характера циклической взаимосвязи данных процессов.

Все нами перечисленные организационно-методические трудности показаны в рисунке 7 пунктирными линиями, что доказывает лишь условную и возможную связь конкурентоустойчивости с конкурентоориентированностью и конкурентоспособностью.

Для того, чтобы обосновать эти связи и доказать их цикличность, мы сформулировали определение конкурентоустойчивости. Для этого мы проанализировали все уже существующие определения данного феномена и связали его, в первую очередь, с конкурентоустойчивостью вуза, которую глубоко исследует в своих трудах С.А. Мохначев [29].

Конкурентоустойчивость вуза – это способность вуза сформировать и использовать в долгосрочной перспективе совокупный потенциал, обеспечивающий вузу устойчивое рыночное положение, реализацию его приоритетных целей, партнерское сотрудничество и экономические преимущества по сравнению с другими вузами на избранном им рынке [29]. Именно вуз является основой конкурентоориентированности, конкурентоспособности и конкурентоустойчивости менеджера. Соответственно, конкурентоустойчивость менеджера – это способность и готовность менеджера поддерживать уровень профессиональной компетентности, позволяющей сохранять свой уровень конкурентоспособности, позволяющий превосходить потенциальных и реальных соперников на рынке труда.

Данный этап обучения характеризуется тем, что студенты-менеджеры выпускных курсов изучают профессиональный цикл дисциплин, выходят на производственную практику, выполняют курсовые исследования и дипломное проектирование.

На этом этапе у них завершается формирование профессиональных компетенций, которые и должны помочь обеспечить им конкурентоустойчивость, исходя из сложившихся уровней конкурентоориентированности и конкурентоспособности. Но этот процесс носит очень условный и неотработанный характер.

Мы видим, что на конкурентоустойчивость менеджера можно посмотреть и как на результат формирования профессиональной компетентности (высший уровень) и как на процесс, состоящий из этапов.

Во втором случае конкурентоустойчивость включает в себя два этапа:

1) формирование конкурентоориентированности;

2) формирование конкурентоспособности, которые в своей совокупности и последовательности проявления приводят менеджера к постоянному удержанию конкурентных профессиональных преимуществ (рисунок 8).

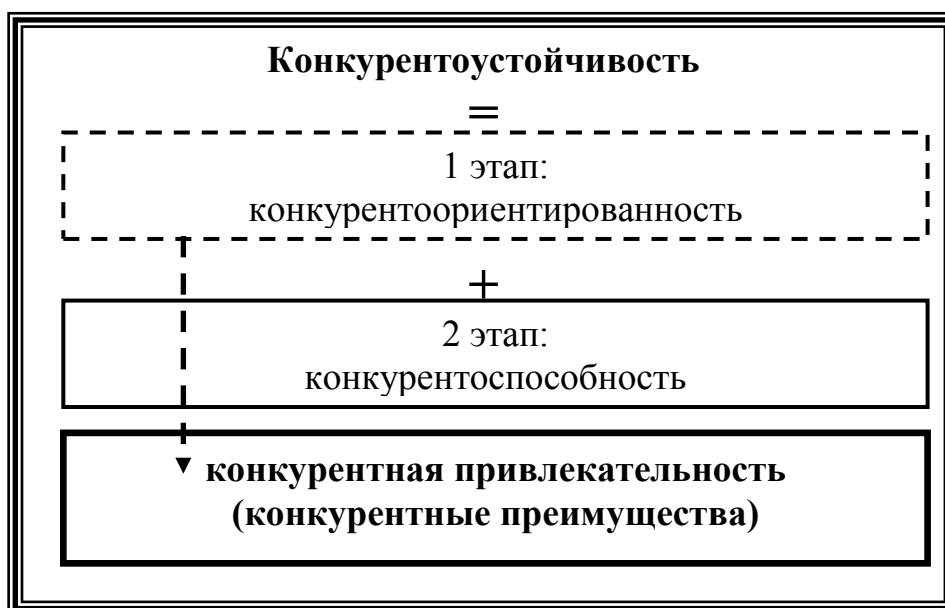


Рисунок 8 - Этапы конкурентоустойчивости как процесса

Процессность данного явления нам, в первую очередь, видится в том, что конкурентные преимущества или конкурентная привлекательность – это непостоянные качества и характеристики менеджера.

Они не могут быть сформированы по принципу «раз и навсегда», так как они меняются адекватно всем переменам, инновациям и изменениям, происходящим на рынке труда и под воздействием новых требований экономики.

Конкурентоориентированность в этом процессе с течением времени играет ведущее, но не основное значение, поэтому в схеме мы ее выделяем пунктиром. Однако, подчеркиваем, что конкурентоориентированный менеджер тоже имеет определенную привлекательность для рынка труда, так как имеет ценностные ориентиры и представления о будущем месте работы, поэтому пунктирной стрелочкой мы показываем эту возможную связь.

Лишь в совокупности с конкурентоспособностью конкурентоориентированность обеспечивает абсолютную привлекательность менеджера как кадровый ресурс на рынке труда.

При этом конкурентоспособность в совокупности данного процесса имеет большее значение для менеджера, так как ориентиры позволяют ему лишь отслеживать актуальные направления и изменения рынка, а конкурентоспособность гарантирует ему возможность, способность и готовность к конкурентным отношениям и демонстрации своих профессиональных преимуществ, выраженных в уровне профессиональной компетентности.

Связь конкурентоустойчивости менеджера на рынке труда при выходе из вуза соотносится, в первую очередь, с запросами экономики и требованиями реального сектора бизнеса, поэтому в рамках образовательного процесса вуза конкурентоустойчивость только начинает свое формирование, продолжение же его переходит в задачи современных организаций.

То есть развитие кадрового потенциала и конкурентной устойчивости персонала переходит в образовательную деятельность компаний, которые занима-

ются корпоративной подготовкой специалистов в формате повышения квалификации или переподготовки.

Соответственно, конкурентоустойчивость, с точки зрения процессного подхода, по своей сути является цикличным, повторяющимся процессом. Основная часть процесса формирования конкурентоустойчивости происходит в послевузовский период, когда менеджер-выпускник, обладающий лишь конкурентоориентированностью и конкурентоспособностью, начинает осуществлять реальную профессиональную деятельность.

Именно на этом этапе менеджер наиболее остро начинает осознавать, какие компетенции сформированы в нем слабо, недостаточно или не сформированы совсем.

В этот период профессиональной адаптации с менеджерами работают специалисты по развитию персонала.

Они занимаются их корпоративным обучением, в процессе которого развивается способность и готовность менеджера поддерживать уровень своей профессиональной компетентности (сформированной в вузе), позволяющей сохранять свой уровень конкурентоспособности (на конкретном рабочем месте), позволяющий превосходить потенциальных и реальных соперников в данной компании, то есть их конкурентоустойчивость.

Данная связь взаимодействия вуза и рынка труда в лице компаний реального сектора бизнеса по формированию конкурентоустойчивости представлена на рисунке 9.

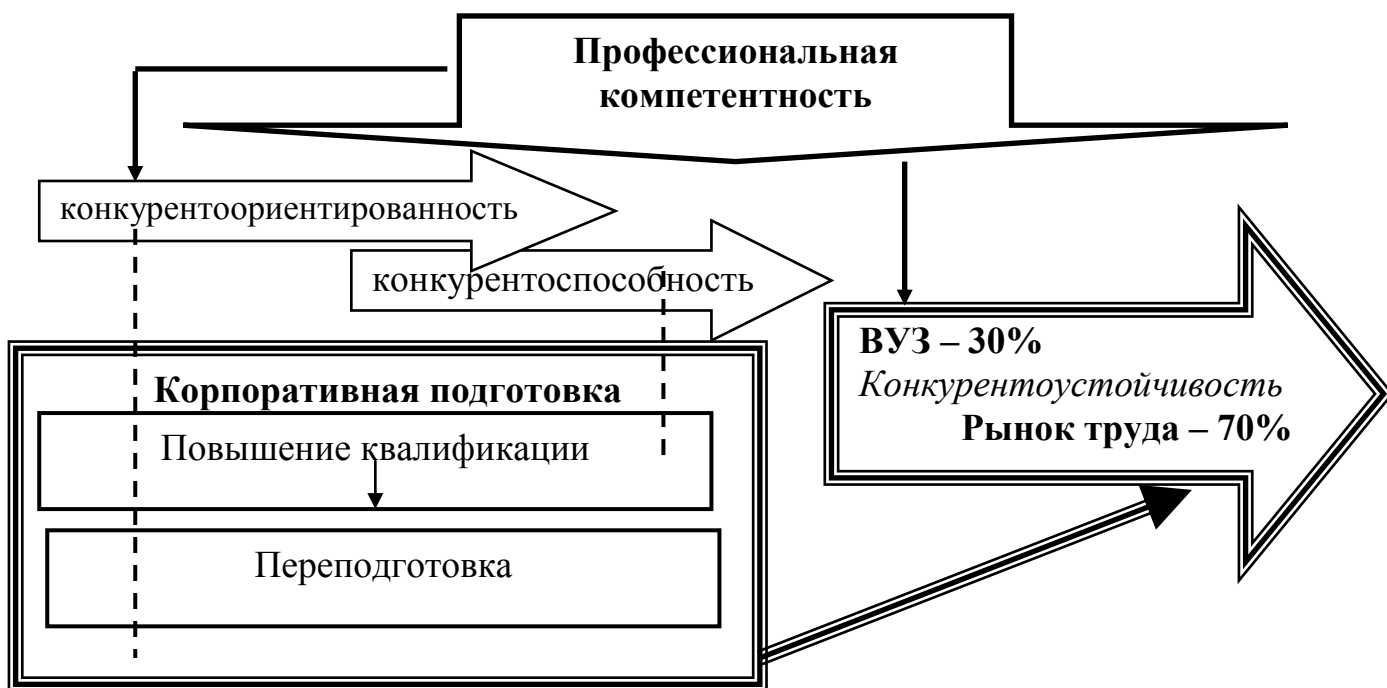


Рисунок 9 – Связь конкурентоустойчивости с возможностями вуза и запросами экономики и требованиями реального сектора бизнеса

Следовательно, из представленного рисунка мы видим, что на 70% в процессе формирования конкурентоустойчивости менеджеров задействованы внутрифирменные технологии подготовки специалистов.

Эти технологии корпоративного развития кадров включают в себя переподготовку и повышение квалификации действующих специалистов (менеджеров).

ВУЗам отводится на формирование конкурентоустойчивости не более 30%, так как при переходе на многоуровневую систему образования (бакалавр - магистр) менеджер-бакалавр не успевает сформировать компетенции, предусмотренные новым образовательным стандартом до уровня конкурентоустойчивости.

Современная система высшего профессионального образования формирует в менеджерах компетенции и компетентность до уровня конкурентоориентированности и конкурентоспособности.

Эти процессы на сегодняшний день имеют четко отработанные модели и механизмы, поэтому их связь показана в виде жирных стрелок.

Однако, как мы отмечали ранее, менеджер, имеющий ориентиры и способность к конкурентной борьбе, переходя к реальной профессиональной деятельности, испытывает затруднения при решении многих вопросов и нуждается в дополнительном внутрифирменном обучении.

Поэтому, менеджер, который при выпуске из вуза сохраняет только конкурентоориентированность, нуждается как в повышении квалификации, так и в переподготовке, то есть является более затратным сотрудником для компании.

Менеджер, имеющий на выходе из вуза уровень профессиональной компетентности, обеспечивающий ему конкурентоспособность, нуждается лишь в повышении квалификации по отдельным направлениям, актуальным для конкретной фирмы. Эту зависимость мы отразили пунктирной линией в рисунке 9.

Мы видим, таким образом, что конкурентоустойчивость обеспечивается менеджерам именно в послевузовский период и дает большой результат в формировании конкурентоустойчивости (эту связь мы отметили большой жирной стрелкой в схеме).

В то же время, из рисунка 9 мы видим, что не менее 30% отводится вузам для формирования конкурентоустойчивости менеджеров. Этот факт обусловлен тем, что взаимодействие профессионального образования с рынком труда и социальными партнерами является сегодня обязательным условием конкурентоустойчивости вуза.

Соответственно, вуз может положить начало этапа формирования конкурентоустойчивости менеджеров на рынке труда.

С точки зрения процессного подхода, формирование конкурентоустойчивости менеджера в вузе может быть представлено следующим образом (рисунок 10).



Рисунок 10 – Процесс формирования конкурентоустойчивости менеджеров в вузе на разных этапах профессионального обучения

Из рисунка 10 мы видим, что на первом году обучения в вузе у менеджера формируются общекультурные и часть общепрофессиональных компетенций (этап конкурентоориентированности), которые закрепляются и развиваются в процессе прохождения проориентационных работ, введения в специальность. Это такие формы обучения, результатом освоения которых является способность к конкурентной борьбе и определению ценностно-смысловых профессиональных мотивов выбора будущей профессии.

На следующем этапе (конкурентоспособности) у студентов в течение второго и третьего года обучения формируются общепрофессиональные и часть профессиональных компетенций, которые закрепляются и развиваются в таких формах обучения, как: лекционные и семинарские занятия по профессиональным циклам дисциплин, в ходе выполнения заданий на производственных практиках и курсовых проектах.

Результатом освоения таких форм становится готовность менеджеров к конкурентной борьбе и профессиональному состязанию между претендентами на ключевые вакансии в компаниях.

На третьем этапе (формирование конкурентоустойчивости) обучения – выпускного курса – происходит интеграция конкурентоориентированности и конкурентоспособности, которая и обеспечивает начальный этап формирова-

ния конкурентоустойчивости менеджера в вузе, то есть его способность и готовность как сложившегося специалиста удерживать конкурентные преимущества, позволяющих превосходить потенциальных соперников.

Итак, мы видим, что конкурентоустойчивость менеджера начинает формироваться еще на этапе конкурентоориентированности, затем переходит в этап формирования конкурентоспособности и заканчивает в рамках вузовской профессиональной подготовки на уровне начальной сформированности, которую продолжают работодатели, рынок труда в рамках корпоративной подготовки и развития персонала.

Цикличность этих процессов может быть представлена и интерпретирована по-разному. Мы видим два варианта.

Вариант первый: взаимодействие высшего профессионального образования с рынком труда и с социальными партнерами носит циклический характер, обусловленный процессами в обществе, государстве, формированием новых потребностей и установок (рисунок 11).

