

М. Н. Овчинникова

## СТРАТЕГИИ САМООПРЕДЕЛЕНИЯ ЛИЧНОСТИ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНТНОГО РЫНКА ТРУДА

В современном обществе одним из основных стратификационных критериев остается профессиональный статус личности, ее положение в системе занятости, которая за последнее десятилетие претерпела качественные изменения в силу влияния различных факторов. Сформировались ресурсоемкие сегменты, которые характеризуются интенсификацией конкурентных отношений между работниками. Они обладают «барьерами вхождения», а социальные позиции в их рамках, воспринимаемые как привлекательные, – ограниченной реальной достижимостью вследствие высокой конкуренции.

Самоопределение личности в сфере трудовых взаимоотношений осуществляется посредством выстраивания стратегии поведения в конкурентных условиях рынка труда. Стратегия конкурентного поведения личности на рынке труда представляет собой сознательно сконструированную модель социально-экономических действий личности в трудовой сфере по достижению устойчивого конкурентоспособного положения путем формирования адекватной структуры личностных ресурсов (накопления интеллектуального, человеческого и социального капитала), природных дарований, приобретенных знаний и умений, личной предприимчивости и активной жизненной позиции.

Эмпирическая готовность следовать стратегии конкурентного поведения на личностно-индивидуальном уровне характеризуется: восприятием личности себя в качестве субъекта рынка труда, активного участника рыночного процесса; рациональностью в формировании конкурентного преимущества; и ориентацией на долгосрочность, что задает направление личностной активности на длительную перспективу и подчиняет отдельные поведенческие практики логике соответствия основной стратегической цели.

Потребность выявления данных стратегий, презентуемых соискателями рабочих мест на рынке труда, и построения их типологии потребовала проведения конкретного эмпирического исследования. Исследование было реализовано нами в два этапа с применением методов в рамках различных исследовательских парадигм. На первом этапе эмпирическое исследование, осуществленное нами с целью выявления репертуара актуальных стратегий конкурентного поведения личности на локальном рынке труда, было реализовано в рамках качественной парадигмы. Ситуация информационной неопределенности и потребность в получении принципиально новых знаний обусловили использование метода экспертного опроса в технике глубинного интервью. В качестве объекта исследования выступили руководители и специалисты рекрутинговых агентств, агентств по трудоустройству и представители Федеральной службы занятости Екатеринбурга (всего 20 экспер-

тов). Однако проверка выводов относительно существования данных типов стратегий и эмпирическая готовность личности к следованию той или иной стратегии определила необходимость обращения к самим соискателям. Данная задача была поставлена на втором этапе в ходе реализации опроса методом интервьюирования, где объектом исследования выступили жители пяти городов Свердловской области в возрасте старше 18 лет. В исследовании приняли участие 398 человек. Предметом исследования явились представления респондентов о способах самоопределения на рынке труда.

Выбранная модель эмпирического исследования позволила: выявить систему требований, предъявляемых к соискателям на современном локальном рынке труда; на ее основе определить варианты возможных ресурсных конфигураций при формировании стратегий конкурирования, адекватных сформированной системе требований; выявить элементы конкурентных преимуществ презентуемых стратегий конкурирования; определить репертуар самих стратегий конкурирования; продиагностировать готовность соискателей к воспроизводству данных стратегий конкурирования в реалиях рынка труда Свердловской области. Выдвинутая нами гипотеза о существовании стратегии конкурирования личности в качестве модели поведения, формируемая на основе восприятия среды рынка труда в качестве пространства реализации своих возможностей и восприятия себя в качестве субъекта данного рыночного пространства, нашла свое подтверждение, выявив признаки стратегичности поведения соискателей среди 51% опрошенных нами респондентов. Исходя из представлений респондентов относительно структуры своих конкурентных преимуществ, основанных на рефлексивном отражении требований рынка труда и способа приращения ресурсов конкурирования, в 30% случаев выявилась готовность респондентов к следованию «стратегии развития» конкурентного ресурса, в 21% случаев – к «стратегии накопления» конкурентного ресурса. Данные типы стратегий были выделены на основании такого критерия, как «способ структурирования ресурсов», понимаемого как определение приоритетов в развитии того или иного типа ресурса (конкурентного преимущества), основанного на рефлексивном отражении требований рынка труда и способа его приращения.

