

УДК: 159.99

DOI: 10.25629/НС.2023.10.04

ИССЛЕДОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ХАРАКТЕРИСТИК КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ (по данным опроса экспертов)

Виноградов А.С.

Российский государственный университет имени А.Н. Косыгина

АННОТАЦИЯ

Социально-психологические характеристики конкурентоспособности предприятия определены на основании существующих социально-психологических исследований. Подготовка вопросов, позволяющих выявить социально-психологические характеристики конкурентоспособности, условно поуровнево разделились на три компонента. Первый – макросоциальный уровень, второй – мезосоциальный уровень и третий – микросоциальный уровень. Подтверждение связи социально-психологических характеристик и конкурентоспособности предприятий выявлено на основе опроса экспертов – как теоретиков (социальных психологов – учёных), так и практиков – руководителей современных высокотехнологичных предприятий. Мнения специалистов-практиков и учёных – социальных психологов по вопросам макросоциального уровня были единодушны – это прослеживалось в социальных представлениях экспертов о зависимости конкурентоспособности предприятий от социально-политического развития, от социальных условий, от экономических условий в стране. Во главу угла конкурентоспособности на макроуровне все эксперты поставили развитие человеческого капитала, который запускает механизм развития научно-технического комплекса на государственном уровне. По поводу влияния общественного мнения и мнения общества на конкурентоспособность высокотехнологичных предприятий мнения разделились и было отмечено практиками-экспертами, что рациональнее было бы не рекламировать деятельность высокотехнологичных предприятий. Главными результатами мезосоциального уровня в данных опроса явились: расхождение в ответах на вопрос о влиянии на конкурентоспособность внешнего имиджа (в анкетах опросника был дан положительный ответ), а при устном интервью эксперты сошлись во мнении, что в этом нет необходимости для высокотехнологичных предприятий. Все остальные вопросы по социально-психологическим характеристикам мезоуровня о формировании внутреннего имиджа, построении организационной системы (опора на кадровую политику в повышении профессионализма и компетентности кадров, в том числе и руководящих), построении информационной политики, организационной культуры (этика, нормативное поведение, общие ценности), формирование благоприятного социально-психологического климата (групповой сплочённости, вовлечённости в ведущую деятельность и т.д.) объединили экспертов в оценке и необходимости построения социально-психологических условий мезоуровня. Влияние микросоциальных условий на конкурентоспособность высокотехнологичных предприятий эксперты не подтвердили, кроме доминанты материального вознаграждения.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

социально-психологические характеристики, конкурентоспособность, эксперты.

ВВЕДЕНИЕ

На современном фоне развития общества и его социально-экономического развития как у нас в стране, так и в других экономически развитых странах всё более значимую роль играет конкурентоспособность предприятий. Формирование конкурентоспособности зависит от множества объективных и субъективных характеристик, дифференциацию которых необходимо

провести и создать, поэтому предметом исследования в контексте получения результатов опроса экспертов является именно исследование социально-психологических характеристик конкурентоспособности. Актуальность изучения социально-психологических характеристик конкурентоспособности очевидна тем более, что сам феномен конкурентоспособности исследован в основном экономистами, юристами, общими психологами. Для развития рыночных отношений, изыскания возможности импортозамещения и технологических прорывных технологий актуальным является формирование конкурентоспособности предприятий и изучение социально-психологических характеристик как групповых феноменов, влияющих на развитие векторов конкурентоспособности.

КРАТКИЙ ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

Исследование социально-психологических условий конкуренции высокотехнологичных организаций имело своей основной целью изучение их влияния (социально-психологических условий) на формирование предпочтений в конкурентной среде, на выявление детерминант развития конкурентоспособности высокотехнологичных предприятий. В современном контексте проведения исследований по конкурентоспособности предприятий и организаций подавляющее большинство – это исследование в области экономики, – это труды Абрамова В.Л., Баширова Э.К., Гельвановского М., Ищенко Е.Г., Кузык Б.Н., Рязанцева А.П., Сильверстова С.Н., Шевченко И.В., Шапуткина К.И., Фасхиева Х.А., Фатхутдинова Р.А. Исследование конкурентоспособности и характеристик, личностных характеристик в основном проводилось в разделе общей психологии, психологии труда, социальной психологии – это работы И.В. Антоненко, В.А. Бодрова, А.Л. Журавлёва, Р.Л. Кричевского, В.В. Марченко, Н.Б. Скрипниковой, В.А. Штроо и других [3]. Работы вышеперечисленных учёных-психологов отличает направленность на изучение личностных характеристик субъектов профессиональной деятельности, их индивидуальности и характерологических особенностей, изучение доминантных типов моделей поведения в контексте их позитивного или негативного влияния на конкурентоспособность. Вместе с тем изучение социально-психологических условий конкурентоспособности предприятий и высокотехнологичных предприятий в частности до настоящего времени не проводилось. Именно поэтому для достижения цели исследования был избран методологический подход, опирающийся на принцип системности, как инструмент социальной экспертизы.