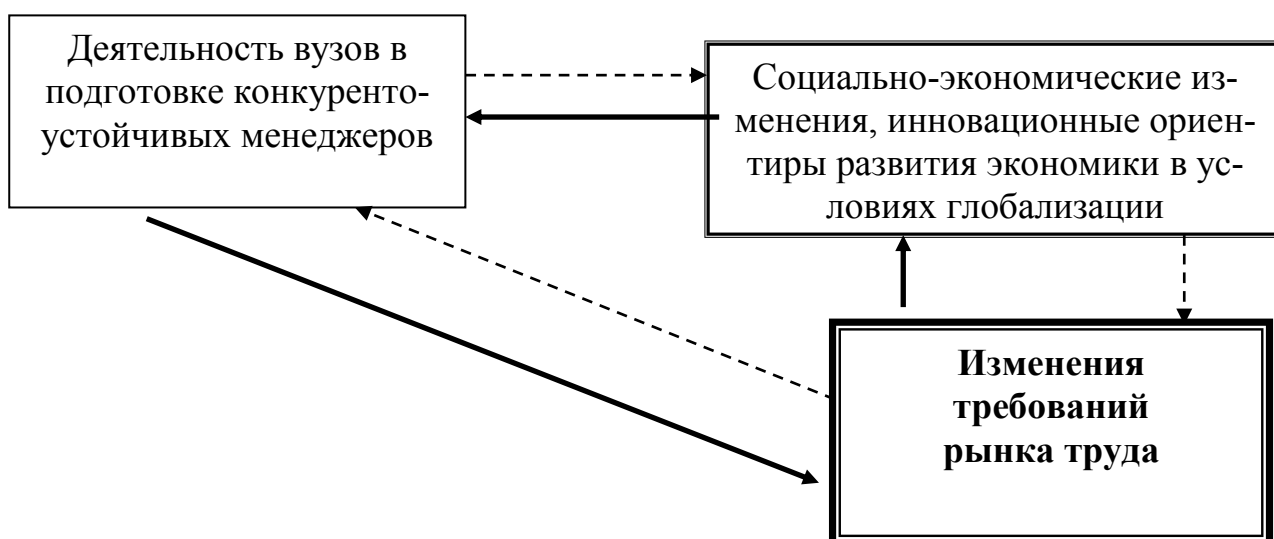


Рисунок 11 – Цикл формирования конкурентоустойчивости менеджеров в вузе с учетом изменений на рынке труда

Из схемы видно, что цикличность обусловлена изменениями трехстороннего порядка, в котором инициатором перемен могут выступать работодатели, рынок труда, новые условия экономического развития, потребности личности.

Конкурентоустойчивость в этом случае будет обозначать соответствие новым требованиям и ожиданиям всем субъектам данного процесса. Процесс взаимодействия мы отразили направлениями основных стрелок.

Однако возможны влияния и социально-экономических перемен в условиях глобализации, в которых тенденции мирового рынка могут оказать воздействия на национальный и региональный рынок труда. Этот вариант воздействия мы отразили в виде пунктирных стрелок.

В том и в другом случае взаимодействия вузы как социальный институт продолжают нести сопутствующую нагрузку и сохраняются в данном процессе как обязательный элемент взаимодействия. Роль вузов остается очевидной.

Тем не менее, несмотря на условно равное влияние всех субъектов на процесс формирования конкурентоустойчивости, в данном случае очевиден приоритет рынка труда в этом трехстороннем взаимодействии. Обоснованием такого утверждения станут следующие аргументы.

Рынок труда, прежде всего, является механизмом согласования интересов лиц, работающих по найму, и работодателей [26].

Кроме того, на рынке труда проявляются интересы государства, обусловленные необходимостью управления социальными отношениями. В настоящее время на рынке труда наблюдается повышенная потребность в специалистах по управлению организацией – профессиональных менеджерах [58,65,66].

Деятельность этих специалистов должна быть экономически эффективна – способствовать экономическому росту Российской Федерации и конкретной организации. С другой стороны она должна быть социально эффективна – способствовать сохранению и развитию главного ресурса и конкурентного преимущества организаций и государств XXI века «человеческого капитала», уровня его знаний, культуры, информационной оснащённости и т.п. [32,33]

Основой анализа рынка труда менеджеров является установление спроса на менеджеров как квалифицированную рабочую силу и ее предложения. Согласно классической теории пересечения кривых спроса отраслей экономики, конкретных организаций и предприятий и предложения на рынке определяет цену труда (уровень заработной платы), количество занятых [5].

Структура рынка труда менеджеров характеризуется соотношением профессионально-квалификационных и социальных групп (специализация и уровень менеджмента), по которым анализируется спрос и предложение. Сегментация рынка труда менеджеров является важнейшей характеристикой его структуры, определяющей разделение менеджерских мест на относительно устойчивые сектора (по отраслям экономики), ограничивающих мобильность менеджеров.

Принято выделять первичные и вторичные рынки труда. Первичный рынок труда менеджеров формируется наиболее привлекательными видами управленческих работ, т.е. такими, которые обеспечивают стабильность занятости, высокий уровень оплаты, возможности профессионального роста. Вторичный рынок труда менеджеров, наоборот, - работами, где нет гарантии занятости, низок уровень оплаты, ограничены перспективы профессионального роста [19].

Выделение первичного и вторичного рынков обусловлено, прежде всего, различиями в квалификации менеджеров, организационном и техническом уровне предприятий.

Существенную роль играет также дискриминация по полу, возрасту, социальному положению и другим признакам. В географических моделях сегментации рынка труда менеджеров первичный рынок обычно представляется ядром, а вторичный - периферией, т.е. расположенными вокруг ядра кольцами, харак-

теризующими уровни стабильности условий получения работы менеджера [15, 16].

Национальные рынки труда менеджеров формируются под влиянием традиций, уровней технологического развития, качества трудовой жизни и других факторов [30,44,45]. Проанализируем по данным Федеральной службы статистики среднегодовую численность занятых по отраслям экономики по годам, в частности в управлении с высшим образованием.

В 2009 году численность управленческих работников составила 1893 тыс. чел., что составляет 2,2% от численности населения в трудоспособном возрасте. К 2014 году количество управленцев возрастает до 3211 тыс. чел. (3,5%).

По прогнозу специалистов к 2017 году потребность организаций в менеджерах будет незначительно колебаться от 3,4% в 2016 году до 3,6% в 2017 году.

Прогноз по планируемой потребности в менеджерах уже к 2016 году показывает перенасыщение рынка труда данными специалистами. Актуализируется проблема недостатка отраслевых менеджеров, так как профессиональную подготовку менеджеров осуществляют в основном технические и экономические вузы.

Этот дисбаланс спроса и предложения на рынке труда является одним из факторов, способствующих постоянному воспроизводству спроса на образовательные услуги.

Идеальный вариант, когда субъектами спроса становятся: государство (образовательный заказ с последующим распределением), работодатели - организации и предприниматели (целевая подготовка), работники организаций и молодежь, не имеющая профессии.

Основными субъектами предложения образовательных услуг выступают учреждения высшего профессионального образования.

Рынок труда менеджеров и рынок образовательных услуг как системы упорядоченных взаимоотношений между агентами спроса и предложения являются неотъемлемой частью экономического пространства и естественным образом зависят от динамики его развития и изменений в структуре [10,20,21].

Региональная образовательная ситуация по подготовке менеджеров до сих пор остается недостаточно определенной, так как социальный заказ на менеджеров не сложился как четкая модель взаимодействия.

Работодатели не заказывают подготовку профессиональных управляющих для рыночных условий деятельности и не освобождают для них вакансий (впрочем, как и не создают), доверяя «своим» управленческим кадрам. Студенты, обучаясь по направлению менеджмента, не ощущают в себе потребности на рынке труда как в специалистах, и, соответственно, не претендуют на получение качественного высшего управленческого образования.

В результате подобной кадровой политики актуализируется проблема кадрового обеспечения процессов профессионального менеджмента смешанной экономики [26,30]. В этом процессе трехстороннего взаимодействия проблема специальностей тесно связана с проблемой специализаций.



Так, например, в 2013 году (по сведениям УМО вузов России по образованию в области менеджмента) их общее количество достигало 150 наименований: общих, отраслевых, функциональных, проблемных [63,65].

Приоритет, несомненно, отдается отраслевым (как видим, образование лишь частично учитывает отраслевую специфику), но в условиях инновационного развития экономики должно быть больше проектно-проблемных специализаций, как наиболее полно отражающих особенности современного производства и рыночных отношений [31].

Вообще специализации предназначены для реализации целей: оперативного реагирования вузов на потребности регионов в определенных видах профессиональной деятельности; реагирования на развитие науки, проведение эксперимента по новым областям профессиональной деятельности менеджера, удовлетворения индивидуальных образовательных потребностей. [1,2].

По мнению специалистов УМО, специализации предназначены для сокращения специальностей, практической проверки значимости и необходимости специальности, стабилизации их количества, но сегодня эти функции они не выполняют [63]. Нередки случаи, когда специализации разрушают содержание и статус специальности, иногда сужают область профессиональной деятельности. В этом присутствует очевидная недоработка со стороны рынка труда и образовательных учреждений высшего профессионального образования.

Менеджер при этом получает диплом на всю жизнь, чтобы выстраивать в дальнейшем траекторию профессиональной карьеры, доказывать свою конкурентоспособность и развивать конкурентоустойчивость.

Эта траектория выражает не только должностной рост в узкой области деятельности, но и возможность изменения в течение жизни видов и области деятельности в рамках полученной профессии и квалификации, что и обеспечивает конкурентоустойчивость в ее полном проявлении.

Именно поэтому в первом варианте цикличности формирования конкурентоустойчивости мы оставляем приоритет влияния за рынком труда.

Вариант второй: формирование конкурентоустойчивости менеджеров с акцентирующим приоритетом вуза во взаимодействии с работодателем.

В данном случае цикличность конкурентоустойчивости заключается в компетентностно-ориентированной подготовке менеджеров.

В этом случае, в первую очередь, следует определиться не только с общими (культурными и профессиональными) компетенциями менеджеров, но и специальными (отраслевыми) корпоративными компетенциями, а также с тем, на каком уровне они должны проявляться в его профессиональной деятельности (рисунок 12).

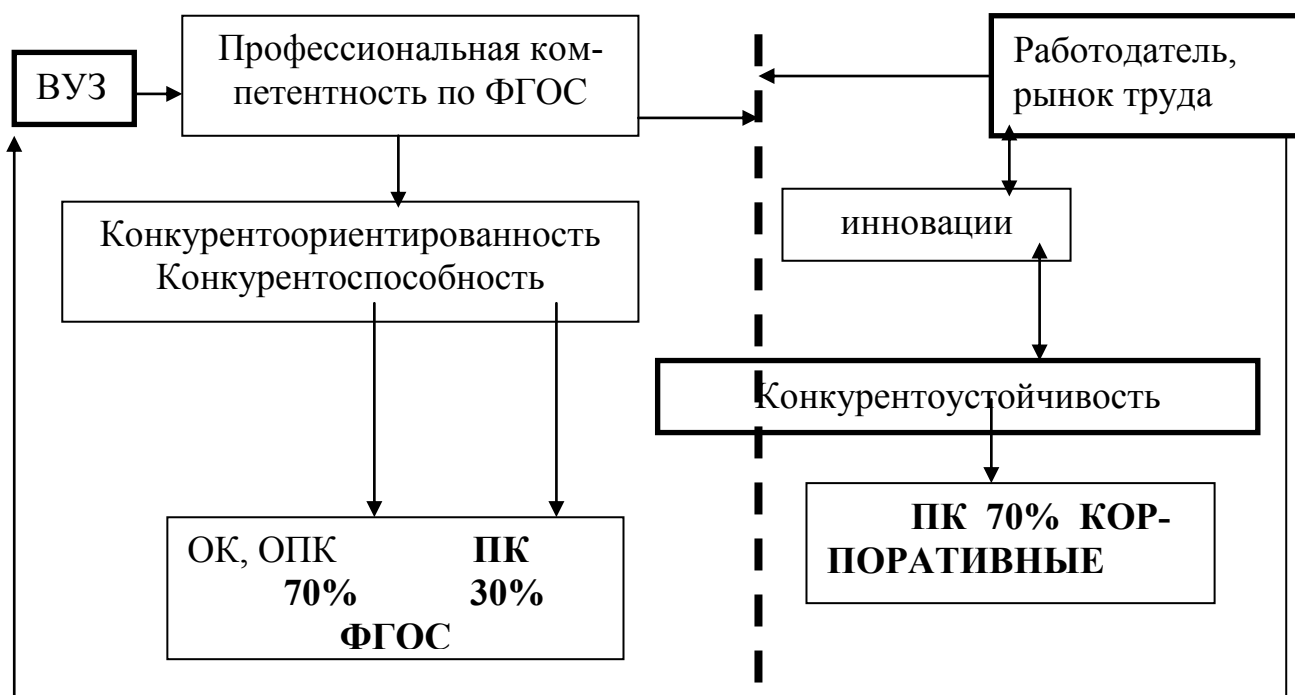


Рисунок 12 – Цикл формирования конкурентоустойчивости менеджеров в вузе с учетом требований работодателя

Анализируя рисунок, мы видим, что формирование конкурентоустойчивости менеджеров при взаимодействии с работодателем ограничивается со стороны вузов (пунктирная линия), действующих на основании Федерального государственного образовательного стандарта, который дает достаточно сжатый перечень компетенций общего порядка, необходимых для формирования у студентов в вузе, что по отношению к конкурентоустойчивости составляет не более 30%.

Так, например, в ФГОС по направлению «Менеджмент» (квалификация (степень) бакалавр) дает перечень из 22 общекультурных компетенций и 50 профессиональных компетенций. ФГОС по направлению «Экономика» (квалификация (степень) бакалавр) дает перечень из 16 общекультурных компетенций и 15 профессиональных компетенций. ФГОС ВО по направлению «Управление персоналом» (квалификация (степень) бакалавр) дает перечень из 22 общекультурных компетенций и 67 профессиональных компетенций.

В рамках же реальной профессиональной деятельности от менеджера требуется гораздо больше компетенций, проявляемых в практических вопросах организации различных операций и процессов. Поэтому получается, что 70% профессиональных компетенций должен формировать сам работодатель. Это связано с тем, что работодатель ориентирован на инновации, изменения как на рынке труда, так и в экономике в целом. Ориентир на инновационные процессы заставляет работодателя требовать от менеджеров новых компетенций, которые могли быть не предусмотрены ФГОС, поэтому формирование новых корпоративных компетенций ложится основной нагрузкой на работодателя.

Вузы в этом случае формируют лишь малую часть профессиональных компетенций, способных привести студента на уровень конкурентоустойчивости. Сформированные общекультурные и общепрофессиональные компетенции позволяют претендовать студенту на успешное занятие вакансии, но не позволяют удержать свои конкурентные преимущества из-за неспособности и неготовности реагировать на изменения (перемены и инновации) и их динамику во внешней среде. Многие компании, формируя компетентностную модель конкурентоустойчивого специалиста, закладывают в нее до 200 компетенций. Известны примеры, когда в корпорациях Японии, Германии в компетентностную модель специалиста закладывают до 500 и более компетенций. Таких списков может быть достаточно много в каждой компании, так как в рамках их деятельности им более важны профессиональные специальные и профессиональные корпоративные компетенции, которые в ФГОС не предусмотрены как отдельные направления компетенций. Мы видим, что возникает еще один вид противоречий между системой высшего образования и реальным сектором бизнеса и рынка труда: ФГОС формулирует общие требования к компетенциям, без детализации и конкретизации их по отраслям и специфике деятельности, в то время как работодатель формулирует конкретный перечень действий, выражающих различные стороны и уровень сформированной компетентности.

