

МОТИВАЦИЯ СОЦИАЛЬНОГО УСПЕХА КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РУКОВОДИТЕЛЯ

Аннотация. Личность представляет собой часть общества, она социализирована, а потому не может не считаться с общественным мнением, высшей точкой признания которого является достижение личностью социального успеха. Руководитель как феномен современного экономического и трудового рынка должен выполнять не только управленческие, но и представительские функции, отсюда крайне важен его социальный имидж. Развитие мотивации к достижению социального успеха, как комплексный подход к мотивации, формирует конкурентоспособность личности руководителя посредством наращивания социального опыта и компетентности.

Ключевые слова: развитие, личность, руководитель, мотивация, социальный успех, конкурентоспособность.

Введение

Современное общество перешло на тот этап развития, когда для осуществления эффективной управленческой деятельности быть просто хорошим руководителем не достаточно. Если ранее для того, чтобы стать руководителем необходимо было соответствовать требованиям, предъявляемым к соответствующей должности, и они в большинстве своем представляли набор компетенции, необходимых для реализации прикладных задач, то сегодня руководитель выступает как лицо организации, и выполнение представительских функции порождает все новые способы формирования имиджа руководителя.

Имидж руководителя категория социальная, тем не менее, именно имидж руководителя влияет на доверие к организации в целом и, соответственно, опосредованно через репутацию на рынке услуг, на доходы организации. Говоря об имидже и путях его формирования невозможно обойти категорию, принятую в гуманитарных науках как уровень общественного признания – социальный успех, который показывает достижения личностью результатов, принимаемых и одобряемых обществом, исходя из сложившихся норм и традиции, в определенной сфере жизнедеятельности человека.

Мотивация к достижению социального успеха может включать несколько направлений реализации потенциала личности:

- 1) Профессиональная сфера;
- 2) Экономическая сфера;
- 3) Социальная сфера (наличие родственных связей, семейное положение, наличие социальных связей, способствующих развитию личности);

В конечном итоге социальный успех определяется посредством наличия у личности средств воздействия на общество посредством оказания влияния, как правило, реализация власти осуществляется исходя из авторитета, сложившегося в рамках профессиональной деятельности, экономического благосостояния и прочего. Таким образом, развитие мотивации социального успеха влияет на качественное, комплексное развитие компетенций, способствующих полноценной реализации личности в различных сферах деятельности.

Степень разработанности данного вопроса варьируется в зависимости от контекста. В комплексе тема развития мотивации социального успеха как фактора конкурентоспособности личности руководителя на сегодняшний день не стала предметом направленного научного анализа, однако, существуют множество работ, связанных отдельно с мотивацией личности, а также тем или иным образом при разработке теории личности оговаривались условия достижения социального успеха личностью. Вопрос

конкурентоспособности в различных вариациях также широко представлен как в отечественной, так и зарубежной литературе.

В теории мотивации внесли вклад такие ученые, как А. Маслоу [2] («иерархия потребностей»), Д. МакГрегор, его теория «х» и «у», Ф. Герцберг [1], мотивационно-гигиеническая, или двухфакторная теория, и другие зарубежные авторы. Однако, стоит обратить внимание, что российские социологи во многом были ближе к школе человеческих отношений, оперируя тем, что личность для того, чтобы быть развитой, должна реализовывать потенциал в различных сферах деятельности, и тогда её мотивация, или уровень притязания к ней, будет увеличиваться. Данными вопросами занимались: А.И. Стронин [5], П.А. Сорокин [6], Н.К. Михайловский, П.А. Лавров.

С точки зрения изучения факторов, которые оказывают влияние на формирование социального и жизненного успеха личности, то здесь можно выделить работы Т. Веблена, У. Бека, Дж. Мида, А. Шюца, Э. Гидденса.

Упор на достижении социального успеха в рамках изменчивости общества, как стратегии жизни личности был сделан в работах Ф. Боаса, В. Тернера, Б. Малиновского.