МЕТОД ИССЛЕДОВАНИЯ

Для выявления оснований исследования был проведён опрос экспертов. Опрос проведен методом полустандартизованного глубинного интервью. В состав экспертной группы в количестве 25 (двадцать пять) человек вошли лица, по роду своей научной деятельности теоретики-исследователи, связанные с изучением социально-психологических условий деятельности социальных групп на предприятиях, так и практики-руководители высокотехнологичных предприятий, непосредственно отправляющие функции управления высокотехнологичными предприятиями – эксперты, принимающие управленческие решения в сфере высокотехнологичного производства, министерств и ведомств. Из них мужчин – 21 (двадцать один) человек, женщин – 4 (четыре) человека. Среди экспертов докторов философских наук – 2 человека, докторов психологических наук – 7 человек, докторов технических наук – 5 человек, кандидатов психологических наук – 2 человека, МНС – 1 человек. Остальные эксперты (практики-руководители) учёных степеней и званий не имеют.

ОРГАНИЗАЦИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Время проведения исследования – май-декабрь 2022 года. К этому временному промежутку основные социально-психологические условия предприятия, на котором проводились исследования, сформировались и переформатировались в ответ на изменение объективных внешних социально-экономических условий в связи с введением жёсткого санкционного режима на поставку импортных комплектующих, – предприятие переориентировалось на поставки из дружественных стран и самостоятельно стало модифицировать имеющееся отечественное оборудование.

Для проведения исследования социально-психологических характеристик, оказывающих возможное влияние на конкурентоспособность предприятия, предварительно по рекомендации экспертов была составлена модель, по которой рассматривались социально-психологические характеристики социальной группы [2]. Так, проведено разделение на трёхкомпонентную структуру исследуемых характеристик, а именно на три уровня: макросоциальный уровень, мезосоциальный уровень и микросоциальный уровень [6]. И на каждом уровне выявлялись экспертные мнения по поводу влияния социально-психологических характеристик [8] на конкурентоспособность. Макросоциальный уровень определяется по социальным, экономическим социально-психологическим условиям больших групп и научно-технического комплекса как уровня развития человеческого капитала. [9] При этом подразумевалось, что социально-психологические характеристики – это выделенные экспертами характеристики мезосоциального уровня, а именно: внешний имидж, внутренний имидж, организационная система, организационная культура, социально-психологический климат [10]. При этом понималось, что внешний имидж инвариантен и относится к взаимовлияющим компонентам как макросоциального уровня, так и мезосоциального уровня [7]. Микросоциальный уровень диагностируется по показателям личностных характеристик прежде всего доминантных моделях взаимодействия [5]. Конкурентоспособность – это с точки зрения социальной психологии – «модель соперничества, которая обеспечивает в заданных условиях превосходящий соперника результат» [4]. Эксперты в нашем исследовании понимаются как в переводе с латыни «опытные» – это «специалисты в области науки, техники, искусства и других отраслей, приглашаемые для исследования каких-либо вопросов, решение которых требует специальных знаний» [1]. В связи с отсутствием в современных научных исследованиях изучения социально-психологических характеристик, которые влияют на конкурентоспособность, начальным этапом мы определили применение метода опроса экспертов.

ЦЕЛЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

Основная цель исследования предполагала решение двух ведущих задач, а именно при изложении императивов экспертных оценок и заключений:

1. Установление тенденций и механизмов в развитии социально-психологических феноменов на предприятии в социально-экономической детерминации жёсткого санкционного режима;
2. Установление социально-психологических условий конкурентоспособности высокотехнологичных предприятий.

Установление тенденций, механизмов и условий проводилось на фоне социально-экономических срочных изменений. Обобщенных данных по формированию и развитию социально-психологических условий конкурентоспособности высокотехнологичных предприятий в новых условиях не публиковалось, поэтому данные тенденции – механизмы- условия устанавливались с помощью опроса экспертов, воздействие изменений социально-экономических условий изучалось на основе опроса экспертов (руководителей высокотехнологичных предприятий и теоретиков – учёных психологов).