Возникают вопросы: кто, когда и как должен формировать эти компетенции у приходящего из вуза менеджера, чтобы обеспечить его конкурентоустойчивость? Эти противоречия затрудняют формирование конкурентоустойчивости менеджера. Нарушаются циклы в процессе взаимодействия и перераспределения общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций.

Итак, еще раз возвращаясь к рисунку 12, отметим, в чем суть циклического характера формирования конкурентоустойчивости менеджеров и каковы причины ее нарушения. Мы видим, что работодатель формирует свой заказ вузу на подготовку конкурентоустойчивого специалиста, учитывая динамику инновационных процессов и меняющиеся требования рынка труда, а вуз, в свою очередь, формирует согласно ФГОС конкурентоориентированного и конкурентоспособного специалиста, но не обладающего способностью к сохранению и удержанию своей конкурентной привлекательности.

Подучается, что система высшего образования предпринимает попытки адаптироваться к потребностям организаций и предприятий в условиях инновационной активности экономики и требований работодателей, однако проводимые изменения запаздывают, не успевая за изменениями в экономической среде в попытках сохранить свою академичность. В связи с этим возникает необходимость пересмотра структуры образовательного процесса для обеспечения соответствия национальным целям совершенствования технологий подготовки менеджеров. Нуждается в обновлении механизм и содержание взаимодействия в системе «университет – работодатель» [22, 24,30].

Остается открытым вопрос: кто должен инициировать взаимодействие системы профессионального образования с работодателем и рынком труда?

Здесь существует три мнения [12, 14, 17, 31]:

1) Инициатива должна исходить от учебных заведений и их администрации, преподавателей, так как «они продавцы своего продукта и сами должны осуществлять маркетинг образовательных услуг»:

- определение социально-экономических потребностей отраслей, имеющих стабильные источники финансирования;

- определение потребностей в сфере менеджмент-образования, реализация которых может заинтересовать спонсоров и привлечь в учреждение денежные средства;

- определение спроса на рынке образовательных услуг; изучение потребностей в отдельных видах предпринимательской деятельности, предусмотренной Уставом образовательного учреждения;

- определение суммы, которую желают заплатить учреждению за удовлетворение потребностей заинтересованные лица и соотнесение этой суммы с предполагаемыми затратами;

- информирование о возможности и условиях удовлетворения потребностей потенциальных клиентов и заинтересованных лиц (в том числе через рекламу);

2) Работодатели должны сами проявлять активность, поскольку нуждаются в квалифицированных управленческих кадрах.

3) Государство, которое должно сделать такое взаимодействие с вузами престижным и «ресурсопригодным» для работодателей.

Таким образом, рассматривая сущность и содержание конкурентоустойчивости менеджера, ее связь с конкурентоспособностью и конкурентоориентированностью, мы установили, что данные связи выражены достаточно слабо.

Конкурентоустойчивость является по своей сути результатом формирования профессиональной компетентности и процессом циклического характера, в котором основополагающую роль играет рынок труда и работодатель.

Вуз в формировании конкурентоустойчивости менеджеров имеет ограничения разного уровня и порядка, в том числе, со стороны ФГОС. Отсутствует системное воздействие на конкурентоустойчивость менеджера со стороны вузов и работодателей.

Необходим совершенный механизм постоянного мониторинга и прогнозирования потребностей рынка труда и постепенный переход на гибкую многоуровневую подготовку управленческих кадров в соответствии с динамикой рынка труда в содержательном и технологическом аспектах. Необходимо формирование и реализация гибких образовательных программ с учетом национального и мирового опыта в области инновационного менеджмент-образования и экономики. Очевидно, что для разработки механизмов формирования конкурентоустойчивости менеджеров необходим глубокий анализ и изучение проблемы в различных научных сферах.

Интерес к формированию конкурентоустойчивости менеджеров очевиден сегодня не только в экономической, но и в социальной, психолого-педагогической сфере развития общества. Социально-экономические связи становятся приоритетными в системе современного профессионального образования. На их основании исследуются кадровые возможности региона на рынке

труда, инновационный потенциал региона, особенности социального заказа на подготовку специалистов и тенденции и перспективы стратегического развития региона. Наиболее подчеркнута педагогическая составляющая этих процессов. Роль педагогических механизмов, методов, форм и средств становится ведущей в теме исследований. На основании такого значительного интереса появились различные направления исследований, актуальные для современной системы профессионального образования менеджеров в условиях инновационного развития региональной экономики и рынка труда.

К наиболее важным можно отнести следующие направления:

- система базовой управленческой подготовки студентов экономических специальностей;
- механизм (модель) подготовки управленческих кадров в вузах экономического профиля;
- механизм формирования конкурентоспособности управленческих кадров и развитие их потенциала в условиях инновационной активности региона;
- модель развития конкурентоспособности и конкурентной привлекательности менеджеров в условиях современного бизнес – образования и образовательных реформ;
- методология формирования инновационной активности менеджеров как фактора их рыночной привлекательности;
- методология формирования конкурентоустойчивости и инновационной активности менеджеров условиях социально-ориентированной экономики;
- методологические принципы и механизм формирования конкурентоспособности и конкурентоустойчивости менеджеров как показатель инновационной активности вузов экономического профиля;
- методологические принципы формирования конкурентоспособности и конкурентоустойчивости менеджеров в условиях социально-ориентированной инноватики бизнес - образования.

Все перечисленные направления можно объединить в три группы научных интересов, обобщающих социально-экономические и педагогические наработки ученых в вопросах формирования конкурентоустойчивости менеджеров в условиях инновационного развития региональной экономики и рынка труда:

- 1) вопросы, посвященные экономике знаний в новых условиях развития экономических отношений;
- 2) вопросы, посвященные экономике инноваций и инновационным технологиям в образовании с учетом тенденций рынка труда;
- 3) вопросы, посвященные взаимодействию высшего профессионального образования и бизнеса в условиях инновационного экономического развития и кадрового потенциала предприятий.

Формирование конкурентных преимуществ сегодня является самой актуальной задачей в практике большинства современных организаций, ориентированных на открытое развитие в условиях экономических перемен и всеобщих тенденций глобализации экономического пространства. Стратегический успех компании сегодня невозможен, если они не занимаются целенаправленным управлением конкурентоспособностью [1]. Конкурентные преимущества ло-

жаты в основу развития конкурентной привлекательности и становятся инструментом формирования привлекательного образа компании в маркетинговой и конкурентной среде [2]. Системный анализ экономического потенциала современной организации также предусматривает мониторинг формирования и развития конкурентных преимуществ [3]. В связи с этим, теория и практика менеджмента уделяет большое внимание самой трактовке данного феномена. Согласно аналитическому исследованию Попадюк Т.Г., основные результаты которого были отражены в его научном труде «Конкурентоспособность промышленности в новой экономике: стратегия управления», конкурентное преимущество – это положение фирмы на рынке, позволяющее ей преодолевать силы конкуренции и привлекать к себе покупателей. Основой конкурентного преимущества является уникальные активы предприятия либо особая компетентность в сферах деятельности [14].

По мнению Фирова Н.В., изучавшего методологические основы оценки конкурентоспособности предприятия, конкурентное преимущество – это, в первую очередь, превосходство, высокая компетентность фирмы в какой-либо области деятельности или в выпуске товара по сравнению с конкурирующими фирмами. При этом фактором конкурентного преимущества автор выделяет конкретный компонент внешней или внутренней среды фирмы, по которому она превосходит конкурирующие фирмы [15].

В теории и методологии по вопросам оценки конкурентоспособности предприятий Царев В.В. отмечает, что конкурентное преимущество – это те характеристики свойства товара или марки, которые создают для фирмы определенное превосходство над своими прямыми конкурентами. В этой трактовке он разделяет идеи Ж.Ж. Ламбена, который также глубоко изучал особенности и механизмы формирования конкурентных преимуществ в деятельности современных организаций [16]. Авторы отмечают, что эти характеристики могут быть самыми различными и относиться как к самому товару, так и к дополнительным услугам, сопровождающим базовую характеристику. Следовательно, указанное превосходство является относительным, определенным сравнением с конкурентом, занимающим наилучшую позицию на рынке или в системе рынка.

Многие исследователи отмечают, что экономический рост и конкурентоспособность организаций напрямую связаны с формируемыми конкурентными преимуществами. Важно отметить, что под конкурентными преимуществами сами руководители организаций понимают те характеристики товаров, которые обеспечивают деятельность фирмы и создают превосходство над прямыми конкурентами. Эти характеристики должны быть значимыми с точки зрения условия конкуренции и соответствовать ключевым факторам успеха [9,10,17].

Такой подход на практике не противоречит основным теоретическим предпосылкам.

Также практика развития компаний в ситуации высокой динамики экономических перемен определяет набор конкурентных преимуществ как базовый показатель успеха и гарант стратегического потенциала в глобализации экономического пространства [7].

Ключевые факторы успеха в данном случае – это такие параметры отраслевых организаций, которые усиливают конкурентные преимущества организации. Они должны быть устойчивыми в нестабильной рыночной сфере, и недоступны для легкого воспроизведения конкурентами, а также исполнены в разработке стратегий [6].

Так, например, М. Портер подразделял эти факторы на основные и развитые. Основные факторы, по его мнению, – это природные ресурсы, климатические условия, географическое положение страны, неквалифицированная или полуквалифицированная рабочая сила и т.п. К развитым факторам М. Портер относил современную инфраструктуру обмена информацией на цифровой основе, высококвалифицированные кадры, исследовательские центры университетов. Мы видим, что М. Портер впервые выделяет в числе прочих экономических факторов человеческий ресурс. Более того, он выделяет его с определенным требованием к уровню и качеству компетентности. Данный подход мы в дальнейшем приняли в основу развития своей идеи. По степени специализации М. Портер подразделяет конкурентные преимущества на общие и специализированные факторы. Общие факторы – это сеть автомобильных дорог, капитал, персонал с высшим образованием. Специализированные факторы – это персонал с узкой специализацией, инфраструктура специфических видов типов, базы данных в определенных областях знания и другие, применяемые в ограниченном числе отраслей или даже в одной. Мы видим, что снова во главу угла поставлен человеческий ресурс. Отмечается, что это не просто персонал, а персонал высококвалифицированный с узкой специализацией. Это также подтверждает нашу идею о том, что формирование конкурентных преимуществ организаций происходит именно путем развития конкурентоспособности персонала, который управляет процессами разработки и развития конкурентных преимуществ, то есть менеджеров по развитию, продвижению продукта / услуги компании. Экономический рост и конкурентоспособность организаций не могут быть эффективными, если в понимании конкурентных преимуществ не закладывают роль и место иных показателей, таких как «эксклюзивная ценность», которой может обладать фирма и которая может дать ей особе превосходство перед конкурентами [17].

Возникает вопрос: что может принести компаниям ту самую эксклюзивную ценность? Какой ресурс определит самое мощное конкурентное преимущество?

В ответе на эти вопросы мы выделяем нашу ключевую точку зрения, которая заключается в том, что одним из факторов успешной конкуренции является уровень компетентности менеджеров всех уровней иерархической линейки в организации, которые и отвечают за все процессы по созданию, формированию и развитию конкурентных преимуществ компании.

Менеджеры представляют собой ту группу специализированных факторов, которые и образуют более солидную и долговременную основу для конкурентного преимущества, чем общие.

Специализированные факторы – конкурентоспособные менеджеры – являются более редкими, так как это факторы высокого порядка. Специализированные факторы необходимо поддерживать и развивать за счет достаточного

финансирования. Мы видим, что формирование конкурентоспособности менеджеров является затратной процедурой для компании. Возможно, поэтому многие работодатели выражают недовольство по уровню и качеству подготовки менеджеров-выпускников, выходящих из стен вузов. Наша идея заключается в том, что возможность достижения конкурентных преимуществ во многом зависит от кадровых тенденций в современных организациях и конкурентоспособности менеджеров [12,13].

Формирование конкурентных преимуществ организаций путем развития конкурентоспособности менеджеров – это новое направление развития экономического потенциала компаний и новое направление в интеграции экономики и образования в вопросах преемственности связей и принципов теоретической и практической реализации практико-ориентированного бизнес-образования в соответствии с новыми запросами работодателя, социума и государства. Сегодня в инновационной образовательной среде выбраны даже новые подходы к пониманию конкурентоспособности менеджеров. Особую популярность набирает экономический (рыночный) подход в формировании инновационной компетентности (конкурентоспособности) менеджеров [12].

Если мы обратим внимание на иерархическую цепочку в управлении организацией, то увидим, что 80 % управленцев составляют иерархическую позицию мидл-менеджеров, то есть специалистов среднего звена. Именно эта категория управленцев является стратегически важной в формировании конкурентных преимуществ компаний.

Мидл-менеджеры (менеджеры среднего звена) — это важнейшие структурные единицы в штате организации.

Они являются связующим звеном между стратегическими замыслами руководителей высшего уровня (топ-менеджерами) и специалистами, выполняющими текущие задания.

Именно управленцы среднего звена занимаются осуществлением краткосрочных планов компании, разделяя предложенные высшим руководством стратегии на оперативные планы и обеспечивая их реализацию. Они управляют отдельными направлениями бизнеса, организуют эффективную работу на своих участках.

Вступить в ряды мидл-менеджеров возможно, отработав не менее трех лет на позиции специалиста по аналогичному направлению.

Однако, как показывает практика, чаще компании ищут уже опытных руководителей, проработавших хотя бы один-два года на соответствующей позиции и приобретших определенные компетенции управления, то есть конкурентоспособных.

Спрос на работников такого уровня гораздо ниже, чем на специалистов, что вполне закономерно, поскольку в любой среднестатистической компании не может быть слишком много руководителей: чем выше уровень работника в штатной структуре, тем он малочисленнее.

Поэтому доля вакансий, ориентированных на руководство среднего звена, в общей структуре предложений невелика — всего 5%.

Желающих же больше — 8% среди всех резюме.



Реализовать свои карьерные амбиции непросто, ведь на одну вакансию мидл-менеджера приходится 9 резюме [5,7].

Поиск руководителей — одна из самых сложных задач в рекрутменте. Такая ситуация экономически невыгодна организациям современного бизнеса, так она требует от работодателей новых вложений в приходящих сотрудников и не оправдывает затраты в связи с массовым уходом менеджеров после нескольких лет работы. Сами менеджеры объясняют свой уход неготовностью к постоянно меняющимся требованиям со стороны компании и к натиску сильных конкурентов на занятые ими вакансии.

