

УДК 159.9

НЕКОТОРЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ПОНИМАНИИ ПРИРОДЫ КОНКУРЕНЦИИ И ФЕНОМЕНОЛОГИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

О.А. Клюева

Тверской государственной университет

Теоретический обзор исследований проблемы конкурентоспособности личности и анализ операционализации, измерений показал, что необходим не только субъектно-деятельностный, но и ситуативный подход при описании феноменологии конкурентоспособности личности с учетом модели конкуренции. В противном случае это приводит к редукции содержания понятия и сведению его содержания к одному из компонентов.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, компетенции, инновации, личность, деятельность.

Для управления комплексом компетенций, повышающих благосостояние страны в условиях конкуренции, разработаны факторные модели оценки конкурентоспособности (Международный институт управления развитием, Лозанна (IMD); Всемирный экономический форум, Давос (ВЭФ), включающие экспертные оценки топ-менеджеров и специалистов большинства стран. Такие критерии, как предпринимательство, инновационная компетентность, мотивация рабочих и др., являются факторами конкурентоспособности государства [36; 37].

Однако исследование феноменологии конкурентоспособности невозможно без анализа сложившихся тенденций в понимании природы конкуренции, иначе это приводит к редукции содержания понятия [10].

Начиная с представлений в натурфилософии о том, что борьба есть источник всего существующего в природе и социальном бытии: «Борьба – отец всего и всему царь. Одним она определила быть богами, а другим – людьми. А [из тех] одним – рабами, а другим – свободными. Борьба всеобща ...» [5, с. 276].

В современной междисциплинарной теории биологический детерминизм обуславливает понимание конкуренции как формы борьбы всего существующего [21].

Несомненно, конкуренция – существенная черта различных видов деятельности, в которых происходит столкновение интересов. Поэтому, изначально состязательные отношения требовали стимулирования и регуляции [2; 15].

Начиная с древнегреческого периода до неоклассического подхода в экономике материальная заинтересованность

рассматривается как основа состязательности между работниками в процессе труда [8].

Именно понимание конкуренции как борьбы за существование, получение прибыли путем использования наиболее выгодных условий производства, сбыта продукции или стремления как можно лучше соответствовать критериям доступа к редким благам является детерминирующим условием лучшего использования способностей и знаний, для развития и создания инноваций [12; 33; 30].

Но с периода введения конкуренции как научного понятия подчеркивались иные аспекты. В теории общественного договора Т. Гоббс, описывая человеческую природу, считал, что она (природа человека) первоначально побуждается только эгоизмом — стремлением к самосохранению и наслаждению. Равенство способностей человека порождало равенство надежд на достижение целей. Поэтому естественным состоянием человека была война всех против всех (*bellum omnium contra omnes*). По мнению Гоббса, существовало три «причины войны» - соперничество, недоверие, жажда власти [6].

Ж.-Ж. Руссо, рассуждая о причинах социального неравенства, подчеркивал, что основа конкуренции – всеобщее стремление к славе, почестям и отличиям, которое заставляет развивать и сравнивать дарования и силы [22].

Идеи Клода Гельвеция о том, что из двух чувств – любви к удовольствию и отвращения к страданию – возникает третье чувство – любви к себе. Именно любовь к себе порождает, в свою очередь страсти, стремление к счастью и интересы, которые являются главной движущей силой общественного развития («самолюбие есть единственное основание, на котором можно построить фундамент полезной морали»), оказали влияние на мыслителей XIX в., которые подчеркивали социальные аспекты конкуренции [4].

Проблема конкуренции широко освещались в различных школах социальных теоретиков – утилитаризмом (Й. Бентам, Дж. Милль и др.), социал-дарвинизмом (Дж. Самнер), социологией Спенсера [25].

Представители утилитаризма предлагают модель социальной деятельности, в которой индивидуумы сознательно преследуют свои личные интересы, а общество – не более чем масса индивидуумов, сведенных вместе в реализации этих целей. Человек стремится к личной пользе, и всеобщее благо слагается из стремлений различных людей реализовать свой частный интерес.

Общее благо оказывается суммарным итогом частных благ. Поэтому конкуренция, по мнению Дж. Милля, «не является наилучшим стимулом, который можно себе вообразить, однако сегодня она – стимул необходимый, и едва ли в близком будущем она потеряет свое значение как обязательное условие прогресса... Защита от конкуренции

означает защиту от лени и умственной тупости, отказ от необходимости быть таким же активным и знающим человеком, как и другие люди» [18; 13, с. 395].