Анализ опроса экспертов по вопросам, связанным с социально-психологическими условиями конкурентоспособности высокотехнологичных предприятий как явления в сфере особого вида предпринимательской деятельности предполагал гипотетически выявление общего и особенного в социально-психологических феноменах коллектива предприятия. В опросе экспертов выяснялось, имеются ли общие социально-психологические условия в жизнедеятельности коллектива сотрудников и насколько социально-психологические феномены, а именно их тенденции-механизмы-условия влияют, по мнению экспертов, на конкурентоспособность предприятия.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ

Экспертам предлагался ряд вопросов, анализ которых представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Характеристики экспертного опроса, абсолютные цифры

Характеристики ученой степени	П О Л		Должностная позиция
	Муж.	Жен.	
Доктор Философских наук	1	1	Профессора кафедр
Доктора психологических наук	7		Профессора кафедр
Доктора технических наук	5		Из них 2 – профессора кафедр, и три – руководители НИРов
Кандидаты психологических наук	2		Доцент кафедры – 2
Младший научный сотрудник	1		ВНИИЖТ
Не имеют ученой степени	3		Руководители и заместители высокотехнологических предприятий
Не имеют ученой степени	4		Министерство транспорта, начальники управлений и отделов

Также экспертам предлагалось описать их видение комплексных мер по формированию позитивного социально-психологического климата, по формированию позитивного внешнего и внутреннего имиджа, по формированию продуктивной кадровой политики в социально-психологическом контексте применительно ко всем высокотехнологичным предприятиям. Продолжительность каждого интервью составляла 1,0–1,5 часа. В целях оценки надежности полученной информации фиксировалось отношение экспертов к интервью. Состав экспертной группы и отношение к интервью представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Характеристики экспертного опроса, абсолютные цифры

Должность	Отношение к интервью
Чиновники	Отрицательное – 1 чел. МТ РФ Положительное – 9 человек
Ученые кафедр	Положительное – 15 человек

Из данных таблиц определяется, что среди экспертов были представлены сотрудники Министерства Транспорта РФ, руководители и заместители высокотехнологичных предприятий и главные специалисты, а также ученые, занимающиеся исследовательской деятельностью в области социальной психологии. Отношение к интервью было в основном положительным, за исключением одного главного специалиста Министерства Транспорта РФ.

При изложении результатов исследования по данным опроса экспертов представляется целесообразным описать не сами тенденции в развитии конкурентоспособности и механизмы, и социально-психологические условия, но экспертные суждения относительно качественной стороны влияния социально-психологических феноменов, социального окружения, условий труда, функционирования системы кадровой политики, а также выявление социальных представлений о существенных характеристиках конкурентоспособности высокотехнологичных предприятий.

В представленной для заполнения анкете эксперты помечали ответы на вопросы, отражающие современные представления о природе и причинах формирования и развития социально-психологических условий конкурентоспособности высокотехнологичных предприятий, а также отвечали на устные вопросы в процессе беседы – глубинного интервью.

ВОПРОСЫ МАКРОУРОВНЯ ПО СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИМ УСЛОВИЯМ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

На вопросы в контексте исследования данных **макроуровня** «Влияет ли, по Вашему мнению, уровень социально-экономического развития страны на конкуренцию высокотехнологичных предприятий?» 99,75% ответили утвердительно «да» и лишь 0,25% дали ответ «нет» (при-

чем, это был управленец высокотехнологического предприятия). Таким образом, эксперты считают практически единодушно, что социально-экономическое развитие – это основная детерминанта деятельности предприятий, в том числе высокотехнологичных, и жизни общества в целом. В данном контексте в процессе устной беседы (интервью) практически все эксперты отмечают непосредственное влияние социальных условий, таких как состояние развития политической системы государственного устройства (законодательной, исполнительной, судебной), которое отражается на жизни всего общества и представлена в показателях рождаемости-заболеваемости-смертности-приросте населения.

На макроуровне конкурентоспособность высокотехнологичных предприятий обсуждалась в интервью и по вопросам экономических условий деятельности предприятий, а именно доступность кредитов для предприятий и структура налогообложения высокотехнологичных предприятий, – единодушное мнение экспертов в интервью о необходимости создания благоприятных макроэкономических условий для высокотехнологичных предприятий.

Важным условием макроуровня для конкурентоспособности высокотехнологичных предприятий эксперты назвали научно-технический комплекс нашей страны и как критерий данного условия – развитие его технологического потенциала и, что немаловажно – уровень развития человеческого капитала.

