

## КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКЕ КРУПНЫХ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Л. Ф. НИЗАЕВА

nizaeva.lida@yandex.ru

ФГБОУ ВО «Уфимский государственный авиационный технический университет» (УГАТУ)

**Аннотация.** В данной статье рассматриваются коммуникативные технологии в молодежной политике, а также цели и методы реализации молодежной политики на крупных промышленных предприятиях.

**Ключевые слова:** коммуникативные технологии; корпоративная политика; молодежная политика; промышленные предприятия.

Актуальность данной темы определяется тем, что на сегодняшний день наиболее популярными методами реализации потенциала промышленных предприятий являются: развитие маркетинговой деятельности, инноватизация, модернизация и цифровизация производственных процессов и т.д. На промышленных предприятиях наблюдается тенденция увеличения среднего возраста работников, также отметим параллельный рост негативного влияния социально-экономических факторов на возможность получения профессионального образования в производственной сфере. Поэтому на первый план выходит нереализованный в полной мере ресурс, а именно – социальный капитал молодежи как инновационный кадровый резерв экономики. Активизация потенциала молодых сотрудников предприятия на сегодняшний день крайне необходима для сохранения отечественной промышленности и вывода ее на новый, более высокий уровень развития.

Цель данной работы заключается в выявлении сущности и значения коммуникативных технологии в молодежной политике крупных промышленных предприятий как важнейшего инструмента повышения конкурентоспособности предприятия и привлечения молодых специалистов на вакантные рабочие места.

В рамках поставленной цели требуется решить ряд задач:

1. Рассмотреть сущность корпоративной политики и ее значения для предприятия.
2. Выявить место молодежи в общественной системе.
3. Изучить особенности реализации коммуникативных технологий в молодежной политике промышленных предприятий.
4. Выдвинуть предложения по совершенствованию молодежной политики на промышленных предприятиях.

Корпоративная политика в обязательном порядке включает в себя:

- цели, задачи корпоративной политики;
- философию корпоративного поведения;
- мотивацию персонала – как материальную так и не материальную;
- корпоративную культуру;
- корпоративные ценности;
- деловой этикет и т.д.

Корпоративная политика состоит из ряда взаимосвязанных элементов, поэтому крайне важно, чтобы они не противоречили социальному статусу молодежи в обществе. Именно корпоративная политика и корпоративная культура являются основным фактором интеграции молодых работников компании, на основе которых выстраивается корпоративная молодежная политика.

Социальный статус молодежи противоречив, поскольку именно она является наиболее «несвязанной» социальной группой. К тому же молодежь наименее защищена социально: в вопросах трудоустройства, в оплате труда, в обеспечении безопасности труда и др. Также молодому поколению свойственно нелинейное поведение, параметрами которого являются:

- высокая профессиональная мобильность,
- несфокусированность карьеры на одной компании,
- предпочтение горизонтальной карьеры, связанной с многократными перемещениями и/или с дауншифтингом;
- модели вертикальной карьеры, профессиональной локальности, традиционных практик трудоустройства [1, с.3].

Таким образом, молодежная политика промышленных предприятий должна учитывать данные особенности и мотивировать молодежь фокусироваться на одной компании в вопросах карьеры.

Основная цель молодежной политики на предприятиях – закрепить молодежь и уменьшить стартовые издержки на прием и адаптацию вновь принятых рабочих. Главные задачи молодежной политики на промышленных предприятиях [4, с.33]:

1) создание правовых и социально-экономических условий для реализации молодыми работниками своего профессионального потенциала, социального становления, самореализации и участия молодежи в общественной и профессиональной деятельности;

2) профессиональное воспитание и образование, адаптация работающей молодежи на производстве, создание условий для полноценной профессиональной самореализации;

3) обеспечение карьерного роста молодых работников, способствующего повышению их социально-имущественного статуса, решение жилищных проблем; реализация общественно значимых инициатив, общественно полезной деятельности молодежи, молодежных организаций;

4) реализация инновационного потенциала молодежи;

5) расширение возможностей молодого человека в выборе своего профессионального пути; содействие культурному, духовному и физическому развитию молодежи.

Для успешного решения вышеуказанных задач, как правило, вносятся соответствующие разделы в коллективные договоры предприятий и разрабатываются корпоративные молодежные программы.