Философский радикализм, как отмечает Б. Рассел, был промежуточной школой и породил две более важные системы, а именно дарвинизм и социализм. Социальные теории биологического детерминизма применяли принципы естественного отбора Ч. Дарвина к обществу. Описание социальных процессов в обществе с точки зрения борьбы за существование и пригодности для выживания мы встречаем в социологии Г. Спенсера (автор выражения *survival of the fittest*, «выживание сильнейшего»). Социальный конфликт, по мнению Г. Спенсера, является эволюционным позитивом, т.к. должен привести в итоге к идеальному обществу [18].

Понимание конкуренции как действия соперничающего и соревновательного характера отдельных агентов (граждан, организаций, социальных групп и общностей), направленные как на обладание каким-либо ресурсом, так и на возможности улучшения своего положения по сравнению с другими, позволяет утверждать, что конкуренция — это объективный закон развития общества, где основным механизмом является процесс реализации потребностей индивидов, обеспечивающий динамику позитивных изменений социально-экономических отношений общества [20].

Несомненно, конкурентоспособность — это часть конкуренции, и в экономической модели она (конкурентоспособность) — есть процесс управления субъектом конкурентными преимуществами. Учитывая социальный аспект конкуренции, можно согласиться с тем, что конкурентоспособность личности - многоуровневый потенциал соперничества, борьбы за достижения больших выгод и преимуществ личностью на каком-либо поприще, мера выживания индивида в условиях социальной борьбы.

Но содержания понятия «конкурентоспособность личности» не исчерпывается представлением о том, что — это есть реализация стереотипа поведения, в котором содержание социальных установок зависит от типа институциональной матрицы как целостной системы базовых экономических, политических и идеологических институтов. В одном типе общества конкурентоспособность личности преимущественно связана с понятиями «соревнование», «престиж», «репутация», «карьера», «имидж» (институциональная X-матрица, доминирующая в России), в другом — конкурентоспособность личности неотрывна от конкуренции, престижа, репутации, карьеры, статуса. Это институциональная Y-матрица, ориентирующая индивида на приобретение конкурентного преимущества [24].

Анализ современных исследований показывает, что проблему конкурентоспособности необходимо решать не только на макро- и мезо-уровнях, но и на микро-уровне (конкурентоспособность персонала) с учетом психологических аспектов [26].

Интерпретация сущности конкуренции как соперничества, которое характеризует взаимоотношения между людьми, как состояние скрытой борьбы за власть, любовь, престиж, признание, материальное преуспевание, реализацию внутреннего потенциала существует и в психологии.

С одной стороны, соперничество мобилизует потенциал человека, способствует его развитию. В психоанализе соперничество рассматривается как важная часть психосексуального развития ребенка, оказывающая воздействие на формирование его характера. З. Фрейд в работе «Я и Оно» писал о том, что существуют сильные чувства соперничества, ведущие к агрессии [27].

Но вместе с тем соперничество может приобретать такие форму и интенсивность своего проявления, что становится патологическим, ведущим к невротизации человека. По мнению К. Хорни, преобладающий в обществе индивидуалистический дух соперничества сказывается на нарушениях отношений между людьми в различных сферах их жизнедеятельности. В западной культуре соперничество является причиной невротических конфликтов. В случае невротического соперничества человеку более важно не содержание того, что он делает, а то, какой успех, впечатление, престиж будут достигнуты в результате его деятельности [31; 32].

Склонность к соперничеству как черта личности, для которой характерны высокая потребность в достижении, честолюбие (амбиция), соревновательное поведение во всех областях жизни (учеба, работа, отдых, любовь), нетерпимость и тенденции к агрессии в случаях фрустрации является фактором риска психоэмоционального дистресса, но культивируется современной цивилизацией [19].

Анализируя условия существования человека и их изменения в экономико-политическом аспекте с конца Средневековья по XX в. включительно, Э. Фромм отмечает, что в Средние века человек ощущал себя неотъемлемой частью социального и религиозного сообщества, в рамках которого он обретал себя, когда он как индивид ещё не отделился полностью от своей группы. В Новое время, когда он столкнулся с необходимостью осознать себя как независимого, самостоятельного человека, его самоидентификация стала для него проблемой. В XVIII и XIX вв. понятие «Я» чрезвычайно резко сузилось: «Я» утверждалось размером собственности. Такое понятие стало выражаться формулой «Я есть, что имею». В условиях же растущего

рынка смысл понятия «Я» сместился к формуле «Я есть то, каким меня хотят видеть» [28].