Ответы на вопрос: «Влияет ли, по Вашему мнению, общественное мнение об организации на результаты конкурентных предприятий?» разделились, а именно: учёные – социальные психологи и практики-руководители высокотехнологичных предприятий в равном количестве человек (50х50) согласились с влиянием общественного мнения на конкурентоспособность предприятий, а вторая половина и учёных – социальных психологов, и практиков-руководителей сочли, что общественное мнение не влияет на конкурентоспособность высокотехнологичных предприятий. Условием макроуровня в плане социально-психологических условий эксперты согласованно едины во мнении, что критерий может быть только один – развитие человеческого капитала, а это развитие системы образовательного и просветительского процессов, что непосредственно представлено в мнении общества, общественных настроениях и приоритетных базовых ценностях, готовности к социальной мобилизации массового характера.

ВОПРОСЫ МЕЗОУРОВНЯ ПО СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИМ УСЛОВИЯМ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Следующий блок вопросов анкеты и интервью с экспертами относился к **мезосоциальному уровню**, а именно, – это социально-психологические условия деятельности и развития высокотехнологичных предприятий по критериям и показателям, отражающим тенденции и механизмы в развитии конкурентоспособности, влияния социально-психологических феноменов и социального окружения, условий труда и эффективности кадровой политики, социальные представления о конкурентоспособности как таковой. Обсуждались вопросы

По вопросу о том, оказывает ли влияние на конкуренцию внешний положительный имидж организации, респонденты распределились следующим образом: «да, конечно» – считают 98% опрошенных экспертов, «нет, не оказывает» – 2% от опрошенных. Критериями условий конкурентоспособности в контексте положительного внешнего имиджа организации эксперты обозначили развитие известности в средствах массовой информации и сети Интернет по показателям репутационного ресурса и результативности рекламы (формирование позитивного или негативного образа).

Следующий вопрос переключался с предыдущим: «Зависит ли имидж предприятия от информационной политики предприятия», подтверждая необходимость представленности в СМИ, интернет-среде и рекламной деятельности, – все эксперты в ста процентах ответили на этот вопрос положительно.

Оценки экспертов о влиянии на конкурентоспособность предприятия кадровой политики свидетельствуют о единодушном мнении в необходимости грамотной и продуктивной методичной работе по подбору кадров. В процессе диалога в интервью эксперты, говоря о внутреннем имидже предприятия – социально-психологическом климате – корпоративной культуре –

отмечали, что именно кадровая политика является условием конкурентоспособности в условиях организационной системы процессов в профессиональной группе. Показателями кадровой политики определялись система групповых ожиданий по качеству труда субъектов профессиональной деятельности.

Ответы на вопрос по социально-психологическим условиям конкурентоспособности: «Влияет ли, по Вашему мнению, профессионализм деятельности на конкурентные преимущества предприятия?» ответ всех экспертов был однозначно положительным, во главу угла эксперты ставят компетентность специалистов в реализации конкурентоспособности предприятия. В процессе интервью по данному вопросу эксперты отметили, что критериальные условия конкурентоспособности в контексте профессионализма и компетентности – это грамотный подбор лидеров-руководителей и исполнителей по компетентностной шкале. Показателями в русле социально-психологических условий являются прежде всего распределение командных ролей в профессиональной группе и эффективное управление руководителями своими профессиональными группами (подразделениями).

На вопрос, который относится к определению групповых социально-психологических феноменов, отражающих состояние социально-психологического климата: «Влияет ли, по Вашему мнению, сплочённость и оптимистичный настрой трудового коллектива на конкурентоспособность предприятия?» Все эксперты дали положительный ответ, кроме одного – управленца – заместителя руководителя высокотехнологичного предприятия. Критериальным основанием как раз и является выявление группового настроения на социальную мобилизацию и целевое достижение повышения уровня конкурентоспособности, а показатели вовлечённости в профессиональную деятельность на основе социально-психологического феномена сплочённости определяют социально-психологические условия – эксперты – теоретики рекомендовали дополнительно исследовать данные социально-психологические показатели и конкретно указали на необходимость диагностики общей корпоративной шкалы ценностей – её наличия как такового и иерархической модели ценностных приоритетов.

Социально-психологические условия и их формирование предполагают обеспечение на предприятии приоритетов для личностного роста как руководителей и неформальных лидеров, так и исполнителей (рядовых сотрудников). Это важное условие для оптимального социально-психологического климата. Мнение экспертов по этому поводу таково: на вопрос «В какой степени на конкурентоспособность предприятия влияет создание условий для личностного роста руководителей подразделений, неформальных лидеров и рядовых сотрудников?», – все единогласно ответили на данные вопросы положительно – «в значительной степени».