Вместе само по себе количество вакансий не отражает сложности трудоустройства на том или ином региональном рынке.

Для оценки ситуации следует понять, насколько остра конкуренция за рабочие места, то есть, сколько соискателей претендует на одну вакантную позицию.

Оказалось, что сложнее всего трудоустроиться руководителям среднего уровня в Уфе, Ростове-на-Дону, Санкт-Петербурге (таблица 11).

В этих городах на одно предложение о работе потенциально откликнутся 12-13 соискателей. В Москве, где также много желающих занять пост мидл-менеджера, поэтому, несмотря на довольно большое число вакансий, более 10 человек претендует на каждое место.

Почти такая же ситуация в Самаре и Волгограде. Среди исследуемых городов проще обстоит дело в Красноярске, Хабаровске и Екатеринбурге, где менее 5 человек претендует на одну позицию руководителя среднего звена [6].

Таблица 11 – Соотношение «предложение / спрос» в секторе «мидл-менеджмента»

Город	Соотношение предложение / спрос
Уфа	13,6
Ростов-на-Дону	13,1
Санкт-Петербург	12,2
Москва	10,9
Самара	10,6
Волгоград	10,3
Казань	9,9
Краснодар	9,3
Саратов	7,8
Ульяновск	7,4
Воронеж	7,1
Пермь	6,7
Нижний Новгород	6,3
Иркутск	5,7
Новосибирск	5,0
Красноярск	4,9
Хабаровск	4,8
Екатеринбург	4,5

Как выяснилось, в вопросах найма мидл-менеджеров работодатели придерживаются классической схемы — в основном они подбирают кандидатов самостоятельно. Тем не менее, четверть компаний процессы поиска, подбора и отбора кандидатов передает на аутсорсинг в кадровые агентства. Чем крупнее компания, тем больше число структурных подразделений и тем многочисленнее штат руководителей среднего уровня.

Это подтверждает и статистика распределения предложений о работе в зависимости от размера компании. Так, 41% вакансий приглашает различных руководителей именно в крупные компании, в которых трудится от 500 человек. Востребованность мидл-менеджеров в компаниях среднего бизнеса оценивается на уровне 31% вакансий. На организации количеством работников до 100 человек приходится 28% предложений о трудоустройстве [8,11,13].

Рейтинг сфер деятельности компаний, приглашающих мидл-менеджеров представлен в таблице 12.

Таблица 12 – Ранжирование сфер деятельности компаний, приглашающих мидл-менеджеров

Ранг	Сфера деятельности	Вакансий, %
1	Маркетинг	26,5
2	Банки, инвестиции, лизинг	11,2
3	Промышленность, производство; сельское хозяйство	10,0
4	Административная работа, секретариат, АХО	9,5
5	Строительство, недвижимость, архитектура	9,1
6	Информационные технологии, интернет, телекоммуникации	8,7
7	Страхование	3,3
8	Закупки	2,3
9	Медицина, фармацевтика, ветеринария	2,2
10	Транспорт, логистика, внешне-экономическая деятельность	2,0

Чаще требуются мидл-менеджеры в компаниях сферы продаж — 26,5% всех вакансий для управленцев среднего звена относится к этой сфере деятельности (таблица 4).

На 2-м месте финансовые структуры — банки, инвестиционные и лизинговые компании, доля которых равна 11,2% среди всех вакансий. Чуть меньше предложений относится к сегменту «Промышленность, производство; сельское хозяйство» (10%). На категории «Административная работа, секретариат, АХО» и «Строительство, недвижимость, архитектура» приходится примерно по 9% вакансий. Телекоммуникационные компании занимают 6-е место, в совокупности от них поступило 8,7% предложений.

Также в ТОП-10 вошли представители таких сфер деятельности, как «Страхование» (3,3% вакансий), «Закупки» (2,3%), «Медицина, фармацевтика, ветеринария» (2,2%) и «Транспорт, логистика, ВЭД» (2,0%) [6]. Сложившаяся ситуация потребовала от образовательных организаций и системы образования

в целом, рынка труда и реального сектора бизнеса разрешения данной проблемы.

К вопросу о формировании конкурентоустойчивости менеджеров в условиях реформирования экономики и образования мы обращались в своих предыдущих исследованиях и установили, что здесь также назревает ряд проблем, требующих разрешения как со стороны инновационной экономической среды, так и со стороны современного образовательного пространства [13].

В современных условиях развития экономики, социума и технологий особая роль отводится специалистам и их компетентности как залогоу успеха и процветания бизнеса. Современность определяет тенденции, которые, в первую очередь, отражаются в новых требованиях со стороны работодателей и в новых стандартах профессионального образования. Связь вузов с экономикой нового формата сегодня наиболее прочная.

Инновационные ориентиры бизнеса требуют инновационных компетенций специалистов. Ключевым механизмом в этом случае становятся вузы, ориентированные на подготовку специалистов более высокого уровня с новыми знаниями и компетенциями. На сегодняшний день экономика «неосвязаемого» почти сравнялась и даже обогнала «реальную» экономику [1]. Управление знаниями как целенаправленная деятельность, ориентированная на инновационное развитие, вызвано к жизни динамичными переменами в технологиях, потребительском спросе и конкурентной рыночной среде, в повышающейся сложности и наукоемкости продуктов. Соответственно, многим предприятиям сегодня необходима практика придания знаниям потребительского вида, чтобы они были пригодны для воплощения в инновации.

Инновационная экономика – это стадия экономического развития, на которой в процессе производства главную и возрастающую роль играют интеллектуальные ресурсы. Знания, нематериальные активы, занимают большой удельный вес в стоимости продуктов и услуг, а рыночная стоимость фирм уже прямо не связана с их текущей прибылью.

В современном понимании знание – это проверенный практикой результат познания действительности, ее верное отражение в мышлении человека.

Появляется новая бизнес-философия: главная цель овладения знаниями – достижение компанией конкурентных преимуществ. Отсюда вытекают принципы управления знаниями: их полезность, их определенность, их связь с вознаграждением [4].

Акт купли-продажи знаний касается как образовательных, так и консалтинговых услуг. Современный рынок рабочей силы становится одновременно и рынком знаний. Высококвалифицированный специалист (менеджер, инвестор, дизайнер, экономист), предлагая свои услуги на рынке труда, фактически предлагает свои знания в той или иной области.

Рынок знаний существует не как обособленное целое, но и как часть традиционных рынков товаров и услуг. Поэтому возникает вопрос о конкурентоспособности знаний и компетенций специалистов.

Главное – способность фирмы воспринимать нововведение как конкурентное преимущество [3]. Формирование и развитие такой способности – цель

управления знаниями. В связи с этим во многих организациях появляются новые должности:

- 1) директор по управлению знаниями
- 2) директор по управлению интеллектуальным капиталом
- 3) менеджер по интеллектуальным активам
- 4) директор по обучению
- 5) брокер знаний (координатор спроса и предложения на знания)
- 6) технолог управления знаниями
- 7) аналитик управления знаниями
- 8) альянс - менеджеры

Очевидно, что знания требуют систематической оценки, ценового выражения и воплощения в инновации. Знания составляют базу компетенций, а компетенции лежат в основе рыночных предложений. Управление активами знаний отличается от управления материальными активами:

- 1) высокая степень утечки
- 2) имитация
- 3) копирование
- 4) трудность создания (нужны «таланты»)
- 5) независимость от количества накапливаемых знаний
- 6) цепочка информации не переходит в системное знание
- 7) знания не становятся источником бизнес-идей для компаний

Возрастает роль и значимость управления знаниями в собственно научной деятельности [2]. Глобализация совместно с переходом к экономике знаний устанавливает новые требования к образованию и инновационным системам.

Знания в условиях инновационной экономики становятся фактором производства.

От того, насколько развит рынок знаний, в значительной степени зависит и эффективность национальной экономики [5].

Такой подход к роли знаний предполагает решение проблем развития кадрового потенциала компаний, вывод специалистов на новый уровень профессионального развития – конкурентоустойчивости.

Происходит актуализация и усиление роли знаний как стратегического ресурса и ключевого фактора успеха предприятий. Эффективные инновационные стратегии предполагают повышение требований к управленческим кадрам, так как в современной конкурентной борьбе идет состязание не столько за обладание капитальными ресурсами, сколько за способность к разработке и внедрению инноваций. Менеджеры высоких технологий должны стать не только управленцами, но и проектировщиками, инженерами, психологами. Они должны стать связующим звеном между учеными-новаторами и реальным российским бизнесом.

Отсюда требования инновационного развития к специалистам по управлению инновационной деятельностью может характеризоваться такими критериями, как:

- высшее образование
- наличие базовых навыков и опыт практической деятельности

Готовность работать в стрессовой ситуации

- высокая мотивация на успех
- инициативность и творческое отношение к труду
- способность генерировать и принимать новые идеи.

Таким образом, мы видим, что экономика нам четко заявляет «что» ей нужно для собственного эффективного развития на сегодняшний день. Однако понять «как» эту потребность можно реализовать можно только путем интеграции бизнеса и современной системы высшего образования. А дать ответы на эти вопросы можно в том случае, если будут устранены проблемы отставания предложения образовательных услуг от реальных потребностей инновационной экономики.

Знания в условиях новой экономики становятся фактором производства. От того, насколько развит рынок знаний, в значительной степени зависит эффективность национальной экономики. В современном понимании знание – это проверенный практикой результат познания сути профессиональной деятельности. Сегодня со стороны работодателя осуществляется акт купли-продажи знаний как и купля-продажа иных материальных активов. Современный рынок рабочей силы является сегодня и своеобразным рынком знаний [1].

Высококвалифицированные специалисты (менеджеры), предлагая свои услуги на рынке труда, фактически предлагают свои знания в той или иной области. Поэтому рынок знаний существует не как обособленное целое, но и как часть традиционных рынков товаров и услуг. У менеджера в профессиональной деятельности знаниями являются подходы, идеи, предложения по поводу того, как организовать производство, какой сделать продукт, как организовать его продажу.

Знания перестают быть самостоятельным объектом экономического управления [3].

Сегодня знания проникают во все сферы и стадии экономического процесса, их стало сложно отделять от продукта или услуги. Для успешных и конкурентоспособных менеджеров в компании знания – это, в первую очередь, комбинация опыта, ценностей, контекста информации, экспертных оценок, которая дает общие рамки нового опыта.

В организации у менеджера ценятся знания как общие, так и специальные. Специальные знания – это его ноу-хау, инновационные предложения и бизнес – идеи. Специальные знания, их уникальность – это источник конкурентного преимущества менеджера, а также конкурентного преимущества и потенциала всей компании [4]. К общему знанию относят то знание, которое разделяют все сотрудники организации.

Общее знание необходимо любому бизнесу, но оно не является источником конкурентного преимущества. Чем более общий характер носят знания, тем в меньшей степени они становятся предметом купли-продажи. Дефекты рынка знаний трансформируют отношение между компаниями, вузами и рынком труда в экономической среде. Возникает необходимость сотрудничества между вузами и бизнесом [5].

Возникает эффект экономической глобализации знаний в интересах оптимизации процессов на рынке труда. Сотрудничество между вузами и бизнесом делает менеджеров-выпускников не просто конкурентоспособными специалистами, но и формирует их пролонгированное профессиональное качество – конкурентоустойчивость.

Интерес к формированию конкурентоустойчивости менеджеров очевиден сегодня не только в экономической, но и в социальной, психолого-педагогической сфере развития общества. Социально-экономические связи становятся приоритетными в системе современного профессионального образования. На их основании исследуются кадровые возможности региона на рынке труда, инновационный потенциал региона, особенности социального заказа на подготовку специалистов и тенденции и перспективы стратегического развития региона [2]. Основной идеей многих трудов выступает аргумент, что существенное влияние на образовательную систему оказывает социальный заказ в сфере подготовки кадров [4]. Социальный заказ, по мнению ряда авторов, всегда является многоаспектным, охватывает требования общества, интегрирует субъективные и объективные потребности личности и социума, оказывает управленческое воздействие на развитие образовательной системы в России. Мы соглашаемся с тем, что цели социума являются первостепенными в выборе конечной цели деятельности вузов. В то же время, научным сообществом отмечается проблематичность взаимодействия социума и системы высшего профессионального образования [5].

Из всех перечисленных автором проблем, на наш взгляд, наиболее актуальными следует считать такие:

- затрудненное преодоление порогов стереотипного мышления населения регионов России по вопросам уровневой подготовки кадров в высшей школе;
- недостаточная информированность населения об изменениях структуры многоуровневого образования по требованиям Болонского процесса.

Такие противоречия, несомненно, влияют и на качество социального заказа, в формулировке которого прослеживается либо упор на сохранение фундаментальных знаний, либо упор на формирование профессиональных компетенций. Управление знаниями как целенаправленная деятельность, ориентированная на инновационное развитие, вызвано к жизни динамичными переменами в социуме и в государственном заказе на высокопрофессиональных специалистов. Знания становятся нематериальными активами и занимают всё больший удельный вес на современном рынке труда.

Проблема формирования конкурентоустойчивости рассматривается как комплексная, пролонгированная во времени; обосновывается возможность решения проблемы в процессе образовательно-профессиональной деятельности; этапы в качестве целевой функции предполагают конкурентоориентированность, конкурентоспособность и собственно конкурентоустойчивость, которая рассматривается как высший уровень реализации компетентности, имеет аналогичную структуру, раскрывается через систему компетенций. Важность концептуального видения исследуемой проблемы неоднократно подчеркивали В.И. Загвязинский, В.В. Краевский, И.Н. Кузнецов, В.С. Леднев, Г.И. Рузавин, А.М.

Новиков, Е.В. Яковлев и многие другие. В контексте этих работ мы исходим из того, что концепция представляет собой отражение научно-теоретической функции любой науки, в том числе и педагогической.

Рассмотрим более подробно структуру конкурентоустойчивости (рисунок 13). Учитывая содержательные характеристики означенного феномена, мы выделили в составе конкурентоустойчивости такие компоненты, как когнитивный, деятельностный, профессионально-личностный.



Рисунок 13 – Структура конкурентоустойчивости

Когнитивный компонент предполагает точные, системные знания и гибкое применение:

- основных и новейших теорий и положений в области экономических учений;
- основных и новейших теорий и положений в области учений современного менеджмента и маркетинга;
- новейших методик и механизмов организации и управления эффективностью предприятий;
- новейших технологий управления в условиях глобализации экономики и мирового пространства.

Деятельностный компонент: предполагает взаимосвязь умений, навыков, владений, обеспечивающих:

- высокую степень мобильности управленческой деятельности;
- высокую степень точности управленческой деятельности;
- высокую степень надежности управленческой деятельности;
- высокую степень гибкость управленческой деятельности.