Описывая пять социальных типов характера Э. Фромм, назвал «рыночной ориентацией» восприятие человеком себя как товара, имеющего меновую стоимость. Так рыночное понятие ценности, превосходство меновой ценности над полезной привело к сходному понятию ценности в отношении людей. Чтобы понять природу данной ориентации, нужно принять во внимание экономическую функцию рынка в современном обществе, не только задающего модель такой ориентации, но и являющегося основой, главным условием ее развития у человека в обществе. Принцип оценки на личном рынке, и на товарном один и тот же: на первом на продажу предлагаются личности, на втором – товары. Ценностью в обоих случаях является меновая ценность, для которой полезная ценность необходимое, но не достаточное условие. Успех зависит, по большей части, от того, насколько хорошо человек умеет продавать себя на рынке; насколько хорошо он умеет подать себя; насколько привлекательна его «упаковка»; насколько он «бодр», «крепок», «энергичен», «надежен», «честолюбив». Тип желательной личности должен пользоваться спросом. Однако Э. Фромм считал, что человек может быть автономным и уникальным, достигая позитивной свободы, т. е. спонтанной активности в жизни (действуя в соответствии со своей внутренней природой), достигая соединения с миром в процессе творчества [29; 32].

Дихотомический подход в исследовании конкуренции в социальной и педагогической психологии путем сравнения с сотрудничеством привел к пониманию того, что конкуренция деструктивна в отличие от кооперации, сотрудничества и командной работы (например, кооперативная модель лидерства) как здоровой формы взаимодействия, ведущего к позитивным межличностным взаимоотношениям [35; 3; 1].

Сотрудничество рассматривалось как результат готовности быть полезным, оказать поддержку и уважение, к открытости в общении, к доверительным и дружеским отношениям, чувствительности к общим интересам, направленность на повышение совместной мощности, а не различий. Кроме того, сотрудничество и общие цели упрощают процесс обучения и способствуют высокой производительности. В противоположность вышесказанному, конкуренция вызывает тактики принуждения, угрозы или обмана, бедную коммуникацию, подозрительность и враждебное отношение, тревожность, страх неудачи, беспокойство, стремление помешать другим получить награду, самостоятельную ориентацию и т.д. Соперничество порождает агрессию. Наиболее яркой формой конкуренции является конфликт как

актуализированное противоречие, столкновение противоположно направленных интересов, целей, позиций, мнений, взглядов субъектов взаимодействия или оппонентов и даже столкновения самих оппонентов может привести к стремлению одержать победу над соперником [35; 11].

Но современные исследования, доказывают, что сотрудничество и конкуренция как идеализированные, отдельные процессы редко встречаются в "чистом" виде и не являются взаимоисключающими в деловом мире. Сотрудничество в сочетании с конкуренцией приводит к более высокому уровню производительности, чем только сотрудничество. Более того, в исследованиях выявлен ряд условий, при которых конкуренция может быть позитивной и конструктивной, что позволило обосновать «The Beauty and Beast» парадигму. «The Beauty» – это внутренняя мотивация, ориентирующая на мастерство в ситуации конкуренции. «The Beast» – внешняя мотивация, ориентированная на повышение производительности и связанная со стремлением «быть лучше, быть лучшим». Результаты кросс-культурных сравнительных исследований, а также анализ ситуаций побед и потерь в конкуренции доказали, что конкуренция не связана дихотомически с кооперацией. Конкуренция может быть не только внешней, мотивированной производительностью, но и внутренней, направленной на саморазвитие. Оптимальные копинг-стратегии испытуемых в ситуации победы или потери в конкуренции, честность и соблюдение правил позволяют использовать опыт участия в конкуренции как конструктивный в жизни человека [35].

Исследование психологических отношений и деловой активности субъектов предпринимательской деятельности в России доказывают, что конкуренция для предпринимателя представляет не только заинтересованность в экономических ресурсах (получить прибыль), но и способ приобрести независимость, признание в обществе, авторитет среди предпринимателей, возможность реализовать новые проекты. Также выявлены и гендерные различия в отношении к ресурсам конкурентоспособности. В деятельности предпринимателей-мужчин более значима способность к риску, в то время как в деятельности предпринимателей-женщин – умение найти подход к людям [8].

В связи с новыми экономическими условиями в настоящее время в психологии сложилось представление о приоритетных качествах личности, определяющих ее способности к конкуренции в профессиональной деятельности. Авторы исследований либо предлагают широкий перечень социально-психологических качеств и личностных характеристик, которые не выстроены в единую структуру, либо в структуре конкурентоспособности личности выделяют один ведущий компонент, который не позволяет выстраивать общую

системную модель [34]. Поэтому в моделях описание конкурентоспособности в зависимости от социально-психологических или индивидуально-типологических переменных носит изолированный, «аспектный» характер [9].