Социально-психологические условия предполагают наличие сформированной и развивающейся корпоративной культуры, которая проявляется в производственной этике, положении о предприятии, Уставе, нормативных правилах деятельности и поведения на предприятии. Эксперты на вопросы, касающиеся корпоративной культуры, ответили так: «Оказывает ли влияние на конкурентоспособность корпоративная культура, нормативные правила, производственная этика?» – ответы экспертов были единодушны «да». А на вопрос, касающийся и корпоративной культуры, и социально-психологического климата предприятия «Является ли коммуникативная компетентность сотрудников и дружеские неформальные отношения конкурентными преимуществами предприятия?» ответы всех экспертов утвердительные, кроме одного эксперта-теоретика и одного эксперта –руководителя предприятия. В комментариях по данным вопросам в процессе интервью эксперты сошлись во мнении, что необходимо спец-подразделение кадровых служб, которое должно заниматься формированием внутреннего имиджа предприятия и направлением вектора лояльности сотрудников к предприятию и руководству. Необходимо призывать к соблюдению субординации и корректировать модули запретительных и поощрительных санкций для мотивации трудовой деятельности субъектов труда.

Вопрос, обсуждаемый с экспертами по поводу влияния на конкурентоспособность благоприятного социально-психологического климата тоже отразил единое мнение о необходимости формирования и развития этого важного конкурентного преимущества предприятия – бла-

гоприятного социально-психологического климата предприятия – эксперты считают это условие важным конкурентным преимуществом. Благоприятный социально-психологический климат предприятия предполагает по критериям группового настроения на социальную мобилизацию и достижение общих целей по показателям групповой сплочённости и вовлечённости в профессиональную деятельность улучшение результативности профессиональной деятельности и тем самым влияет на конкурентоспособность.

ВОПРОСЫ МИКРОУРОВНЯ ПО СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИМ УСЛОВИЯМ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Эксперты коснулись микросоциального уровня и его возможного влияния на повышение конкурентоспособности предприятий. Опрашивали по наличию следующих социально-психологических условий, а именно наличия благоприятной атмосферы кооперации и сотрудничества, взаимопомощи и взаимовыручки, наличия бесконфликтной коммуникации по вертикали и горизонтали на предприятии – эксперты определились по показателям: Конкурентоспособность, Инициативность, Организационные способности, Лидерские качества, Компетентность, Коммуникабельность – данные показатели социально-психологических условий по тем же критериям сплочённости, места и роли сотрудников в команде и вовлечённости в трудовую деятельность. На микросоциальном уровне социально-психологические условия определялись индикаторами аперцептивного характера, – заданы два вопроса экспертам: 1. Является ли конкурентным преимуществом размер оплаты труда?» – ответы всех экспертов (и теоретиков, и управленцев) со знаком плюс и 2. «Может ли влиять семейное положение (женат, замужем) сотрудников на конкурентоспособность предприятия?» – ответы, опять-таки, всех экспертов единодушно – нет, не влияет... Это может вызывать дополнительные размышления как совместно с экспертами, так и в целом об институте семьи и его ценности в общественном сознании и социальных представлениях.

ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Итак, опрос экспертов показал, что существует актуальная проблема, а именно конкурентоспособность предприятий в режиме санкционного комплаенса, в ситуации тотального импортозамещения и государственной установки на технологический прорыв в деятельности высокотехнологичных предприятий. Данная проблема обусловлена ещё и тем, что отсутствует научно-практическое обоснование доминанты социально-психологических условий, тем или иным образом влияющих на формирование конкурентных преимуществ высокотехнологичных предприятий. Опрос экспертов как объективный метод социальной экспертизы доказал, что необходимо исследовать социально-психологические характеристики, влияющие на конкурентоспособность современных высокотехнологичных предприятий. Рекомендации экспертов в начале исследовательского дискурса позволили создать модель изучения конкурентоспособности высокотехнологичных предприятий, разделив исследовательский императив на три уровня – макро-, мезо- и микроуровни. При проведении опроса с элементами глубинного интервью выявлено, что макроуровень условий социально-психологических характеристик объективен и повлиять на него предприятию, даже высокотехнологичному не представляется возможным. Микроуровень исследования социально-психологических характеристик также эксперты отнесли к незначительной составляющей. И настоятельно рекомендовано детально исследовать мезосоциальный уровень, на котором выпукло представлены социально-психологические характеристики, оказывающие влияние на конкурентоспособность высокотехнологичных предприятий.