Профессионально-личностный компонент включает в себя конструкт из постоянно преобразующихся профессионально значимых личностных свойств,

способствующих развитию достигнутого уровня конкурентоспособности и позволяющих превосходить потенциальных и реальных соперников на рынке труда в пролонгированном выражении.

Таким образом, проблема формирования конкурентоустойчивости является комплексной, пролангированной во времени, ее решение возможно в процессе образовательно-профессиональной деятельности, а базовый уровень закладывается в процессе профессионального обучения. Этапы формирования в качестве целевой функции предполагают конкурентоориентированность, конкурентоспособность и собственно конкурентоустойчивость.



## **§ 4. РАЗВИТИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА КАК ОСНОВА СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА**

Управленческий потенциал любого руководителя усиливает имидж и репутацию компании в конкурентной среде, то есть формирует социальную ответственность бизнеса. А именно, положительно влияет на общую корпоративную ответственность. Эта связь сегодня становится очевидной и нуждается, на наш взгляд, в дополнительном более детальном изучении. Под корпоративной социальной ответственностью понимается модель стратегического поведения корпораций, при которой разрабатываются и проводятся в жизнь программы социально ответственных инициатив, непосредственно в сфере экономической деятельности, а также в природоохранной и социальных сферах [27].

Социальная ответственность - это контракт между бизнесменом и обществом, в котором он функционирует. Выделяют четыре основных подхода к определению ответственности бизнеса [18]. Первый подход состоит в том, что любые действия в рамках юридической законности считаются социально ответственными: «в бизнесе нет места этике». Сторонники этой позиции убеждены, что бизнес играет в обществе исключительно экономическую роль, и долг менеджера - с помощью производства конкурентоспособных товаров и услуг обеспечить акционеров наиболее высокими прибылями от их инвестиций. Предприниматели считают, что не несут каких-либо особых этических обязательств и ответственности за предотвращение чьего-либо ущерба или за продвижение тех, а не иных товаров и услуг. Они не видят никакой необходимости отступать от закона, что бы предотвратить нанесение ущерба кому-либо. С точки зрения сторонников этой позиции, ответственность предпринимателя отождествляется с юридической ответственностью, т.е. любые действия в рамках юридической законности считаются социально ответственными.

Другую позицию можно охарактеризовать девизом «максимальная прибыль - единственная обязанность бизнеса». Сторонники этой позиции утверждают, что они могут преступить закон ради пользы, например ради получения прибыли. Исходя из этого, менеджеры принимают решение «блности интерессы» хозяев, и именно это, а не ответственность за предотвращение чьего-либо ущерба или за продвижение социально ориентированных товаров и услуг, определяет границы их этической ответственности. Таким образом, сторонники этого направления сводят социальную ответственность к профессиональной ответственности, которая диктуется нормами взаимодействия профессионала и нанимателя. Любые действия в рамках указанных норм считаются социально ответственными.

Сторонники третьей позиции допускают, что в бизнесе есть место социальной ответственности, но понимают ее как инструмент или условие, которые менеджеры используют для достижения целей корпорации в экономике. Так, сторонники этого направления признают, что можно говорить о специфической социальной ответственности предпринимателей не только как о юридической или профессиональной ответственности, но и в более широком смысле. Но это возможно только в том случае, если данная деятельность ведет к успеху. Если социальная ответственность не приносит пользы, от нее необходимо отказаться. Это - своего рода экономическая ответственность.

Четвертая позиция предполагает, что социально ответственной является та организация, которая считает себя морально ответственной как перед людьми, которые в ней работают, так и перед всеми, кто оказывается под воздействием ее деятельности. Ответственность компании регулируется морально-этическими нормами. В центр ставится проблема достижения и совмещения интересов всех участников «жизнедеятельности» организации. Это морально-этическая ответственность.

В современных теоретических исследованиях по социальной ответственности изучаются позиции, которые может занимать организация, с учетом ее обязательств перед обществом.

За основу берется общая социальная ответственность компании, определяемая в соответствии с четырьмя критериями: экономической, юридической, этической и принятой на себя ответственностью (улучшение благосостояния общества и качества жизни). Организация может размещаться вдоль оси, идущей от низшей до высшей степени социальной ответственности, и использовать определенные типы действий. Кратко охарактеризуем эти позиции [28, 29].

Социальная обструкция. Компания, находящаяся на этом уровне, практически ничего не делает или делает очень мало для решения социальных проблем и проблем окружающей среды. Когда она переходит границы дозволенного в своей профессиональной деятельности, типичной реакцией является отрицание и сокрытие своих действий. Характерный тип действия - обструкция означает отказ компании от всех обязанностей. В случае если не добросовестные действия были замечены, используется тактика опровержения предъявляемых доказательств, приводятся доводы о фальсификации доказательств, чинятся препятствия расследованию (если таковое проводится).

Социальные обязательства. Эта позиция включает в себя действия организации, направленные только на то, что требуется по закону, и ни на что более. Управляющие в таких организациях настаивают на том, что их дело - заботиться о прибыли. Такие организации в основном используют тактику защиты. Она предполагает, что организация принимает на себя ответственность за некоторые ошибки и упущения и не препятствует возможным расследованиям со стороны общества. Менеджеры, пользующиеся такой тактикой, считают, «что подобные вещи случаются, но в них никто не виноват».

Социальный отклик. Для компании, занимающей такую позицию, характерно не только выполнение юридических и этических требований, но и добровольное участие в социальных программах. Хотя иногда организацию необходимо убедить в этом, сама она не проявляет инициативы в поиске возможностей. Основной тип действий - приспособление, которое означает, что менеджмент несет социальную ответственность за действия организации, хотя, возможно, делает это, уступая внешнему давлению.

Социальный вклад. В этом случае компания рассматривает себя в качестве ответственного члена общества и инициативно ищет возможности внести свой вклад в развитие общества. Действия такой компании чаще всего проактивны и предполагают, что компания берет на себя инициативу в социальных вопросах, самостоятельно идентифицирует общественные интересы и действует, не дожидаясь указаний или давления со стороны заинтересованных групп. Наибольшее влияние в концепции про-

активной социальной ответственности имеет теория вкладчиков, или «держателей участия».

Под держателями участия понимают прежде всего потребителей, поставщиков, государство, окружающую среду, те местности, в которых эти предприятия осуществляют свою деятельность. Соответственно меняется и понимание социального контракта. Социальный контракт учитывает уже не только две стороны: наемных работников и владельцев, - он учитывает уже всех вкладчиков, или держателей участия, которые так или иначе влияют на бизнес.

Предприятия - это члены нашего общества, поэтому нормы морали также управляют их поведением. Более того, поскольку законы не могут охватить все случаи жизни, предприятия исходят из ответственного поведения, чтобы поддерживать общество, основанное на упорядоченности и законности.

Развитие данной позиции находит отражение в понятии «корпоративное гражданство».

Организацию - корпоративного гражданина отличает от обычной организации, так же как и гражданина от обычного жителя сообщества, наличие активной гражданской и социальной позиции. Поэтому тема социальной ответственности бизнеса неразрывно связана с задачами построения в России институтов гражданского общества [31].

Социальная ответственность организации представляет собой сложное явление, описать которое можно с помощью ряда характеристик. В числе основных характеристик социальной ответственности следует выделить ее уровень, зависящий от объема и содержания взятых организацией обязательств.

Различные уровни социальной ответственности представляют собой комбинации требований к бизнесу и ожиданий от него со стороны общества и государства и выгоды / не выгоды социальной активности для бизнеса.

Чем выше у компаний уровень социальной ответственности, тем больше у них добровольно принятых на себя обязательств.

В соответствии с этим можно представить социальную ответственность наподобие пирамиды (по уровню социально ответственного поведения), имеющей три уровня (рисунок 14).



Рисунок 14 – Уровни социальной ответственности бизнеса

В соответствии с этим выделяются три уровня социальной ответственности: базовый, корпоративный и высший [15].

1. Первый уровень, нижний, базовый социальной ответственности бизнеса обязательная составляющая социальной ответственности, - это соблюдение законов (налогового законодательства, трудового и гражданского кодексов). Предполагает выполнение следующих обязательств: своевременная оплата налогов, выплата заработной платы, по возможности - предоставление новых рабочих мест (расширение рабочего штата). Если законодательство не соблюдается, то ни о какой социальной ответственности речи идти не может: предприниматель нарушает обязательства, установленные для его деятельности изначально.

2. Второй уровень социальной ответственности бизнеса представляет собой реализацию социально ответственного поведения ради экономической выгоды. Экономической выгодой могут быть улучшение имиджа организации для потребителей ее продукции и для ее работников, повышение инвестиционной привлекательности, создание более благоприятных условий для существования и развития компании со стороны власти или общества. Предполагает обеспечение работников адекватными условиями не только работы, но и жизни: повышение уровня квалификации работников, профилактическое лечение, строительство жилья, развитие социальной сферы. Такой тип социальной ответственности бизнеса был условно назван «корпоративной ответственностью».

3. Третий (высший) уровень социальной ответственности бизнеса предполагает благотворительную деятельность. Третий уровень охватывает те виды социально ответственного поведения, которые не имеют своей целью получе-

ние экономических выгод. Это более высокий уровень осознания положения и роли организации в обществе. Подобные действия могут приносить экономическую прибыль, но это не их цель. Помощь социально незащищенным слоям населения, перечисление пожертвований часто оказываются замалчиваемыми действиями, поскольку СМИ не могут бесплатно размещать информацию о подобных акциях (по закону о скрытой рекламе), да и по законодательству не всегда потраченные деньги освобождаются от начисления налогов.

Второй и третий уровни, в свою очередь, делятся по основанию добровольности реализации ожиданий общества и принятых на себя обязательств. Нередки факты, когда власти (особенно в малых городах и сельских районах) заставляют предпринимателей «добровольно» оказывать материальную поддержку учреждениям социальной сферы, муниципалитетам, решать насущные социальные проблемы местных сообществ (от расчистки дороги до поддержки городских праздников и предоставления подарков для конкурсов).

К внутренней социальной ответственности бизнеса организации можно отнести [18]:

1. Безопасность труда.
2. Стабильность заработной платы.
3. Поддержание социально значимой заработной платы.
4. Дополнительное медицинское и социальное страхование сотрудников.
5. Развитие человеческих ресурсов через обучающие программы и программы подготовки и повышения квалификации.
6. Оказание помощи работникам в критических ситуациях.

К внешней социальной ответственности бизнеса можно отнести:

1. Спонсорство и корпоративную благотворительность.
2. Содействие охране окружающей среды.
3. Взаимодействие с местным сообществом и местной властью.
4. Готовность участвовать в кризисных ситуациях.
5. Ответственность перед потребителями товаров и услуг (выпуск качественных товаров).

Социальную ответственность можно также характеризовать такими параметрами, как [19]: широта, временной период действия, придаваемое значение и вовлеченность персонала.

Широта определяет диапазон функций, по которым организация берет на себя социальную ответственность в одной сфере деятельности или в нескольких, например техническую безопасность, своевременную оплату труда, социальную справедливость и др.

Временной период - это длительность устойчивого понимания и конкретных действий по соблюдению моральных норм во всем диапазоне заявленных функций. Временной интервал может быть бессрочным (постоянным) или на заданный срок, например, только на период выполнения определенных действий, в рамках выполнения поручения или участия в программе.

Придаваемое значение – это «важность» социальной ответственности в системе целей компании. При высоком значении в приоритетном порядке выделяются ресурсы для реализации важнейших социальных целей компании.

Например, для уменьшения профессиональных заболеваний руководство организации приняло решение приобрести технологию, в которой не используются вредные для здоровья работников материалы, при этом строительство нового технологического корпуса, требующее соразмерных затрат, отложено на определенный срок [23, с. 25].

Вовлеченность персонала - уровень участия персонала организации в реализации социальных целей. Существуют два основных варианта организации выполнения социальных целей: путем формирования отдельных коллективов и рабочих групп в составе компании или путем участия всего коллектива организации в деятельности на общественных началах и во внерабочее время [25, с. 71].

Использование в деловой практике принципов социально ориентированного и социально ответственного менеджмента усиливает значение мотивационной составляющей управленческого воздействия и таким образом оказывает влияние на систему управления персоналом конкретного предприятия. Современное кризисное состояние мировой экономики формирует дополнительные стимулы для развития социально ориентированных и социально ответственных систем управления организациями.

Позиционирование современной организации в окружающем пространстве имеет кроме экономической (рыночной) ярко выраженную социальную составляющую, что нашло свое отражение в принципах социальной ответственности менеджмента. Под социальной ответственностью менеджмента понимается уровень добровольного отклика организации на социальные проблемы. Для формирования системы социально ориентированного менеджмента необходимо рассматривать управленческое воздействие менеджмента на процессы как внутри, так и вовне организации [34, с. 30].

Существуют три базовые интерпретации концепции социально ответственного бизнеса. Первая и наиболее традиционная подчеркивает, что единственная ответственность бизнеса - увеличение прибыли для своих акционеров. Эта точка зрения была «озвучена» Милтоном в 1971 г. и может быть названа теорией корпоративного эгоизма: «Существует одна и только одна социальная ответственность бизнеса: использовать свои ресурсы и энергию в действиях, ведущих к увеличению прибыли, пока это осуществляется в пределах правил игры» [17].

Вторая точка зрения прямо противоположна теории Фридмана и может быть названа «теорией корпоративного альтруизма». Она появилась одновременно с опубликованием нашумевшей статьи Фридмана в «New York Times» и принадлежала Комитету по экономическому развитию (the Committee for Economic Development). В рекомендациях Комитета подчеркивалось, что «корпорации обязаны вносить значительный вклад в улучшение качества американской жизни» [17].

Третью позицию представляет одна из самых сильных «центристских» теорий, теория «разумного эгоизма» (enlightened self-interest). Она настаивает на том, что социальная ответственность бизнеса - это просто «хороший бизнес», поскольку сокращает долгосрочные потери прибыли. Тратя деньги на социальные и филантропические программы, корпорация сокращает свои текущие прибыли, но в долгосрочной перспективе создает благоприятное социальное окружение и, следова-

тельно, устойчивые прибыли. Социально ответственное поведение - это возможность для корпорации реализовать свои основные потребности в выживании, безопасности и устойчивости.

Что касается современных трактовок сущности социально ответственного бизнеса, то, например, ведущее объединение корпораций США, занимающееся развитием и продвижением концепции корпоративной социальной ответственности определяет последнюю как «...достижение коммерческого успеха путями, которые основаны на этических нормах и уважении к людям, сообществам, окружающей среде» [22]. Политика корпоративной социальной ответственности согласно Business for Social Responsibility - это взаимосвязанный набор политик, практики и программ, которые интегрированы в процесс бизнеса, цепочки поставок, процедуры принятия решений на всех уровнях компании и включают ответственность за текущую и прошлую деятельность и будущее влияние деятельности компании на внешнюю среду.