Профессиональная конкурентоспособность личности рассматривается опосредовано также в работе П.А. Сорокина, в рамках социальной мобильности, конкурентоспособность молодежи и выпускников ВУЗов рассматриваются в работах С.Д. Резника [4], Т.О. Разумовой, также данный вопрос освещался в рамках коллективной монографии изданной под редакцией К.М. Оганяна [7].

Гипотеза

Основная гипотеза: при развитии мотивации социального успеха уровень конкурентоспособности руководителя повышается.

Дополнительные гипотезы:

- 1) Мотивация к социальному успеху формируется исходя из внутренней осознанной потребности личности, в то время как представление о социальном успехе формируется исходя из общественных норм, ценностей, традиций;
- 2) Благотворительность является мощным инструментом для формирования положительного имиджа руководителя, что способствует повышению его конкурентоспособности.

Методы

Социологическое исследование проводилось посредством анкетного опроса, подразумевающего под собой письменные ответы респондентов на поставленные вопросы, анкета состояла из 16 вопросов закрытого типа с готовыми вариантами ответов, в зависимости от содержания вопроса было предложено выбрать один, два и несколько вариантов ответа.

В социологическом исследовании приняли участие 200 респондентов, являющихся студентами Санкт-Петербургского государственного экономического университета, из них: участие 62 респондента мужского пола, 138 – женского, для 20% (40 чел.) респондентов основным видом деятельности является получение образования, остальные 80 % (160 чел.) совмещают учебу с работой.

Результаты и обсуждение

1. Социальный успех и мотивация

Социальный успех личности определяется посредством признания отдельной личности группой, сообществом или обществом в зависимости от уровня притязаний и личностных характеристик данной личности. Как правило, определение группы, внутри которой личность пытается утвердиться и снискать признание определяется не стихийно, выбор

зависит от множества факторов, таких как: ближайшее окружение и приобретенное образование и как следствие полученные первичные профессиональные умения и навыки, предрасположенность данной личности к определенному роду деятельности, наличие таланта. Также необходимо учитывать, что на развитие мотивации социального успеха оказывают влияние факторы внешней среды, такие как: состояние рынка труда, состояние экономики, политической и социальной сфер государства.

Для изучения мотивации социального успеха как в рамках данного социологического исследования, так и для обобщенного определения природы мотивации, направленной на достижение социального успеха, необходимо было дать определение мотивации, исходя из социального опыта респондентов.

Респондентам было предложено выбрать определение мотивации, основываясь, в первую очередь, на внутренних, субъективных ощущениях. Данный подход аргументируется, во-первых, собственно субъективностью природы мотивации, во-вторых, в самих вариантах ответа заложены научные подходы к определению мотивации, но сформированные в разрезе субъектно-объектного подхода. Основное деление видов мотивации осуществилось в разделении мотивации:

- на внутреннюю и внешнюю;
- базирующуюся на деятельностном подходе и на мотивации как средстве достижения.

60% респондентов (120 чел.) под мотивацией подразумевают внутреннее побуждение к действию, определяемое осознанием неудовлетворенной потребности, 16 % респондентов (31 чел.) определили мотивацию, как стороннее воздействие, 15% (29 чел.) подошли к определению мотивации как к осуществлению некой деятельности, направленной на удовлетворение собственных потребностей и лишь 9% (19 чел.) связывают мотивацию с достижением успеха (рисунок 1).