Модель поведения других 49% опрошенных соискателей, с точки зрения самих участников опроса, больше тяготеет к приспособительному типу поведения, что характеризуется непринятием для себя роли активного субъекта во взаимодействии на рынке труда, а поведенческие проявления отличаются вынужденным характером их реализации. Отсутствие установок на формирование конкурентного преимущества, контекстуальность их действий, отсутствие заинтересованности в самоутверждении в профессиональной сфере свидетельствуют об отсутствии у данной категории респондентов стратегических представлений о модели своего поведения.

В отличие от данной группы среди 51% респондентов были усмотрены предпосылки готовности к реализации стратегии конкурирования, в представлениях соискателей. Рассмотрим данные типы стратегий подробнее.

Принимая во внимание то обстоятельство, что ценностное истолкование рынка выступает основой построения стратегии, «стратегия развития» является ответом на потребность рыночной среды в работнике универсального типа и предполагает развитие стратегического ресурса в трудовой деятельности. Рынок труда для такого типа людей и, соответственно, для вырабатываемых ими стратегий поведения есть поле для новых возможностей и новых выборов. Развертывание их трудовой биографии сопровождается параллельным развитием, что является способом формирования ресурса в целях адаптации к новым ситуациям, новым рабочим местам, новым статусам и т. д. Ориентация на потребителя означает изучение потребностей рынка, оценку привлекательности того или иного занятия относительно его способности приблизиться к основной цели и, следовательно, разработку плана их удовлетворения, а также формирование собственного квалификационного и профессионального ресурса, включая способности к адаптации в условиях меняющегося спроса.

Готовность следовать стратегии поведения развивающего типа зафиксирована у 59% респондентов, придерживающихся стратегической модели поведения на рынке труда. Представителей данной группы характеризует более острое восприятие себя в качестве активного участника рыночного процесса. При этом интерпретация рыночного пространства осуществляется ими в терминах постоянного появления новых возможностей и рассматривается как явление, сопровождающее всю их трудоспособную жизнь «как возможность выбора более лучшего места работы» (38%) или «возможность попробовать себя в различных областях профессиональной деятельности» (16%).

Оценка успешности на рынке труда связывается прежде всего с приобретением места работы, предлагающего высокий уровень заработной платы. Соответственно данному представлению иерархия критериев выбора места работы выглядит следующим образом: первое – высокий уровень заработной платы; следующий по значимости мотиватор – возможность развития, личностного и профессионального роста; на третьем месте – возможность приобретения влиятельных знакомых. Построение конкурентного преимущества здесь ориентировано на приобретение качеств универсальности, отвечающих сформированной системе требований.

Таким образом, данный тип людей, склонных придерживаться в своих представлениях о модели поведения на рынке труда «стратегии развития» ресурса конкурентирования, выступает активным участником рыночного процесса и рыночного взаимодействия, однако не все сиюминутные сигналы рынка являются для него значимыми и требующими от него реагирования. Особенностью данного типа личностной стратегии является отбор значимых для него ситуаций, что также проявляется в способах сегментирования рыночной среды. При этом индивид не просто тщательно выбирает для себя ситуации в сфере труда и занятости, но способен также изменять данные ситуации, «трансформировать» их своим присутствием, способствуя тем самым рождению спроса на создаваемый им товар – профессиональный ресурс. Вследствие чего он оказывается уже вовлеченным в социально-экономический контекст, где находит возможность дальше развивать упомянутые лично-

стные возможности и профессиональные потенции. Одновременная ориентация на формирование ресурсов в ходе функционирования на рынке позволяет проявлять данному типу определенную гибкость за счет возможности освоивания смежных специальностей и профессий. В качестве тактических проявлений возможны и неоднократные в течение трудовой биографии смены направлений деятельности.

В отличие от «стратегии развития» «стратегия накопления» является логическим ответом на потребность в технологически готовом работнике. И предполагает накопление стратегического ресурса, предваряющее соответствующую трудовую деятельность. Основу конкурентоспособного преимущества составляют специальные способности личности, закрепленные в уровне ее квалификации, практическом опыте деятельности в конкретной профессиональной области. Деятельность личности по формированию конкурентного преимущества своего товара нацелена на развитие содержательно-функционального компонента стратегии, которым являются профессиональные возможности, умения и способности, и в меньшей степени ориентирована на наиболее динамичные и быстроменяющиеся сегменты рынка.