Как мы можем видеть, на сегодняшний день не существует единого общемирового определения корпоративной социальной ответственности. Однако, все представленные подходы едины в одном: корпоративная социальная ответственность - это ответственность компании перед всеми людьми и организациями, с которыми она сталкивается в процессе деятельности, и перед обществом в целом. К ключевым преимуществам продуманной политики корпоративной социальной ответственности следует отнести: улучшение финансовых показателей; сокращение операционных расходов; улучшение имиджа и репутации брендов; повышение продаж и лояльность потребителей; снижение текучести кадров, повышение лояльности персонала, повышение мотивации сотрудников; сокращение давления со стороны проверяющих органов [41, с. 392].

Возможны различные формы участия бизнеса в решении социальных проблем местного сообщества. Обратимся к формам социальной ответственности со стороны предпринимательства:

а) денежные гранты - адресная финансовая помощь, выделяемая компанией на реализацию социальных программ в области образования и на проведение прикладных исследований;

б) благотворительные пожертвования и спонсорская помощь - адресная помощь, выделяемая компанией для реализации социальных программ как в денежной, так и в натуральной форме (продукция, помещения, транспорт, оборудование, призовые фонды, оплата счетов организаций - получателей помощи и др.);

в) социально значимый маркетинг - адресная финансовая помощь, которая заключается в направлении процента от продаж конкретного товара на реализацию социальных программ компании;

г) эквивалентное финансирование - адресная финансовая помощь, которая заключается в совместном финансировании социальных программ со стороны компании, органов государственного управления и некоммерческого сектора;

д) социальные инвестиции - финансовая помощь, выделяемая компанией на реализацию долгосрочных социальных программ, направленных на снижение социального напряжения и повышение уровня жизни населения;

е) делегирование сотрудников компании - добровольное вовлечение сотрудников компании в социальные программы внешней направленности через безвозмездное предоставление получателям времени, знаний, навыков, информации, контактов и связей сотрудников;

ж) социальный бюджет - финансовые средства, выделяемые компанией на реализацию собственных социальных программ.

На первоначальном этапе преобладает юридически необходимый подход, в основе которого лежит принцип неукоснительного соблюдения законности. В этом случае предприятия готовы вести бизнес и расходовать средства только в соответствии с требованиями законодательства в определенной сфере своей деятельности. Участие бизнеса в жизни общества население прочно связывает с благотворительностью. Однако как один из способов взаимодействия с обществом благотворительность является наименее эффективным инструментом реализации социально ответственного поведения компаний с точки зрения получения не только социального эффекта, но и бизнес-эффекта.

Принципы корпоративной социальной ответственности развиваются, «взрослеют» вместе с изменениями, происходящими в обществе и самих организациях (рисунок 15). [34].

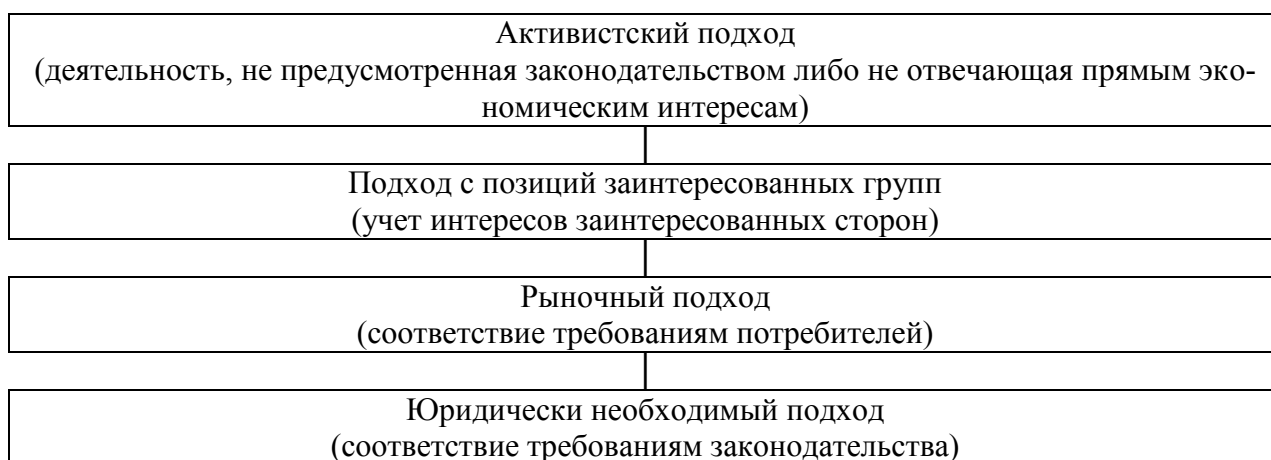


Рисунок 15 - Основные подходы к развитию принципов социального ведения бизнеса

Социальная деятельность и программы бизнеса часто не связаны непосредственно со сферой деятельности компании, что, соответственно, не приводит к улучшению экономических показателей. Зачастую выделение средств на социальные программы, акции, благотворительную деятельность не продумано и осуществляется стихийно.

Социальная активность большинства компаний скорее связана с реализацией душевной потребности их руководителей в оказании помощи, а не обусловливается рациональным стремлением к созданию компанией благоприятных для себя условий внешней среды на долгосрочную перспективу. Непроду-



манность социальной политики компаний, ее стихийность и отсутствие видимых и осязаемых результатов не способствуют распространению модели социально ответственного поведения в бизнес-среде.

Таким образом, социальная ответственность бизнеса - это влияние бизнеса на общество, ответственность тех, кто принимает бизнес-решения, перед теми, на кого прямо или косвенно эти решения влияют.

Данное определение социальной ответственности бизнеса скорее идеальное, и не может быть полностью претворено в действительность хотя бы потому, что просчитать все последствия одного решения просто невозможно. Но социальная ответственность бизнеса - это не правило, а этический принцип, который должен быть задействован в процессе принятия решения.

Социальная ответственность бизнеса тесно связана с социальной политикой компании, которую организуют компетентные менеджеры.

Итак, социальная политика - это комплекс мероприятий, направленных на достижение социальных целей в регионе, с учетом лаговых эффектов и ресурсных ограничений. По проблеме отношений бизнеса и власти активно исследуются взаимодействие, согласование интересов, особенности построения взаимоотношений в регионах, модели взаимоотношений бизнеса и власти.

Например, в работе М.И. Либоракиной приведены четыре модели позиций бизнеса и власти в контексте социальной ответственности:

1) добровольно-принудительная благотворительность. Местные власти требуют от бизнеса финансового участия в решении социальных проблем «по собственному желанию». В случае отказа от такого участия возможно использование законодательно разрешенных способов «усложнения» предпринимательской деятельности;

2) торг. В такой модели взаимоотношений участие бизнеса в социальной сфере возможно за ответные уступки со стороны власти по некоторым вопросам, касающимся самого бизнеса;

3) город-комбинат. В такой модели бизнес вынужден участвовать в социальном развитии ввиду слабости государства, его неспособности поддерживать социальную инфраструктуру местного сообщества;

4) социальное партнерство. Это наиболее гармоничная модель согласования интересов власти, общества и бизнеса, основанная на взаимном учете интересов для улучшения благосостояния и качества жизни населения.

Что касается лаговых эффектов то таковыми, как известно, можно назвать период времени от начала действия до его результата, где эффект наступает не немедленно, а в кратко-средне или долгосрочном периоде (например, лаговый эффект материального капитала, пенсионного обеспечения, медицинского страхования, ипотечной политики и т.п.) [37]

Объектами социальной политики выступает многомиллионная армия «бюджетников», а субъектом - власть всех уровней. Однако существенной стороной социальной политики выступает предпринимательство (в широком смысле как некий класс или социальный слой) [16].

Рассмотрим некоторые аспекты этой проблемы - социальной ответственности предпринимательства. Как пишет крупный специалист в этой области о

роли крупного бизнеса в социальной политике региона, Н.В. Зубаревич. Автор выделяет 4 типа регионов по степени влияния крупных бизнес - групп и компаний: Тип 1. Базовые регионы производства (добычи и первичной переработки экспортных ресурсов) - около 20% от общего числа субъектов РФ. Тип 2. Зоны экспансии - перспективные - 40% субъектов РФ. Тип 3. Полупериферийные - не обладающие ресурсами, выгодным географическим положением или емким рынком сбыта. Тип 4. Периферийные - слаборазвитые регионы [35]. Автор придерживается мнения, что интересы бизнеса в регионах крайне дифференцированы: в базовых регионах - активное участие в социальной политике, в регионах экспансии - менее активное, в полупериферийных и периферийных регионах-минимальное. Из этого следует очень разная степень готовности участвовать в реализации социальной политики.

Классификация регионов в авторской редакции более общепринято могла бы наложиться на регионе-доноры, регионы-реципиента в их числе кризисные регионы.

Для базовых регионов крупных компаний спектр социальной политики может быть наиболее широким и по направлениям, и по пространственному охвату (весь регион). Координирующая роль остается за региональными властями, но при выборе форм социальной политики наиболее важной представляется ориентация бизнеса на развитие человеческого капитала, а не на социальную защиту, которую в силах организовать сами региональные власти.

В полупериферийных регионах региональные власти должны начать с усилий по привлечению и закреплению бизнеса, чтобы затем получить локальные (точечные) социальные инвестиции в тех городах и районах, где он будет развиваться [18]. В периферийных регионах. Проблемы этих регионов могут быть решены только в рамках крупных государственных программ и при жестком контроле расходования средств. Единственная приемлемая форма участия крупного бизнеса в развитии периферийных регионов - реализация репутационных, имиджевых проектов социального характера.

Для регионов разного типа «коридор возможностей» взаимодействия бизнеса и власти будет существенно различаться, и это необходимо принимать во внимание при разработке социальной политики. Второй основной вывод - крупный бизнес не может и не должен быть ведущим актором в подъеме слаборазвитых регионов, это функция государства.

Следует отметить, что в России финансирование социальной политики, в том числе региональной, обеспечивается в основном государством (Пенсионный фонд, Фонд социальной защиты, фонд обязательного медицинского страхования- с их региональными подразделениями) [33].

Современная система социальной защиты населения призвана выступать, инструментом управления социальными рисками. Чем выше неустойчивость экономического развития, чем глубже социальная напряженность, тем выше вероятность попадания в группу социального риска. Понимание социального риска как закономерного и объективного массового социального явления, затрагивающего определенные, весьма значительные социально-

демографические и профессиональные группы и слои населения, а вместе с тем, требующего признания необходимости комплексного подхода к его управлению нашло отражение в ряде работ. [39]

Для реализации этих позиций разрабатываются социальные программы:

- собственные программы компании;
- программы партнерства с местными, региональными и федеральными органами государственного управления;
- программы партнерства с некоммерческими организациями;
- программы сотрудничества с общественными организациями и профессиональными объединениями;
- программы информационного сотрудничества со СМИ.

Мотивы социальной ответственности бизнеса состоят в следующем:

1. Развитие собственного персонала позволяет не только избежать текучести кадров, но и привлекать лучших специалистов на рынке.
2. Рост производительности труда в компании. [45]
3. Улучшение имиджа компании, рост репутации.
4. Реклама товара или услуги.
5. Освещение деятельности компании в СМИ.
6. Стабильность и устойчивость развития компании в долгосрочной перспективе.
7. Возможность привлечения инвестиционного капитала для социально-ответственных компаний выше, чем для других компаний.
8. Сохранение социальной стабильности в обществе в целом.
9. Налоговые льготы.

Основные движущие силы, побуждающие бизнес к проведению социальной политики, можно разграничить по типам субъектов, от которых они исходят:

- 1) давление власти;
  - 2) давление местного сообщества, на территории которого бизнес осуществляет свою предпринимательскую деятельность;
  - 3) внутренняя мотивация собственников и топ - менеджеров компаний.
- Давление власти предстает как политические действия, направленные на привлечение бизнеса к поддержке текущей деятельности объектов социальной сферы, реализации социальных программ и проектов, инициируемых властью [62].

Давление со стороны местного сообщества предстает как ожидания поддержки бизнесом деятельности объектов социальной сферы, благоустройства города, материальной помощи ветеранам, пенсионерам, малоимущим.

Во взаимодействии власти и бизнеса при реализации социальной политики просматриваются три основные модели:

- 1) административное принуждение;
- 2) торг вокруг условий поддержки бизнесом социальных программ и проектов власти;

3) невмешательство власть не занимает активной позиции по отношению к внутренней и внешней социальной политике, проводимой бизнесом, а бизнес осуществляет ее независимо от власти. [46]

Основываясь на выводах ученых, приведенных выше, можно сказать, что российский бизнес, родившийся в конце 1980-х, пока не созрел до решения социальных вопросов на уровне своих зарубежных европейских и североамериканских партнеров. Как считает академик РАН, Николай Шмел, в русский бизнес пока еще жаден, социально слабо ориентирован, нацелен только на прибыль не ниже 150-200%, зарплата в 5-6 раз ниже, чем в Европе, а наценки на товары доходят до 80-100%, квадратный метр жилья стоит 5-6 тыс. долл. «Это положение бизнесменов безнадежно избаловано заоблачной прибылью» - считает академик. [41]

Общая система затрат на социальные проекты бизнеса составляют около 500 млн. долларов в год, а затраты государства и регионов примерно в 10 раз выше, что говорит о необходимости усиления социальной ориентации предпринимательства. [47] Внутренняя социальная политика корпораций складывается следующим образом: [35]

Развитие персонала - около 43%;

Природоохранная деятельность и ресурсосбережение - 14%;

Местное сообщество - около 9%;

Добросовестная деловая практика в отношении партнеров и потребителей - 8%;

Зарегистрированный показатель - 0,9%;

Здоровье работников - 14%;

Прочие - 11%.

Итак, развитие российских регионов в социально-экономическом аспекте может быть улучшено посредством повышения социальной ответственности предпринимательства. Во-первых, развития социальной ответственности бизнеса как системного элемента стиля деловой активности, принимаемого бизнесом добровольно и оказывающего значимое влияние на процесс принятия стратегических решений по использованию ограниченных производственных ресурсов. Во-вторых, повышения функциональной роли человеческого капитала в процессах формирования конкурентоспособности регионов в условиях глобальной конкуренции и перехода к экономике знаний. В-третьих, усиления мотиваций для социальных инвестиций со стороны частных бизнес-структур, которые посредством развития человеческого капитала создают предпосылки для роста размеров получаемой прибыли в долгосрочном периоде [32].