В этом аспекте прогрессивной является концептуальная модель развития конкурентоспособной личности, разработанная Л.М. Митиной. Автор рассматривает профессиональное развитие как конструктивный путь личности в профессии, где основным психологическим механизмом является превращение собственной жизнедеятельности в предмет практического преобразования. В качестве интегральных характеристик, являющихся объектом развития, выступают направленность, компетентность и гибкость. В исследованиях данного направления конкурентоспособность личности – комплекс индивидуально-психологических свойств личности, дающих ей возможность саморазвиваться в изменяющихся и нестандартных условиях жизнедеятельности, находить оптимальные, гуманистические способы достижения поставленной цели и быть востребованной и успешной как личностно, так и профессионально. Основными характеристиками структуры и содержания конкурентоспособной личности являются активность и мотивация к успеху в профессиональной деятельности. В развитии конкурентоспособности молодых специалистов выделяются три уровня: актуальный, потенциальный, элементарный [14; 18; 24].

Несомненно, мотивация достижения – один из факторов, предопределяющих эпоху экономического подъема и обеспечивает конкурентоспособность личности в таких сферах деятельности, которые требуют высокого напряжения сил, постоянного преодоления, в частности, в предпринимательстве. Также и национальный интеллект является одним из факторов экономического благополучия той или иной страны. Интеллект более мощно проявляется в когнитивно-сложных профессиях по сравнению с когнитивно-простыми и в профессиях типа "человек-предмет" и "человек-знак". Для профессий, успех в которых связан с созданием принципиально нового, оригинального продукта, на первое место выступает творчество. Творческие достижения в обществе распределяются весьма неравномерно. Незначительное меньшинство людей производит большую часть творческого продукта [9].

Представляет интерес экспериментально обоснованное мнение А.Н. Поддякова о том, что активное самостоятельное исследовательское поведение субъекта является одним из основных средств борьбы с противодействием в обучении, троянским обучением, обеспечивая более высокий ресурс в условиях конкуренции участников образовательного процесса [16].

Теоретический анализ проблемы показал, что операционализация и измерение конкурентоспособности личности вне ситуации конкуренции приводит к редукции содержания понятия и сведению к одному из компонентов (эффективность, успешность, активность и др.).

В рамках междисциплинарного подхода краткий исторический обзор проблемы конкуренции и конкурентоспособности доказал, что для решения экономических задач необходимо учитывать социальные аспекты конкуренции и психологическое обоснование содержания понятия «конкурентоспособность личности».

Анализ моделей конкуренции и конкурентоспособности в психологии личности, социальной, экономической психологии, в педагогической психологии показал, что конкуренция – это стимул для развития, условие для становления конкурентоспособности личности.

Наряду с широким перечнем компонентом моделей конкурентоспособности как психологических ресурсов основными являются мотивация достижения и активность, что обуславливает «аспектный» характер модели конкурентоспособной личности.

Анализ операционализации и измерений конкурентоспособности личности выявил, что необходим не только субъектно-деятельностный, но и ситуативный подход при описании феноменологии с учетом модели конкуренции. В противном случае это приводит к редукции содержания понятия и сведению к одному из компонентов.

Список литературы

1. Андреева Г.А. Социальная психология. М.: Аспект Пресс, 2009. 362 с.
2. Аристотель Политика. М.: Мысль, 1984. Т. 4.
3. Бендас Т.В. Психология лидерства. Пб.: Питер, 2009. 447 с.
4. Всемирная история экономической мысли. М.: МГУ им. М.В. Ломоносова, 1987. Т. 1. 606 с.
5. Гераклит // Антология мировой философии. Философия древности и Средневековья. М.: Мысль, 1969. Т. 1. С. 275- 286.
6. Гоббс Т. Левиафан, или Материя, форма и власть государства церковного и гражданского. М.: Мысль, 1991. Т. 2. 478 с.
7. Гордеев В.А. Конкуренция и ее развитие: политэкономический аспект: дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.01. Иваново, 2007. 298 с.
8. Журавлев А.Л., Позняков В.П. Социальная психология российского предпринимательства: Концепция психологических отношений. М.: Институт психологии РАН, 2012. 480 с.
9. Журавлев А.Л., Ушаков Д.В. Образование и конкурентоспособность нации: Психологические аспекты // Психологический журнал. 2009. № 30 (1). С. 5-13.
10. Коваленко А.И. Теоретические и методологические аспекты использования концепции конкурентоспособности в научных исследованиях // Современная конкуренция. 2013. № 42. С. 65-80.