Поведение данного типа формируется на основе восприятия и интерпретации среды рынка труда в качестве пространства реализации накопленного ресурса, сформированного личностного потенциала и в качестве способа объективации личностного ресурса. Готовность следовать данному типу стратегии конкурентного поведения характерна для 41% опрошенных, придерживающихся активной стратегии поведения. Восприятие среды нашло отражение в выборе следующих альтернатив в конкретизации представления о рынке труда: рынок труда для 31% населения области – «постоянное доказательство того, что ты не зря получаешь деньги»; для 16% – «возможность узнать, сколько ты стоишь»; для 12% – «постоянная гонка за конкурентами»; для 10% – «возможность выбора лучшего места работы».

При этом в иерархии представлений об успехе на рынке труда представителей данной группы на первом месте оказывается занятие такой позиции, которая бы позволяла не думать о поиске нового места работы, на втором – возможности приобретения высокого уровня квалификации в определенной сфере деятельности, на третьем – возможности самореализации. Представления об успехе в целом согласуются с системой критериев оценки рабочего места при его выборе. Здесь для представителей «стратегии накопления» помимо критерия «заработная плата» (что в условиях рыночной системы является ключевым фактором выбора конкретного рабочего места) одним из значимых выступает приобретение опыта в конкретной профессии, то есть накопление квалификационного ресурса, а также возможности личностного и профессионального роста.

Основой конкурентного преимущества выступают специальные способности индивида, закрепленные в опыте и уровне квалификации, иначе говоря, преимущество – в «подготовленном» выходе соискателя на рынок труда. Процесс подготовки может включать в себя накопление интеллектуально-познавательного ресурса, практико-квалификационного или социального. Основными преимуществами данного типа оказываются приобретенные знания, опыт конкретной деятельности,

освоенные технологии. Индивид, формируя конкурентное преимущество своей стратегии, оперирует такими ресурсами, как конкретные навыки, знания и умения. При этом возможны следующие тактические проявления: освоение смежных специальностей в соответствии с динамикой развития внешней среды; приобретение базового универсального образования, позволяющего при определенном стечении обстоятельств гибко лавировать в рамках определенной сферы, а также освоение конкретной специальности, определяющей готовность реализовывать себя в данном виде конкретной деятельности.

Данный факт находит подтверждение в представлениях опрошенных относительно своих конкурентных преимуществ, заключенных в уровне квалификации – в 55% случаев и в уровне образования – в 34% случаев, сопряженных с внутренней готовностью к смене места работы. Однако достоинства определяют и недостатки. Соответственно ограничениями, снижающими вероятность успеха на рынке труда, по мнению тех же опрошенных, являются их профессиональная ограниченность, определяемая как отсутствие опыта работы в разнообразных сферах деятельности (30%), а также недостаточный уровень образования (28%).

Таким образом, информационная и/или технологическая подготовленность, практическая ориентация на предложение своего потенциала, сформированного в соответствии с прогнозируемыми потребностями рыночной среды, – вот основные факторы успеха данного типа стратегии на рынке труда, что определяет возможности его более легкого приспособления к трудовой деятельности и интеграции в рыночную среду.

Таким образом, стратегия конкурирования является сознательной деятельностью, при которой актуализированы процессы самопознания, самоидентификации, саморегуляции и самоконтроля. Причем данный процесс охватывает всю трудовую биографию индивида: формирование в процессе социализации и приобретения общего и профессионального образования; предложение и продажа на рынке труда (как первичное и, возможно, вторичное самоопределение на рынке), адаптация и обмен; развитие и продвижение; реализация и использование. В этой связи конструирование стратегии конкурирования личности рассматривается как комплексное ее развитие (социальное, профессиональное, личностное, культурное). Изучение проблемы самоопределения личности в рыночном пространстве трансформирующегося общества исходя из социологического подхода, основанного на признании личности в качестве активного субъекта, оказывающего влияние на социально-экономическое пространство, на рассмотрении ее в качестве субъекта, осознанно и ответственно вырабатывающего различные стратегии самоопределения в конкурентном пространстве рынка труда на основе взаимодействия своего ресурсного капитала, – позволило рассмотреть это самоопределение в качестве процесса социального конкурирования, в ходе которого личность вырабатывает особого рода модель поведения, стратегию построения своего конкурентного преимущества, в основании которой находится особым образом структурированный ресурс. А конкретное эмпирическое исследование выявило типы данных стратегий.