Интеграция отмеченных процессов позволит активно использовать фактор социальной ответственности бизнеса в региональном развитии. Для успеха политики социальной ответственности компании важен не только и не столько объем средств, которые компания расходует на социальные программы. Важно, как она их расходует, какой получает результат на один затраченный рубль или доллар, а также:

- держит ли компания слово, соответствует ли ее практика заявленным принципам и целям;

- имеют ли представление работники компании о ее усилиях и разделяют ли работники позицию и подходы компании;
  - есть ли взаимосвязь между тем, как компания ведет бизнес, и ее социальными программами;
  - имеют ли представление потребители, партнеры, клиенты компании о ее политике и социальной программе, как они к этому относятся;
  - как относится общество в целом к усилиям компании, причем как в регионах присутствия, так и (для крупных компаний) в целом в стране.
- В зависимости от качества реализуемой политики в области корпоративной социальной ответственности компания может быть отнесена к одной из соответствующих групп (таблица 13).

Таблица 13 - Классификация компаний с различным уровнем корпоративной социальной ответственности

1-й уровень: социально-безответственный бизнес (теневой)
Отсутствие документального оформления трудовых отношений
Неуплата налогов и страховых взносов
Выпуск и реализация контрафактной продукции
Запрет на создание профсоюзной организации
Нарушение трудового законодательства в части обеспечения безопасных условий труда, его оплаты и соблюдения режима рабочего времени
2-й уровень: базовый социально-ответственный бизнес (законопослушный)
Соблюдение норм трудового законодательства
Своевременная уплата налогов, страховых взносов и иных платежей
Наличие профсоюзной организации
Заключение и реализация коллективного договора в течение 5 и более последних лет
Соблюдение норм и положений основополагающих конвенций МОТ
3-й уровень: развивающийся социально-ответственный бизнес
Соблюдение норм трудового и налогового права, права социального обеспечения и иных отраслей законодательства
Наличие профсоюзной организации
Заключение и реализация коллективного договора на протяжении всего периода функционирования
Наличие корпоративного социального пакета
Участие в развитии социнфраструктуры региона общим объемом вложений до 5% от суммы прибыли
4-й уровень: высокоразвитый социально-ответственный бизнес
Соблюдение норм трудового, налогового права, социального обеспечения и иных отраслей законодательства
Наличие профсоюзной организации и коллективно-договорного регулирования социально-трудовых отношений на протяжении всего периода функционирования
Получение организацией скидок к страховым тарифам по обязательному социальному страхованию от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний за постоянное улучшение условий и охраны труда
Наличие корпоративного социального пакета
Постоянное участие во Всероссийском конкурсе "Российская организация высокой социальной эффективности"
Участие в развитии социнфраструктуры региона общим объемом вложений до 5% от

суммы прибыли
Наличие новаторских идей и их реализация в сфере социального развития организации и инфраструктуры ее местонахождения

Таким образом, Российское деловое сообщество осознало, что социальная деятельность компаний может производить экономический эффект.

Российские предприниматели вслед за своими зарубежными коллегами признали корпоративную социальную ответственность эффективным инструментом управления в рамках долгосрочной стратегии развития организации.

За рубежом в последние несколько десятилетий исследования, посвященные экономическому анализу эффективности социально ответственных компаний, ведутся постоянно. Рассмотрим экономические и социальные показатели эффективности деятельности организаций малого и среднего бизнеса.

Критерии оценки социальной ответственности бизнеса могут быть различными в зависимости от ряда факторов. Например, в каком регионе работает компания, какова ее величина, структура капитала и т.д.

В качестве критериев может выступать оценка охраны окружающей среды, качества производимых товаров и услуг, отношений с работниками, активности в различных благотворительных программах.

Чем выше уровень развития общества, тем строже эти критерии. Под воздействием внешних факторов организации вынуждены становиться информационно прозрачными и социально ответственными.

Однако это дает бизнесу и значительные преимущества, серьезно улучшаются финансовые показатели тех компаний, которые закладывают социальную ответственность в свою миссию. Конкретные экономические выгоды здесь могут быть следующие:

- рост продаж и улучшение позиции на рынке;
- увеличение производительности труда;
- рост стоимости компании за счет повышения оценки ее репутации;
- облегчение доступа к инвестициям;
- ослабление контроля со стороны государственных органов и др..

Планирование социальной ответственности бизнеса включает:

- выбор показателей оценки со стороны социальных партнеров;
- расчет уровня на основе выбранных показателей;
- факторный анализ изменения уровня социальной ответственности;
- выбор социальных программ и социальных инвестиций.

Выбор показателей для оценки производится с учетом:

а) формата корпоративной социальной ответственности;

б) рекомендаций международных стандартов (таблица 14) и руководств по оценке корпоративной социальной ответственности с конкретизацией набора экономических, социально-экономических и эколого-экономических показателей, значимых соответственно для профсоюзов, муниципальных и региональных органов власти.

Таблица 14 - Группы показателей оценки корпоративной социальной ответственности организации и их значимость («весомость  $W_i$ »)

Группы показателей	Социальные партнеры		
	профсоюзы	муниципальные	региональные
Экономические показатели	1. Среднемесячный совокупный доход работника компании, руб. - $D_n$ $W_i = 0,3$	1. Производство компанией добавленной стоимости на территории (с учетом инфляции), руб. - $ДС_m$ $W_i = 0,1$	1. Производство компанией добавленной стоимости (с учетом инфляции), руб. - $ДС_r$ $W_i = 0,1$
	2. Коэффициент текучести кадров компании, % - $O_i$ $W_i = 0,2$	2. Среднесписочная численность работников компании на территории, чел. - $Ч_{рм}$ $W_i = 0,1$	2. Общая среднесписочная численность работников компании, чел. - $Ч_{рр}$ $W_i = 0,1$
	-	3. Среднемесячный совокупный доход работника компании на территории, руб. - $Д_m$ $W_i = 0,1$	3. Среднемесячный совокупный доход работника компании, руб. - $Д_r$ $W_i = 0,1$
Группы показателей	Социальные партнеры		
	профсоюзы	муниципальные	региональные
Социально-экономические показатели	3. Среднегодовая покупательная способность совокупного дохода работника компании, ед. - $П_{сн}$ $W_i = 0,1$	4. Налоговые платежи компании в местный бюджет (с учетом инфляции), руб. - $НП_m$ $W_i = 0,4$	4. Налоговые платежи компании в региональный бюджет (с учетом инфляции), руб. - $НП_r$ $W_i = 0,3$
	4. Коэффициент частоты общего производственного травматизма (на 1000 работников персонала) - $Т_{рп}$ $W_i = 0,2$	5. Затраты компании на социальные инвестиции и благотворительные акции на территории, руб. - $СИ_m$ $W_i = 0,2$	5. Среднегодовая покупательная способность совокупного дохода работника компании; ед. - $П_{ср}$ $W_i = 0,1$
	5. Удельный вес рабочих мест в их общем количестве, не соответствующих санитарно-гигиеническим нормам и условиям труда, - $Р_{мп}$ $W_i = 0,2$	-	6. Общие затраты компании на социальные инвестиции и благотворительные акции, руб. - $СИ_r$ $W_i = 0,2$
Эколого-экономические показатели		6. Платежи компании за негативное воздействие на окружающую среду территории, руб. - $ЭК_m$ $W_i = 0,1$	7. Общие платежи компании за негативное воздействие на окружающую среду, руб. - $ЭК_r$ $W_i = 0,1$

«Оценщиками» корпоративной социальной ответственности выступают ее социальные партнеры:

- 1) профсоюзы;
- 2) муниципальные органы власти;
- 3) региональные органы власти.

В таблице 14 приведены показатели оценки корпоративной социальной ответственности с позиций данных партнеров [8].

Основными принципами отбора показателей могут быть приняты:

1. Необходимость и достаточность для характеристики ожиданий партнеров компании.

2. Отсутствие мультиколлинеарности между показателями, означающее относительную независимость показателей друг от друга, что необходимо для корректного факторного анализа.

3. Доступность информации из существующих статистических и отраслевых источников.

4. Устойчивость выбранных показателей во времени, т.е. их инвариантность относительно резких конъюнктурных изменений.

5. Применяемость данных показателей для принятия управленческих решений по регулированию социально-трудовых и социально-экономических отношений социальных партнеров.

Расчет уровня социальной ответственности в динамике. Для анализа применяется индексный метод по отношению к выбранному базовому периоду оценки. Этот метод позволяет вычислить частный интегральный индекс, который оценивает социальную ответственность организации в конкретном году по отношению к базовому году с позиций конкретного «оценщика» с учетом каждого показателя. Индексы рассчитываются по формуле:

$$I_{kks} = \sum_i \Delta_i X_{bi} \times W_i \quad (1.1)$$

где:  $I_{kks}$  - индекс социальной ответственности по  $i$ -му показателю;

$\Delta_i$  - разница между текущим и базовым значением  $i$ -го показателя,

$X_{mi} - X_{bi}$

$W_i$  «вес»  $i$ -го показателя.

Формулу можно представить как:

$$I_{kks} = \sum_i \left( \frac{X_{mi} - X_{bi}}{X_{bi}} \right) \times W_i = \sum_i \left( \frac{X_{mi}}{X_{bi}} - 1 \right) \times W_i \quad (1.2)$$

Показатели, увеличение которых ведет к подъему уровня социальной ответственности, называются «нормально-положительными» показателями (количество «нормально-положительных» показателей).

Показатели, уменьшение которых ведет к подъему уровня социальной ответственности, называются «нормально-отрицательными» показателями. Тогда формула (2) для расчета индекса социальной ответственности принимает следующий вид:



$$I_{ккс} = \sum_{i=1}^m \left( \frac{X_{mi}}{X_{bi}} - 1 \right) \times W_i + \sum_{i=m+1}^n \left( 1 - \frac{X_{ni}}{X_{bi}} \right) \times W_i \quad (1.3)$$

Данная формула приводит нормально-отрицательные показатели к нормально-положительному виду, что позволяет суммировать множество разнонаправленных показателей в единый интегральный индекс  $KCOI_{ксоб}$

Анализ деятельности органов управления корпоративной социальной ответственностью предполагает: оценку нормативного обеспечения процесса управления социальной ответственностью, структуры управления социальной ответственностью, наличие и оценку уровня программ обучения в области социальной ответственности, количество и типы реализуемых социальных программ, а также процедуру доведения до сведения заинтересованных сторон результатов реализации социальных программ компании.

Чтобы оценить социальные инвестиции, осуществляемые данной компанией, необходимо использовать количественные и качественные индексы социальных инвестиций, отражающих масштаб и степень комплексности реализуемой компанией политики в области корпоративной социальной ответственности (таблица 15) [32, с. 23].

Таблица 15 - Направления анализа и оценки на основе индексов социальных инвестиций

Область оценки	Направления анализа
Количественные индексы	Величина социальных инвестиций на одного работника компании (IL) Доля социальных инвестиций в валовых продажах компании (IS) Доля социальных инвестиций в балансовой прибыли компании (IP)
Качественные индексы	Институциональное оформление социальной политики. Система учета социальных мероприятий. Комплексность осуществляемых социальных инвестиций

При анализе результатов оценки уровня социальной ответственности следует учитывать, что положительные индексы ( $I_{ккс} > 0$ ) указывают на рост социальной ответственности компании (в долях единицы или процентных пунктах) по отношению к предыдущему году. Отрицательные значения индексов указывают на снижение социальной ответственности по отношению к базовому году.

Факторный анализ изменения индексов каждого показателя позволяет оценить, во-первых, вклад того или иного показателя в изменение уровня социальной ответственности, во-вторых, изменение этих показателей и их влияние на уровень корпоративной социальной ответственности во времени.

Учет изменения во времени интегрального индекса корпоративной социальной ответственности перед каждым из социальных параметров позволит выявить тенденции изменения каждого индекса по каждому показателю, что предоставит репрезентативный массив информации для прогноза индекса на бу-

дущие периоды времени, т.е. представить индекс  $I_{кксо}$  как временную функцию  $I_{кксо} = f(t)$ .

Следует заметить, что прогнозный период времени  $t_{nnp}$  при этом должен быть тщательно обоснован с учетом сохранения условий функционирования предприятий и условий партнерства с каждым из партнеров. Такой прогноз позволит разработать соответствующие мероприятия для предупреждения возможных негативных с точки зрения социальных партнеров тенденций изменения во времени или иного индекса по  $i$ -му показателю.

При выборе социальных программ и социальных инвестиций ограничительным фактором выступает объем финансовых средств, необходимых на их реализацию.

С помощью основных инструментов и механизмов корпоративной социальной политики: развития и совершенствования социального партнерства, внедрения международной социальной отчетности, использования социального консалтинга, практического внедрения социального аудита создается широкое «поле» социальной ответственности бизнеса, которое в свою очередь является самой благодатной почвой для повышения уровня и качества жизни населения, роста деловой репутации компаний.

Алгоритм планирования социальной ответственности заключается в использовании базовых социальных нормативов. Исходными параметрами для планирования социальной ответственности являются показатели основной производственной деятельности в натуральном и стоимостном выражении, которые задают численность и структуру персонала, а также размер фонда оплаты труда (ФОТ) (отношение фонда оплаты труда к валовой выручке представляет собой важнейший социальный норматив).

Далее следует определение размера социального бюджета как консолидированного социального пакета работников предприятия. Соотношение последнего с ФОТ - еще один социальный норматив. На сегодняшний день на отечественных предприятиях он примерно составляет 5-6%. Распределение социального бюджета по отдельным программам зависит от социальных приоритетов и конкретных условий жизнедеятельности той или иной организации.

Современные менеджеры владеют данными методиками и применяют их с целью усиления социальной ответственности, что также характеризует их как компетентных специалистов в области управления и развития компании.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Взаимодействие рынка труда и рынка образовательных услуг в условиях глобальных социально-экономических перемен – это многоуровневое и сложное явление. Появилась новая многоуровневая система образования, появились новые стратегии государства, появилось новое требование работодателя – привести на рынок труда толкового, компетентного управленца.

Экономика нового времени определила новые требования к вузам, готовящим таких специалистов в управлении. Наиболее ярким примером здесь стали вузы, занимающиеся подготовкой менеджеров по новым государственным образовательным стандартам и формирующим их новые профессиональные качества – конкурентоспособность и профессиональную успешность. Влияние вузов на формирование конкурентоспособности бакалавров-менеджеров как фактора профессиональной успешности на рынке труда очевидно. Однако, помимо конкурентоспособности как качества выпускника, вузам нужно формировать конкурентоустойчивость бакалавров, так как это сегодня обязательное условие успеха на рынке труда.

В современных условиях хозяйствования конкурентоспособность и эффективность деятельности предприятий в значительной степени зависит от уровня их потенциала и его использования. Однако, даже если предприятие имеет достаточный производственный, инновационный, маркетинговый и инвестиционный потенциалы, ему не всегда удастся достичь поставленных целей. Это объясняется тем, что недостаточно используется управленческий потенциал, который необходимо рассматривать как основной рычаг влияния на эффективность деятельности предприятий. Управленческий потенциал предприятия является важнейшим внутренним ресурсом, который способен создавать новые конкурентные преимущества для предприятия и характеризует в совокупности уровень профессионально-квалификационного развития работников аппарата управления, их творческие возможности и организационную способность обеспечить управленческую деятельность.