На наш взгляд, молодежная политика на промышленных предприятиях должна заключаться не только в создании соответствующих условий на самом предприятии, но и в создании специальной системы образования, привлекающей молодое поколение. «На сегодня существует угрожающая тенденция уменьшения уровня восприятия студентами учебно-методического материала, что с большой вероятностью вскоре приведет к плачевным последствиям как для науки и техники, так и для системы образования России в целом. Для решения поставленной проблемы могут потребоваться колоссальные изменения в работе многих участников просветительной, научной и образовательной деятельности» [5, с. 173]. Поэтому, представляется возможным предложить следующие положения по разработке бакалаврских и магистерских программ подготовки кадров для сферы промышленности с целью совершенствования молодежной политики:

1. Включение в учебные планы специальных дисциплин, отражающих специфику российской промышленности, стратегических отраслей, перспективы развития отечественной промышленности, а также перспективы реализации потенциала в рамках промышленных предприятий молодыми специалистами. Требуется «восстановление некогда плотного взаимодействия высших и средних учебных заведений и вузовской науки с реальным производством: создание и поддержка школьных и студенческих инженерно-конструкторских бюро, обществ и технопарков, занятых разработкой проектов по заказу предприятий» [4, с. 103].

2. Включение в учебные планы прохождения соответствующих международных практик (в российских и зарубежных промышленных организациях, а также зарубежных вузах). «Во время прохождения производственной практики студенты должны закрепить и углубить теоретические знания, полученные во время обучения в вузе, а также скорректировать и адаптировать их под нужды реального производства» [3, с. 142].

3. Включение в учебные планы программ, направленных на совместные исследовательские проекты студентов и сотрудников промышленных предприятий в соответствующих областях. «Особенно практические навыки нужны для студентов, выбравших прикладные инженерные науки, так как требуемое представление об изучаемых объектах невозможно получить только на теоретических и практических занятиях – для глубокого освоения материала необходимо непосредственное участие в производственном процессе» [3, с. 140].

4. Выполнение дипломных работ и магистерских диссертаций совместно с ведущими специалистами предприятий по темам, являющимися актуальными для развития российской промышленности: «будет правильным, если темы курсовых и выпускных квалификационных работ будут формулироваться и согласовываться при непосредственном участии специалистов профильных предприятий, исходя из их реальных производственных потребностей» [6, с. 180].

5. Организация и проведение научных конференций на постоянной основе для обмена результатами исследований, накопленным опытом и т.д.

Подобные адресные учебные программы позволят повысить интерес молодежи к конкретным промышленным предприятиям еще на этапе получения высшего профессионального образования, а также набрать первоначальный практический опыт.

Помимо этого, на наш взгляд, молодежная политика на промышленных предприятиях должна сопровождаться активной государственной поддержкой в виде специальных денежных пособий, выплачиваемых на протяжении первых трех лет осуществления трудовой деятельности, что позволит привлечь большее количество абитуриентов и удержать их на рабочих местах.

В связи с этим, предлагается разработка ГОСТа, который будет связывать систему высшего системы образования и определенные компетенции, которыми должен обладать сотрудник промышленного предприятия.

Таблица 1

**Примерная структура государственного стандарта, основанного на высшем профессиональном образовании (составлено автором)**

<i>Высшее профессиональное образование</i>	<i>Компетенция</i>	<i>Должность</i>	<i>Компетенции</i>
Специалист	ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес. ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество. ОК 3. Принимать решения в стандартных: и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность. ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями. ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий. ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации. ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности. ....	Менеджер	Коммуникативная компетенция Социально психологическая компетенция Информационная компетенция
Бакалавр	Компетенция 1 Компетенция 2 ...	Потенциальная должность	Компетенция 1 Компетенция 2 ...
Магистр	Компетенция 1 Компетенция 2 ...	Потенциальная должность	Компетенция 1 Компетенция 2 ...

Нельзя забывать и о том, что молодое поколение на сегодняшний день активно вовлечено в информационные потоки. Помимо этого, по утверждениям ряда исследователей, в молодом возрасте завершается формирование ценностно-смысловых ориентации (решение задач жизненного выбора и достижения жизненных целей) [3]. В связи с этим, требуется активизация информационного воздействия на молодежь в вопросе трудоустройства с акцентом именно на промышленные предприятия, которое позволяет моделировать поведение молодого поколения посредством демонстрации отдельных норм и правил, которые будут давать понять, что следование этим нормам вызовет положительную реакцию у референтных групп и личностей. Таким образом, посредством подобной коммуникации с молодежью существует вероятность привлечения молодых соискателей, заинтересованных как в трудовой деятельности на промышленных предприятиях, так и в профессиональном развитии в таких структурах. Кроме того, трансляция таких образцов поведения позволит снизить хаотичную мобильность молодых людей и закрепить их на одном рабочем месте.

Итак, проведенное исследование позволяет сделать несколько выводов:

1. Корпоративная политика и корпоративная культура являются важнейшими инструментами адаптации молодого поколения и вовлечения его в трудовую деятельность в рамках промышленных предприятий. Типичный представитель современного молодого поколения «общительный, легче вливается в коллектив, но ему требуется наставник – он любит, когда ему подсказывают. В совокупности эти особенности делают его привлекательным работником в глазах руководителя» [7, с. 257].