Определение мотивации, исходя из позиции респондента

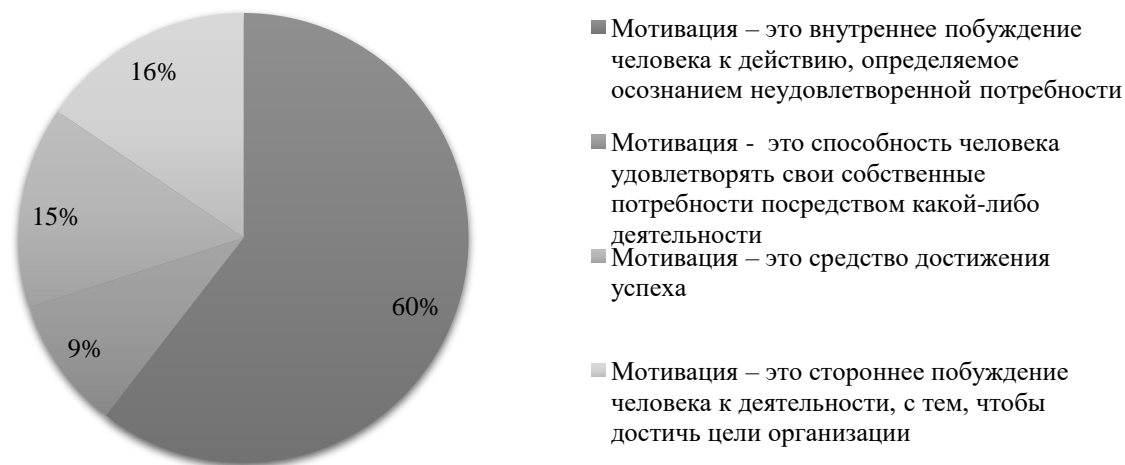


Рисунок 1. Определение мотивации, исходя из позиции респондента

Полученные результаты свидетельствуют о доминировании в развитии мотивации личности внутреннего стремления к созданию благоприятных с точки зрения психофизиологических характеристик условий внешней среды, а также создания комфортного внутреннего, психологического комфорта, что отвечает, во-первых, иерархии потребностей в части обеспечения витальных потребностей, во-вторых, уровню притязаний, т.к. внутренняя мотивация не только реализуется посредством волевого усилия личности, но и регулируется исходя из уровня притязания, т.е. регулируется самой

личностью исходя из соотношения сложности поставленной цели к оценке возможности её достижения.

В рамках социологического исследования нами была поставлена задача дать определение социального успеха как одного из факторов формирования конкурентоспособности личности руководителя, для чего респондентам было предложено дать определение социального успеха.

Определение понятия "социальный успех", исходя из убеждения респондента



Рисунок 2. Определение понятия «социальный успех»

- 1) Классическому определению достижения социального успеха через уровень достижения власти или возможности оказания влияния на общество или группу, что важно – для осуществления социальных преобразований – 40 % (80 чел.) отметили данный вариант ответа;
- 2) Определению социального успеха как искусственно созданной единицы унификации требований к личности, как методу контроля обществом над личностью, что соответствует варианту ответа 2 – 26% (52) респондентов отметили данный вариант ответа;
- 3) Определению социального успеха через достижения в профессиональной деятельности, что соответствует вариантам ответов 3 (30%) и 4 (4%), уточним, что, несмотря на общий признак – профессиональная идентификация, в вопросе 3 заключена комплексная совокупность достижения успеха как в профессиональной деятельности, так и личной жизни.

Достижение социального успеха напрямую связано с мотивацией. Для того, чтобы определить, что является стимулом к развитию мотивации социального успеха, респондентам было предложено определить, что по их мнению в наибольшей степени способствует развитию мотивации к достижению социального успеха (рисунок 3).

68 % респондентов (136 чел.) отметили, что развитию мотивации социального успеха способствует постановка личностью реально достижимой цели, разбитой на задачи, способствующие внутреннему контролю, а также увязанной по срокам и средствам для её достижения. Данный подход отвечает требованиям по рационализации и повышению эффективности в принятии решений любого рода.

Ориентация на рациональность в принятии решений свидетельствует о высоком уровне самоорганизации, что, несомненно, является одной из причин повышения конкурентоспособности. Отметим также, что позиционирование мотивации к достижению социального успеха через постановку цели полностью отвечает сфере профессиональной подготовки – респонденты представляют будущих управленцев в областях экономики, государственного управления, т.е. те сферы деятельности, где рациональный подход является наиболее приемлемым в ходе реализации поставленных задач.

13% (27 чел.) респондентов связывают мотивацию с системой материальных и нематериальных поощрений, 11% (22 чел.) и 8% (17 чел.) видят мотивацию в возможности обретения власти и общественного признания.

На основании полученных данных мы можем сделать вывод, что мотивация к социальному успеху формируется исходя из внутренней осознанной потребности личности, облакаемой в форме цели, что свидетельствует о рационализации социального успеха, что соответствует прагматичности современного мира.