11. Майерс Д. Социальная психология. СПб.: Питер, 2000. 688 с.
12. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. М.: Прогресс, 1983. Т. 2. 534 с.
13. Милл Дж. Основы политической экономии и некоторые аспекты их применения социальной философии. М.: Прогресс, 1980.
14. Митина Л.М. Психология развития конкурентоспособной личности. М.: Московский психологический и социальный институт; Воронеж: НПО Модек, 2002. 400 с.
15. Платон. Государство. Закон. Политик. М.: Мысль, 1998. 798 с.
16. Поддьяков А.Н. Психология конкуренции в обучении. М.: ГУ ВШЭ, 2006. 208 с.
17. Подосинникова Е.А. Психологические условия развития конкурентоспособности молодых специалистов в процессе профессиональной деятельности: дис. ... канд. психол. наук : 19.00.13. Астрахань, 2006. 180 с.
18. Рассел Б. История западной философии. М.: АСТ, 2010. 831 с.
19. Реан А.А. Психология и психодиагностика личности. Теория, методы исследования, практикум. СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2008. 255 с.
20. Рохмистров С.Н. Социологическая концепция конкуренции: Управленческий аспект: дис. ... д-ра соц. наук : 22.00.08. М., 2001. 317 с.
21. Рубин Ю. Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции. М.: Марект ДС, 2010. 608 с.
22. Руссо Ж.-Ж. Исповедь. Прогулки одинокого мечтателя. Рассуждение о науках и искусствах. Рассуждение о происхождении и основаниях неравенства между людьми. М.: АСТ, 2004. 886 с.
23. Токарева Е.В. Индивидуально-психологические особенности развития конкурентоспособности личности: дис. ... канд. психол. наук: 19.00.13. М., 2007. 180 с.
24. Туктаров А.Р. Конкурентоспособность личности в современном трансформирующемся обществе: социально-философский анализ: дис. ... д-ра филос. наук : 09.00.11. Ростов-на-Дону, 2007. 264 с.
25. Утилитаризм // Большой толковый социологический словарь. М.: Вече: АСТ, 2001. Т. 2.
26. Фатхудинов Р.А. Глобальная конкурентоспособность. На стол современному руководителю. М.: РИА "Стандарт и Качество", 2009. 464 с.
27. Фрейд З. Я и Оно. М.: Фолио, 1998. 1040 с.
28. Фромм Э. Психоанализ и этика. М.: Республика, 1994. С. 100-104.
29. Фромм Э. Человек для самого себя. М.: ЛитРес, 2009. 151 с.
30. Хайек Ф.А. Познание, конкуренция и свобода. СПб.: Пневма, 1999. 287 с.
31. Хорни К. Невротическая личность нашего времени: Самоанализ. М.: Смысл, 1993. 495 с.
32. Хьелл Л.А., Зиглер Д. Теории личности. СПб.: Питер, 1998. 506 с.
33. Шумпетер Ю.А. Капитализм, социализм и демократия. М.: Экономика, 1995. 539 с.
34. Bogoyavlenskaya D.B. & Klyueva O.A. (2012). Discovering the Nature of Competitive Personality // Psychology in Russia: State of the Art. 2012. № 5. P. 67-80.

35. Fülöp, M. Happy and Unhappy Competitors: What Makes the Difference? // Psychological Topics. 2009. № 18(2). P. 345-367. http://www.researchgate.net/publication/43170675_Happy_and_Unhappy_Competitors_What_Makes_the_Difference
36. Garelli S. The Fundamentals and History of Competitiveness. IMD World Competitiveness Yearbook, 2014. <http://www.imd.org/uupload/imd.website/wcc/Fundamentals.pdf>
37. Schwab K. The Global Competitiveness Report 2013–2014: Full Data Edition is published by the World Economic Forum within the framework of The Global Competitiveness and Benchmarking Network. http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2013-14.pdf

SOME TRENDS IN THE UNDERSTANDING OF THE NATURE OF COMPETITION AND PHENOMENOLOGY OF COMPETITIVENESS

O.A. Kliueva

Tver State University

A brief theoretical analysis of the case studies related to personality competitiveness and analysis of operationalization and measurement has indicated the need for subject activity-based, and also the situation-based approach when describing the phenomenology of personality competitiveness in view of the competition model. Otherwise it caused reduction of the phenomenon content to only one of the components.

Keywords: *competition, competitiveness, competence, innovation, personality, activity.*

Об авторе

КЛЮЕВА Ольга Анатольевна – кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры психологии труда, организационной и клинической психологии факультета психологии и социальной работы, ФБГОУ ВПО «Тверской государственный университет» (170100, г. Тверь, ул. Желябова, 33), e-mail: klyueva.olga@mail.ru