2. Молодое поколение занимает особое место в социальной среде, в связи с чем молодежная политика должна учитывать их социальное положение, а также ценности и менталитет, что позволит быстрее и эффективнее реализовать имеющийся потенциал. «Современной молодежи, воспитанной в соцсетях, необходимо чувствовать вовлеченность в большое дело: решать реальные и сложные задачи, дающие профессиональное и личностное развитие» [8, с. 90].

3. На промышленных предприятиях важнейшими задачами молодежной политики являются: профессиональное воспитание и образование; обеспечение карьерного роста; реализация инновационного потенциала молодежи; расширение возможностей молодого человека в выборе своего профессионального пути, создание правовых, экономических и других условий для реализации личностного потенциала.

4. На наш взгляд, повышение эффективности молодежной политики требует задействовать потенциал профессионального высшего образования и создать специальные образовательные программы, которые позволят вовлечь молодое поколение в сферу промышленной деятельности. Требуется и государственная поддержка молодежи в виде пособий в первые годы их профессиональной деятельности.

5. Требуется активизация государственной информационной политики, направленной на усиление коммуникации с молодым поколением в вопросе трудоустройства именно на промышленные предприятия посредством демонстрации норм, правил и паттернов поведения, одобрительных для референтных групп.

Результаты проведенного исследования могут быть использованы в деятельности промышленных предприятий в формировании молодежной политики – гибкой и адаптированной к современным условиям.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гузь А.Н., Куншенко И. А. Молодежная политика в контексте корпоративной культуры предприятия // Молодой исследователь Дона. - 2016. - № 3. - С.50.
2. Попова Н.В., Попова Е. В., Осипчукова Е. В. Эффективность реализации молодежной политики на промышленных предприятиях как условие экономической безопасности России // ИСОМ. - 2016.- №5 - С.74
3. Муругова О.В., Иванова А.Д. Роль и значение производственной практики при обучении на технических специальностях в вузе // Молодежный Вестник УГАТУ. – 2018. – № 2(19). – с. 140-145.

4. Семивеличенко Е.А., Иванова А.Д., Муругова О.В., Иван-ов С.В. Вопросы профессиональной ориентации и воспитания инженерно-технических интересов молодежи и предложения по развитию журнала «Юный техник» (по результатам экономического и педагогического исследований, проведенных для «Союза машиностроителей России») // Вестник Алтайской академии экономики и права. - № 7 (часть 2). - 2019. - с. 98-106.

5. Камалетдинова Р.Р., Иванова А.Д., Тэфанов В.Н. Молодежный вестник УГАТУ. – Уфа: ФГБОУ ВО УГАТУ, 2020. – №2 (23) – С. 171-175.

6. Мухаметшин Р.Р., Иванова А.Д. Как заинтересовать студентов инженерных специальностей учебным процессом // Молодежный Вестник УГАТУ. – 2019. – № 2(21). – с. 177-182.

7. Тагирова Э.И., Лунёва А.А., Иванова А.Д. Инновационное управление персоналом для повышения экономического потенциала субъектов РФ // Стратегическое развитие субъектов российской федерации: федерализация, национальное самосознание, скрытые конкурентные преимущества: мат. Межд. научно-практ. конф. (7 декабря 2018 г., г. Уфа). – Уфа: АЭТЕРНА, 2018. – с. 255-258.

8. Иванова А.Д., Муругова О.В. Поколение Z – пилотное поколение цифрового мира // Поколение Z: социальный характер, идентичность и ориентации современных подростков: сборник статей Всероссийской научной конференции с международным участием - Уфа: РИЦ БашГУ, 2019. – с. 85-91.

#### ОБ АВТОРЕ

**НИЗАЕВА Лида Фанилевна**, магистрант 2-го курса ИНЭК.

#### METADATA

**Title:** Communication technologies in youth policy at large industrial enterprises.

**Author:** L. F. Nizaeva

**Affiliation:** Ufa State Aviation Technical University (UGATU), Russia.

**Email:** nizaeva.lida@yandex.ru

**Language:** Russian.

**Source:** Molodezhnyj Vestnik UGATU (scientific journal of Ufa State Aviation Technical University), no. 2 (25), pp. 135-139, 2021. ISSN 2225-9309 (Print).

**Abstract:** This article discusses communication technologies in youth policy, as well as the goals and methods of implementing youth policy in large industrial enterprises.

**Key words:** Communication technologies, corporate policy, youth policy, industrial enterprises.

**About author:**

**NIZAEVA, Lida Fanilevna**, postgraduate student 2 year, Ufa state aviation technical University.