

В.В. Шепетюк

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники, Минск,
Беларусь, shepetuk@mail.ru*

СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ СПЕЦИАЛИСТА В СФЕРЕ БИЗНЕСА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

В статье осуществляется анализ важных социально-гуманитарных компетенций специалиста в сфере бизнеса с точки зрения дополнения его базовых профессиональных знаний и умений навыками эффективного социокультурного взаимодействия, определяющего в значительной степени успешность предпринимаемых действий в различных сферах деловой и предпринимательской активности.

Ключевые слова: *социально-гуманитарные компетенции, конкурентоспособность специалиста, социальное взаимодействие, привлекательность бизнеса, успешность бизнеса.*

V.V. Shapiatsiuk

Belarusian State University of Informatics and Radioelectronics, Minsk, Belarus, shepetuk@mail.ru

SOCIAL AND HUMANITARIAN ABILITIES OF A SPECIALIST IN BUSINESS AS A FACTOR OF INCREASING HIS COMPETITIVENESS

The article analyzes the most important social and humanitarian competencies of a specialist in the field of business from the point of view of supplementing his basic professional knowledge and skills with the skills of effective socio-cultural interaction, which largely determines the success of actions taken in various areas of business and entrepreneurial activity.

Key words: *social and humanitarian competences, competitiveness of a specialist, social interaction, business attractiveness, business success.*

В условиях современного общественного развития привлекательность получения бизнес-образования неуклонно растет. В настоящее время существует большое количество возможностей для субъектов проявить себя в сфере предпринимательства, реализовав тем самым свою деловую инициативу и самостоятельность. Безусловно, успешности подобного начинания будет способствовать хорошая профессиональная подготовка в виде подходящего выбранному профилю деятельности бизнес-образования. Такое образование нацелено, прежде всего, на формирование у субъекта комплекса знаний и умений в области прикладной экономики и организации работы предприятия, осуществления финансово-хозяйственной деятельности и налогообложения, приобретение знаний в области маркетинга, менеджмента и рекламы, корректного применения норм законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность.

Часто при таком однозначном подходе упускается важность иных видов знаний, несомненно, повышающих профессиональный уровень специалиста,

нацеленного на самоактуализацию в сфере бизнеса. Речь в данном случае идет о компетенциях в области социальных процессов и коммуникаций, бизнес-этики и репутационного менеджмента [1], тайм-менеджмента, лидерства и управления коллективом, стресс-менеджмента и конфликтологии, а также совокупности многих других компетенций, связанных с пониманием специфики социальной реальности и механизмов взаимодействия субъектов общественных отношений. При этом следует понимать, что исчерпывающий список конкретных знаний, умений и навыков, опирающихся исключительно на потенциал социально-гуманитарных наук, в завершённом виде представить практически невозможно, так как рождаемые этим блоком дисциплин компетенции тесно переплетаются с узкопрофессиональными знаниями, формируя в конечном итоге своеобразный сплав профессии с ценностями, идеалами, мотивацией, убеждениями и индивидуальным стилем деятельности субъекта. В более широком смысле, можно согласиться с тем, что социально-гуманитарная составляющая включает в себя профессиональные знания, навыки социального взаимодействия, сформированные личностные качества, обеспечивающие эффективное функционирование личности в обществе [2].

Важность наличия у специалиста, работающего в сфере бизнеса, подобных компетенций обычно недооценивается. Обусловлено такое ограничивающее понимание сущности предпринимательской деятельности все еще проявляющимися стереотипами массового сознания и искаженными представлениями молодых людей, идущих по пути бизнес-образования, имеющего для них заманчивые перспективы. Формируемое зачастую, таким образом, представление о бизнесе как способе быстрого заработка больших денег на практике оборачивается в лучшем случае неэффективностью организации работы предприятия, в худшем – злоупотреблениями и манипуляциями, использованием т.н. «серых» схем ведения бизнеса, явным или скрытым обманом потребителей товаров и услуг.

Принимая во внимание вышесказанное, следует уделить самое серьезное внимание развитию социально-гуманитарных компетенций будущих представителей бизнес-сообщества, которые призваны стать настоящей социальной элитой, способной демонстрировать наиболее ценные профессиональные, деловые и личностные качества, осуществлять своим трудом весомый и признанный вклад в развитие общества и государства. При этом следует говорить не только о том, как наличие социально-гуманитарных компетенций у субъекта предпринимательской деятельности позволяет интегрировать бизнес с системой общественных и государственных интересов, потребностей различных слоев и групп населения, но и о том, как эти компетенции могут положительно повлиять на сам бизнес, повысить его эффективность, устойчивость и конкурентоспособность, сочетаясь тем самым с ключевыми интересами самого предпринимателя и владельца бизнеса.

Не секрет, что экономические процессы, протекающие в условиях жизнедеятельности современного социума, характеризуются, как правило, большой сложностью в виду множества факторов, оказывающих на них влияние. Среди этих факторов не последнее место будет занимать группа

социальных детерминант, связанных с широким спектром поведенческих моделей и реакций индивидов, условий их жизнедеятельности, которые, в свою очередь, обусловлены еще более значительным множеством причин. Говоря об этих социальных факторах, мы можем рассматривать экономику как научную дисциплину с амбивалентным статусом, имеющую, иными словами, как математический (технический, операциональный), так и гуманитарный базис. Таким образом, от того насколько предприниматель способен учитывать вышеназванные детерминанты во многом будет зависеть успешность его проекта. Возможность такого использования в текущей деятельности знаний о социальных факторах экономического развития в свою очередь определяется именно социально-гуманитарными компетенциями.