Результаты опроса экспертов оказали влияние на постановку задач исследования конкурентоспособности высокотехнологичных предприятий и изучения социально-психологических условий конкуренции и были использованы для определения программных задач и интерпретации результатов данного опроса для выработки научно-практических рекомендаций для формирования и развития конкурентоспособности высокотехнологичных предприятий.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. БСЭ – Большая советская энциклопедия. Том 30, часть 1. URL: <http://bse.uaio.ru/BSE/3001.htm> (дата обращения 30.06.2023).
2. Горобец Т.Н. Феномен аутодеструктивного поведения: социально-психологический и акмеологический аспекты. М. 2006. 628с.
3. Журавлёв А.Л. Актуальные проблемы социально ориентированных отраслей психологии. М.: ИПРАН. 2012. 415с.
4. Косарева М.Н. Конкурентоспособность: сущность, факторы и способы повышения // Форум молодых учёных. 2017. №12(16). С. 976-979.
5. Морозов В.В. Психология личности // Инженер кафедры. Философия. 2011. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/psihologiya-lichnosti/viewer>.
6. Рязанова Г.Н., Толкачев П.С. Структурные уровни национальной экономической системы: аспект управления // Управление. 2019. № 4. С. 84–89.
7. Солодухина О.И. Человеческий капитал: понятие, особенности, структура // Экономика и право. 2015. №8. С.1-4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/chelovecheskiy-kapital-ponyatie-osobennosti-struktura/viewer>.
8. Чернякевич Е.Ю. Исследование особенностей социально-психологических характеристик группы во взаимосвязи с ценностными ориентациями личности // Азимут научных исследований: педагогика и психология. 2020. Т9, №1(30). С.391-393.
9. Шубарина К.С. Принципы построения имиджа организации // Творчество молодых учёных. ГРНИИ. 2011. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/printsipy-postroeniya-imidzha-organizatsii/viewer>.
10. Социально-психологическая характеристика групп и коллективов. [Текст электронный]. URL: <http://www.vashpsixolog.ru/lectures-on-the-psychology/154-obshhaya-psixologiya/4590-soczialno-psixologicheskaya-kharakteristika-grupp-i-kollektivov>. (Дата обращения 20.08.2023).

RESEARCH OF SOCIO-PSYCHOLOGICAL CHARACTERISTICS OF COMPETITIVENESS (according to a survey of experts)

Vinogradov A.S.

Russian State University named after A.N. Kosygina

ABSTRACT

The socio-psychological characteristics of an enterprise's competitiveness are determined on the basis of existing socio-psychological research. The preparation of questions to identify the socio-psychological characteristics of competitiveness was divided into three components on a level-by-level basis. The first is the macrosocial level, the second is the mesosocial level and the third is the microsocial level. Confirmation of the connection between socio-psychological characteristics and the competitiveness of enterprises was revealed based on a survey of experts - both theorists (social psychologists - scientists) and practitioners - managers of modern high-tech enterprises. The opinions of practitioners and scientists - social psychologists on issues of the macro-social level were unanimous - this could be seen in the social views of experts about the dependence of the competitiveness of enterprises on socio-political development, on social conditions, on economic conditions in the country. All experts put the development of human capital at the forefront of competitiveness at the macro level, which triggers the mechanism for the development of the scientific and technical com-

plex at the state level. Regarding the influence of public opinion and public opinion on the competitiveness of high-tech enterprises, opinions were divided and it was noted by expert practitioners that it would be more rational not to advertise the activities of high-tech enterprises. The main results of the mesosocial level in the survey data were: discrepancies in answers to the question about the influence of external image on competitiveness (a positive answer was given in the questionnaires), and during an oral interview the experts agreed that this is not necessary for high-tech enterprises. All other questions on the socio-psychological characteristics of the meso level about the formation of an internal image, the construction of an organizational system (reliance on personnel policy in increasing the professionalism and competence of personnel, including managers), the construction of an information policy, organizational culture (ethics , normative behavior, common values), the formation of a favorable socio-psychological climate (group cohesion, involvement in leading activities, etc.) united experts in assessing the need to build socio-psychological conditions at the meso level. Experts did not confirm the influence of microsocial conditions on the competitiveness of high-tech enterprises, except for the dominance of material rewards.

KEYWORDS

socio-psychological characteristics, competitiveness, experts.