Интерес к формированию конкурентоустойчивости менеджеров очевиден сегодня не только в экономической, но и в социальной, психолого-педагогической сфере развития общества. Социально-экономические связи становятся приоритетными в системе современного высшего образования. Проблема формирования конкурентоустойчивости является комплексной, пролангированной во времени, ее решение возможно в процессе образовательно-профессиональной деятельности, а базовый уровень закладывается в процессе профессионального обучения. Этапы формирования в качестве целевой функции предполагают конкурентоориентированность, конкурентоспособность и собственно конкурентоустойчивость. Совокупность этих критериев обеспечивает достижение конкурентоспособности менеджера, а значит, положительно влияет на репутацию фирмы, в которой он осуществляет профессиональную деятельность, то есть формирует социальную ответственность бизнеса.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абдразаков Р.И. Многокритериальный подход к оценке конкурентоспособности организации / Р. И. Абдразаков // Менеджмент в России и за рубежом. - 2010.- № 2. - С. 11-15.
2. Абдразаков Р.И. Интегральный подход к определению конкурентоспособности организаций / Р. И. Абдразаков // Менеджмент в России и за рубежом. - 2011.- № 2. - С. 103-111.
3. Андреев В.И. Конкурентология. Учебный курс для творческого саморазвития конкурентоспособности. Казань: Центр инновационных технологий. - 2004. - 468с.
4. Антонов Г.Д. Управление конкурентоспособностью организации: учебное пособие.- М.: Инфра-М, - 2013. - 300 с.
5. Арцев М.Н. Психодиагностическая модель профессиональной компетентности менеджера инновационного образовательного учреждения: дис....канд. псих. наук. - Тверь, 2002. - 180с.
6. Беспалов М.В. Анализ процесса формирования и развития российской инновационной экономики в современных экономических условиях / М. В. Беспалов // Экономический анализ: теория и практика. - 2010.- № 6. - С. 25-32.
7. Борисенко С.А. Профессиональная подготовка конкурентоспособных специалистов в области экономики: дис... канд. пед. наук. - Комсомольск-на-Амуре, - 2004. - 219 с.
8. Возилова Е.В. Кадровая политика предприятия в условиях кризиса // Экономическое развитие регионов Российской Федерации: проблемы и перспективы: материалы межвузовской науч.-практ. конференции ЧОУ ВПО «Южно-Уральский институт управления и экономики. - Челябинск, - 2010. – 132 с.
9. Гапоненко А.И. Современный рынок знаний // Проблемы теории и практики управления. – 2010. - № 6. – С. 55 – 64.
10. Долгов Д.И. Эргатические системы управления как фактор повышения конкурентоспособности продукции и предприятия / Д. И. Долгов // Экономический анализ: теория и практика. - 2011.- № 17. - С. 12-16.
11. Дрепина О.А. Разработка направлений совершенствования подготовки управленческих кадров: методические подходы: диссертация ... кандидата экономических наук. - Барнаул, 2004. - 164с.
12. Ерохина Е.В. Проблемы формирования нового кадрового потенциала для инновационной региональной экономики / Е.В. Ерохина // Экономический анализ: теория и практика. - 2012.- № 1. - С. 23-33.
13. Завьялова Т.А. Теоретические аспекты оценки потенциала конкурентоспособности национальной экономики / Т. А. Завьялова // Экономический анализ: теория и практика. - 2010.- № 19. - С. 29-31.
14. Зборовский Г.А. Высшее образование и бизнес: проблемы институционального взаимодействия / Г. Зборовский // Высшее образование в России. – 2007. – №1. – С. 137–145.

15. Илышев А.М. Инновационный анализ как инструмент формирования привлекательного образа компании в маркетинговой и конкурентной среде / А. М. Илышев, Ю. С. Сахно // Экономический анализ: теория и практика. - 2010.- № 27. - С. 2-7.
16. Исламова Н.В. Системный анализ экономического потенциала субъектов малого предпринимательства / Н.В. Исламова // Экономический анализ: теория и практика. - 2009.- № 18. - С. 64- 69.
17. Калачев А.М. Сравнительный анализ существующих подходов к балльной оценке кадрового потенциала организации // Менеджмент в России и зарубежом. – 2012. - № 2. – С. 120 – 127.
18. Киржбаум О.В. Повышение конкурентоспособности выпускников вузов на рынке труда: организационный аспект: дис. ... канд. экон. наук. - Омск, 2007. - 218с.
19. Кирилук О.М. Формирование конкурентоспособного выпускника вуза // Ректор вуза. - 2008. - № 1. - С. 24 - 38.
20. Конкурентоспособность российской экономики: монография. -М.: ВЗФЭИ, 2008. - 352 с.
21. Королева В.А. Оценка социального заказа на подготовку кадров в многоуровневой системе образования России / В. Королева, О. Логунова, П.Макарычев // Проблемы теории и практики управления. – 2012. - № 5. – С. 43 – 52.
22. Котляр Б.А. Социальное партнерство и конкурентоспособность. - М. Типография «Новости», 2006. - 616 с.
23. Красовская Л.С. Механизм управления кадрами / Л.Красовская // Менеджмент в России и зарубежом. - 2009. - № 4. –С. 101 – 107.
24. Лихачев М. Реструктуризация крупной компании как компонент эффективного управления и инструмент повышения ее конкурентоспособности / М. Лихачев // Проблемы теории и практики управления. - 2010.- № 3. - С. 32-32.
25. Львов Л.В., Перезовова О.В. Феномен конкурентоспособности в профессиональном образовании менеджеров // Международный научный журнал «Мир науки, культуры, образования». - 2010. - № 1. - С. 169 – 178.
26. Мазилкина Е.И. Управление конкурентоспособностью: учебное пособие. -М.: Омега-Л, -2008. -325 с.
27. Микитюк В.А. Долговременная стратегия как основа управления социально-экономическим комплексом региона / В. А. Микитюк // Проблемы теории и практики управления. - 2010.- № 8. - С. 74-83.
28. Миляева Л.И. Конкурентоспособность выпускников в системе современного социально-экономического пространства // Управление качеством. - 2008. - № 4. - С.16-28.
29. Мильнер Б.З. Инновационная экономика знаний // Проблемы теории и практики управления. – 2010. - № 6. – С. 37 – 46.
30. Мохначев С.А. Теоретико-методологические основы управления конкурентоустойчивостью высшего учебного заведения. – Екатеринбург, 2010. – 160с.

31. Остервальд Я., Взаимодействие между университетом и бизнесом // Проблемы теории и практики управления. 2010. № 6. С. 65 – 69.
32. От перераспределения благ к созданию процветания: выводы из Индекса глобальной конкурентоспособности (из доклада Всемирного экономического форума и Евразийского института конкурентоспособности) // Вопросы экономики. 2011.- № 8. С. 4 - 40.
33. Пармененков К.Н. Управление процессом развития конкуренции и монополизации в условиях повышения конкурентоспособности России. / К. Н. Пармененков. М.: ИНФРА-М, 2009. - 80 с.
34. Переверзев П.П. Эффективность обучения менеджеров применению информационных систем в управленческом учете // Торгово-экономические проблемы регионального бизнес-пространства. 2013. № 1. С. 75 – 77.
35. Перезовова О.В. Экономический (рыночный) подход в формировании инновационной компетентности специалистов // Управление инновационным развитием экономики: теория, методология, практика. Сборник посвящается 95-летию Финансового университета при Правительстве Российской Федерации. Челябинск, 2014. С. 152-155.
36. Перезовова О.В. К вопросу о формировании конкурентоустойчивости менеджеров в условиях реформирования экономики и образования // Universum: психология и образование. 2014. № 2 (3). С. 8.
37. Перезовова О.В. Актуальные вопросы формирования конкурентоустойчивости менеджеров в вузе в условиях инновационного развития региональной экономики и рынка труда // Международный научно-исследовательский журнал. 2013. № 7 – 4 (14). С. 81-82.
38. Петров А. А. Наука и образование как элементы стратегии экономического роста России / А. А. Петров, М. В. Аристова // Экономическое возрождение России. – 2010. – №1(23). – С. 45–50.
39. Плахова Л.В. Оценка внутренних ресурсов предприятия в условиях кризиса / Л.В. Плахова, Н.В. Захаркина // Экономический анализ: теория и практика. - 2010.- № 20. - С. 29-35.
40. Положение о профессиональном стандарте / Утверждено распоряжением Президента РСПП № РП-46 от 28 июня 2007 г.
41. Попадюк Т.Г. Конкурентоспособность промышленности в новой экономике: стратегия управления / Т. Г. Попадюк; ВЗФЭИ. - М.: ВЗФЭИ, 2009.
42. Расторгуева Н.Ф. Качество образования – залог конкурентоспособности // Высшее образование в России. - 2009. № 1. С. 32-38.
43. Резанович Е.А. Профессиональный потенциал менеджеров как фактор повышения конкурентоспособности промышленного предприятия: автореф. дис. ... канд. экон. наук. - Челябинск, 2009. - 26с.
44. Резанович И.В. Методология развития профессионального мастерства менеджера: монография. - Челябинск: ЮУрГУ, 2005. - 256с.
45. Резанович И.В. Бизнес-образование: профессиональное развитие менеджеров: монография. - Челябинск: ЮУрГУ, 2005. - 291с.

46. Резник С.Д., Коновалова Е.С., Сочилова А.А. Конкурентоориентированность и конкурентоспособность студенческой молодежи России. Опыт, проблемы, перспективы. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013г. – 213с.
47. Резник С.Д., Сочилова А.А. Основы личной конкурентоспособности. Учебное пособие. – М.: Инфра-М, 2010. -312с.
48. Резник Г. А. Подготовка инновационно-ориентированного специалиста как предпосылка модернизации отечественной экономики/ Г. А. Резник, С. Г. Чувакова //Экономическое возрождение России. – 2010. – №3(25). – С. 31–37.
49. Савзиханова С.Э. Инновационные формы горизонтальной интеграции вузов как механизм формирования кадрового потенциала предпринимательства / С.Э. Савзиханова // Экономический анализ: теория и практика. - 2010.- № 40. - С. 38-41.
50. Савзиханова С.Э. Инновационные формы горизонтальной интеграции вузов как механизм формирования кадрового потенциала предпринимательства / С.Э. Савзиханова // Экономический анализ: теория и практика. - 2010.- № 4. - С. 93 - 100.
51. Сергеева М. Г. Подготовка специалистов экономического профиля по средствам разработки модели профессиональной компетентности на пути экономического возрождения/ М. Г. Сергеева // Экономическое возрождение России. – 2008. – №2(16). – С. 63 – 68.
52. Современный менеджмент: учебник / под ред. М.М. Максимцова, В.Я.Горфинкеля. - М.: Вузовский учебник, 2012. - 299с.
53. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года / Распоряжение Правительства Российской Федерации № 2227-р от 8 декабря 2011 года
54. Сурин А.В. Инновационный менеджмент: учебник / А.В. Сурин, О.П. Молчанова. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 368 с.
55. Тарануха Ю.В. Конкуренция и конкурентные стратегии (в структурно-логических схемах): учебно-методическое пособие / Ю. В. Тарануха. - М.: Дело и Сервис, 2008. - 272 с.
56. Тупчиенко В.А. Международные сопоставления развития науки и инноваций / В. А. Тупчиенко // Экономический анализ: теория и практика. - 2011.- № 5. - С. 8-15.
57. Удалов О.Ф. Кадровый потенциал и рост эффективности управления на промышленных предприятиях / О.Ф. Удалов, О.Ф. Алехин, Э.Л. Патронов // Менеджмент в России и зарубежом. – 2009. - № 4. – С. 93 – 100.
58. Управление высшим учебным заведением в условиях инновационной экономики / А. Н. Асаул, Б. М. Капаров; под ред. д-ра экон. наук, проф. А. Н. Асаула. – СПб.: Гуманистика, 2007. – 280 с.
59. Филобокова Л.Ю. Конкурентоспособность, рыночная, финансовая и экономическая устойчивость малого предпринимательства: сущность, методические подходы к оценке / Л. Ю. Филобокова // Экономический анализ: теория и практика. - 2010.- № 42. - С. 2-13.

60. Фиров Н.В. Методологические основы оценки конкурентоспособности предприятия // Экономический анализ: теория и практика, - 2013. - № 22. - С. 2 - 9.
61. Фокин К.Б. К вопросу эффективности службы подбора персонала и определения значимых факторов при комплектовании вакансий // Менеджмент в России и зарубежом. – 2009. - № 6. – С. 120 – 135.
62. Фомченкова Л.В. Анализ факторов конкурентоспособности организаций на различных стадиях жизненного цикла / Л. В. Фомченкова // Экономический анализ: теория и практика. - 2010.- № 33. - С. 46-52.
63. Хлыстова О. Управление бизнес-процессами: методологические принципы / О. Хлыстова // Проблемы теории и практики управления. - 2010.- № 3. - С. 14-22.
64. Царев В.В. Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций). Теория и методология.: учеб. пособие / В. В. Царев, А. А. Кантарович, В. В. Черныш. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 799 с.
65. Чубайс А. Инновационная экономика в России: что делать? / А. Чубайс // Вопросы экономики. - 2011.- № 1. - С. 120-126.
66. Шамарова Г.М. Проблемы управления человеческим потенциалом / Г.М. Шамарова // Управление персоналом. – 2008. -№ 8. – С. 50 -54.
67. Шемятихина Л.Ю. Рынок труда профессиональных менеджеров в России // Фундаментальные исследования. – 2007. – № 12 – стр. 134-136
68. Щепетова Д.Е. Внутренний аудит и конкурентоспособность предприятия / Д. Е. Щепетова // Аудиторские ведомости. - 2010.- № 7. - С. 20-27.
69. Эминова Н.Э. Разработка эффективной стратегии инновационного развития предприятия в современных условиях / Н. Э. Эминова // Экономический анализ: теория и практика. - 2011.- № 14. - С. 21-25.
70. Юрасов И. К вопросу оптимизации отношений между работодателями и системой высшего профессионального образования / И. Юрасов, Н. Попова // Человек и труд. – 2009. – №7. – С. 47–48.
71. Экономический рост и конкурентоспособность России: тенденции, проблемы и стратегические приоритеты: сб. науч. ст. по мат. междунауч. науч.-практ. конф. ВЗФЭИ (24 – 25 апр. 2012г.). Т.1. М.: Финансовый университет, 2013. 448 с.





**Перевозова Ольга Владимировна**

Кандидат педагогических наук, доцент, профессор Российской академии естествознания, доцент кафедры «Менеджмент и маркетинг» Челябинского филиала Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.

Научные интересы связаны с теорией и практикой формирования конкурентоспособности менеджеров. Автор более 200 научных работ в области менеджмента и экономики.