Перспективность формирования данного блока компетенций у специалистов в сфере бизнеса связана еще и с тем, что внимание и интерес исследователей к вопросам изучения проявлений человеческого фактора в различных аспектах функционирования экономической системы в настоящее время заметно повышается. Такой научный интерес выступает показателем наметившихся изменений в подходах к пониманию сущности экономической деятельности, задач экономических реформ, стоящих на повестке дня наиболее высокоразвитых обществ и государств. Суть их может быть выражена термином «гуманистические аспекты экономики», который является относительно новым для отечественной научной литературы [3, с. 7]. Появляющиеся на международных форумах дискуссии о проблемах создания экономических моделей с «человеческим лицом» еще больше подчеркивают актуальность данной группы вопросов и свидетельствуют о реальной необходимости перехода к новым стандартам в управлении экономическими процессами [4]. Вполне целесообразно говорить в этой связи о необходимости использования таких современных подходов к управлению экономикой и в подготовке специалистов в сфере бизнеса. Ключ к этому – выработка и совершенствование социально-гуманитарных компетенций будущих предпринимателей и бизнесменов, способных обеспечить устойчивое экономическое развитие.

Под устойчивым ростом при этом следует понимать такой ориентир эволюции экономической системы, который направлен наряду с повышением показателей развития экономики также на раскрытие и использование созидательного потенциала человека, активизацию ресурсов ее сознания и интеллекта, а также на более четкое утверждение гуманистических ценностей, как мощных и действенных регуляторов экономического развития.

Последний аргумент оказывается крайне важным с точки зрения управления экономическими процессами. Современные исследования, подтверждаемые экспериментальными данными, свидетельствуют, что «экономические субъекты в своих действиях руководствуются основополагающими этическими принципами справедливости, честности и сотрудничества, по крайней мере наряду с мотивами максимизации личных предпочтений. Следовательно, вопрос заключается в источниках и способах формирования соответствующих принципов и ценностных установок» [5,

с. 145]. Иными словами, следует всерьез говорить о том, что успехи экономики лежат не столько в плоскости точных математических расчетов, сколько в сфере этически и социально ответственной практики бизнеса, выбора гуманистически правильных инструментов управления экономикой и использования современных социально-гуманитарных технологий, которые оказываются в конечном итоге реальными катализаторами роста благосостояния людей. Достичь всего этого практически невозможно без актуализации внимания к формированию социально-гуманитарных компетенций специалистов в сфере бизнеса, придающих их работе глубокий смысл и позволяющих заявлять о социальной миссии бизнеса в системе общественного развития.

Анализируя важность социально-гуманитарных компетенций при получении бизнес-образования отметим в заключении тот факт, что конкурентоспособность специалиста в сфере бизнеса выражается, в сущности, в конкурентоспособности и устойчивости его предприятия. Основными компонентами повышения конкурентоспособности при этом являются такие социальные паттерны как умение предпринимателя найти оптимальные способы получения прибыли при максимальном учете интересов потребителей своих товаров и услуг, а также знание того, как обеспечить долгосрочное взаимодействие с социальным окружением с целью укрепления и расширения доли постоянных клиентов, способных дать последующие положительные рекомендации о бизнесе другим членам социальной системы. Из этого следует, что конкурентоспособность бизнеса напрямую зависит от широты и глубины социально-гуманитарных познаний предпринимателя, его умения понимать особенности социальной реальности и системный характер социального взаимодействия, точно и качественно отвечать на запросы общества, а также постоянно анализировать общественную жизнь с целью выявления скрытых ресурсов для развития своего дела. Именно при таком подходе специалист в сфере бизнеса обретает все шансы для полной самореализации, основывающейся на грамотном и чутком отношении к другим людям, к их проблемам, заботам и потребностям, а бизнес становится эффективным инструментом взаимовыгодного решения таких проблем и реализации соответствующих потребностей всех членов общества.

Список использованных источников

1. Попова, В. Репутация под защитой: [о культуре ведения диалога с конкурентами и не только] / В. Попова // СБ Беларусь сегодня. – 2020. – 20 ноября. – С. 10–11.
2. Зимняя, И. А. Ключевые компетенции – новая парадигма результата образования / И. А. Зимняя // Высшее образование сегодня. – 2003. – № 5. – С. 34–42.
3. Федоренко, Н.П. Гуманистическая экономика / Н.П. Федоренко. – Москва: Экономика, 2006. – 188 с.
4. Материалы круглого стола «Гуманитарные аспекты экономических моделей развития» [Электронный ресурс] // Бакинский международный гуманитарный форум. – Режим доступа: <http://bakuforum.az/ru/gumanitarnye-aspekty-ekonomicheskikh-modelej-razvitiya/?fid=2257>. – Дата доступа: 20.03.2021.
5. Минервин, И.Г. Культура и этика в экономике: социокультурные факторы экономического роста / И.Г. Минервин. – Москва: ИНИОН РАН, 2011. – 244 с.