Что наиболее способствует развитию мотивации к достижению социального успеха



Рисунок 3. Развитие мотивации к достижению социального успеха

1. Социальный успех и конкурентоспособность руководителя

Конкурентоспособность личности руководителя определяется как целостное понятие, представляющее собой неразрывное единство мотивационных, квалификационных, личностных и деловых качеств [3], выражающее способности личности к выполнению определенных функций, которые должны полностью удовлетворять запросы работодателя, в случае, если речь о профессиональной конкурентоспособности, и общества, если говорить о социальном успехе.

Основная гипотеза социологического исследования, проведенного в рамках данной работы, определяет, что при развитии мотивации социального успеха уровень конкурентоспособности руководителя повышается. Собственно с целью подтверждения или опровержения данной гипотезы респондентам, помимо предшествующих вопросов, было предложено ответить на вопрос, способствует ли достижение социального успеха формированию конкурентоспособности руководителя. Результаты представлены на Рисунке 4.

Способствует ли достижение социального успеха формированию конкурентоспособности руководителя?



Рисунок 4. Взаимозависимость конкурентоспособности от достигнутого социального успеха

70 % респондентов отметили, что общественное признание, которое является проекцией социального успеха, способствует формированию положительного имиджа руководителя, что повышает уровень его конкурентоспособности.

Отметим, что имидж руководителя проецируется на организацию в целом, что формирует уровень доверия к этой организации, и, как следствие, влияет на ликвидность данной организации.

Отсюда мы имеем, что социальный статус является не только детерминантной восприятия личности обществом, но и способен самостоятельно влиять на процессы, в том числе, экономические и социальные, если речь идет о руководителе.

Конкурентоспособность личности руководителя формируется исходя из внутреннего стремления личностью раскрыть свой потенциал (и нарастить его в случае необходимости), из состояния организационной культуры, сложившейся внутри организации, а также из сложившихся норм и традиций общества.

Тем не менее, мотивация личности должна рассматриваться с точки зрения индивидуального подхода с учётом реально действующих разработанных ранее методов мотивации. Мотивация достижения социального успеха может рассматриваться, во-первых, с точки зрения естественного, врожденного желания человеком достигать цели с тем, чтобы иметь возможность выживать во враждебной среде (согласно теории Ч. Дарвина), во-вторых, может иметь более глубокую природу, обуславливающуюся врожденными и приобретенными характеристиками личности, идеологиями целых народов, а также сложившимися во внешней среде обстоятельствами, способствующими достижению личностью общественного признания.

Список литературы

1. Герцберг Ф. «Труд и природа человека» [Интернет-ресурс]
2. Маслоу А. Мотивация и личность. СПб, изд-во Питер. – 2016. – 400 с.
3. Оганян К.М. Общая социология: Учеб. Пособие – 4-е изд. – М.:ИНФРА-М, 2013. – 236 с. – (Высшее образование: Бакалавриат).

4. Резник С.Д., Коновалова Е.С., Сочилова С.С. Конкуренитоориентированность и конкурентоспособность студенческой молодежи России: опыт, проблемы, перспективы: монография / под ред. С.Д. Резника. – М.: ИНФРА-М, 2013. - С. 134-13
5. Стронин А.И. Теория личности (по материалам рукописи): Монография Авт.-сост. научного исследования К.К. Оганян. – 2-е изд., доп. и перераб. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 188 с.
6. Сорокин П.А. «Человек. Цивилизация. Общество»/ Общ. ред., сост. и предисл. А. Ю. Согомонов: Пер. с англ. — М.: Политиздат, 1992. – 393 с.
7. Социологическое сопровождение обеспечения конкурентоспособности выпускников вуза в условиях современного рынка труда : коллективная монография / [Оганян К. М., Андреева И. В., Акопян В. К и др.; под ред. д.филос.н., проф. К. М. Оганяна] Санкт-Петербургский гос. экономический ун-т. - Москва : ИНФРА-М, 2015. – 244 с.