

人力资源管理 视角下的大学生就业 竞争力研究

RENLI ZIYUAN GUANLI SHIJIAO XIA DE DAXUESHENG
JIUYE JINGZHONGLI YANJIU

尹训红 ◎ 著



西南交通大学出版社

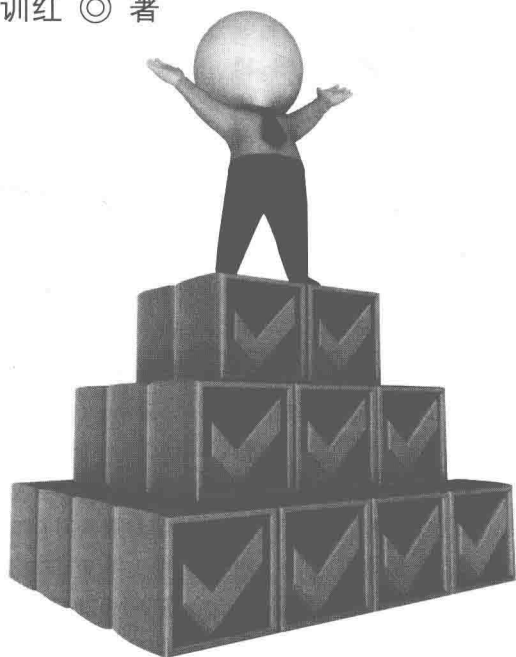
◎ 陕西省教育科学规划课题——结构性失业背景下大学生情商培养的实证研究
(课题编号: SGH13285)的成果

◎ 陕西理工学院校级课题——结构性失业背景下大学生就业意识唤醒与就业能力提升研究
(课题编号: slgky13-23)的成果

人力资源管理 视角下的大学生就业 竞争力研究

RENLI ZIYUAN GUANLI SHIJIAO XIA DE DAXUESHENG
JIUYE JINGZHENGLI YANJIU

尹训红 ◎ 著



西南交通大学出版社
·成都·

图书在版编目 (C I P) 数据

人力资源管理视角下的大学生就业竞争力研究 / 尹训红著. —成都: 西南交通大学出版社, 2015.9
ISBN 978-7-5643-4280-7

I. ①人… II. ①尹… III. ①大学生 - 职业选择 - 研究 IV. ①G647.38

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 209208 号

人力资源管理视角下的大学生就业竞争力研究

尹训红 著

责任编辑 陈 斌

特邀编辑 刘 玥

封面设计 严春艳

出版发行 西南交通大学出版社
(四川省成都市金牛区交大路 146 号)

发行部电话 028-87600564 028-87600533

邮政编码 610031

网 址 <http://www.xnjdcbs.com>

印 刷 四川煤田地质制图印刷厂

成品尺寸 165 mm × 230 mm

印 张 15.25

字 数 273 千

版 次 2015 年 9 月第 1 版

印 次 2015 年 9 月第 1 次

书 号 ISBN 978-7-5643-4280-7

定 价 62.00 元

图书如有印装质量问题 本社负责退换
版权所有 盗版必究 举报电话: 028-87600562

前言

随着中国经济的不断发展,企业等用人单位表现出了对各类人才的强烈需求。但在火热的人才招聘活动中,却出现了企业等用人单位无法招聘到符合自己需求的人才,而大学生应聘者也找不到自己心仪的工作单位的情况。这就是研究者所谓的“结构性失业”现象。结构性失业是指由于经济结构、体制、增长方式等方面的变动,使劳动力在包括技能、经验、工种、知识、年龄、性别、主观意愿、地区等方面的供给结构与需求结构不相一致而导致的失业^①。这一现象的出现,导致大学生就业形势不容乐观,就业率降低。受这种就业形势的影响,大学生就业压力日渐突出,甚至一些刚刚迈入校门的新生都已经感到了这种就业的紧迫感,产生了自卑、焦虑等不良情绪。适度的压力固然能够帮助大学生不断成长,但是倘若压力过高,大学生对自身压力不能合理地管理和调节,很可能做出极端的行为。“高校学生投毒事件”“大学生跳楼事件”的发生,折射出一些大学生长期处于较高就业压力之下心灵扭曲和身心不适的状态。透过这些惨痛的事件,我们不得不深刻反思对大学生就业压力进行管理的重要性、必要性和可能的路径。如何缓解大学生的就业压力,值得社会各界人士共同反思。归根结底,还是需要从大学生自身做起,提升大学生的就业竞争力方是根本之策。

结构性失业现象的出现,是因为随着社会的不断发展,消费者的个人需求不断提高,且表现出需求的多样化和精确化,这对满足和承载他们需求的生产和服务单位提出了更高的要求。对于企业等生产和服务单位来说,要想更好地满足消费者的需求,必须将消费者的价值诉求合理分解到本单位价值流通的每一生产环节和每一岗位,以支撑消费者价值诉求的实现。企业等用人单位的每一岗位在承接了消费者的价值诉求之后,就要通过更具挑战性的职责和任务来“生产”消费者所诉求的价值。而每一岗位更具挑战性的职责和任务的完成,则需要更为优秀的人才来具体实现。这

^① 张淑娟. 当前我国大学生结构性失业问题探析 [D]. 曲阜: 曲阜师范大学, 2010.

必然让企业等用人单位对岗位胜任者应该具备的素质提出更为高标准的要求。在这一过程中,作为被“挑选”的大学生应聘者,若感觉不到企业等用人单位对自身所应具备的素质要求的变化,则必然落后于企业等用人单位的要求而被“淘汰”。这即形成了大学生的结构性失业。因此,大学生的就业不乐观、不顺利、不成功,不是企业等用人单位的人才需求量降低了,而是大学生的就业竞争力和企业等用人单位之间的匹配度降低了,也即企业等用人单位需求的大学生的就业竞争力降低了。这对大学生群体来说是一种警示。大学生必须提高自己的就业竞争力方能在激烈的人才竞争市场上找到自己的位置和出路。

大学生的就业竞争力如何提升呢?若大学生只是心急自己的就业竞争力不高,却没有明确的就业竞争力提升思路,则必然难以有效提升自己的就业竞争力。若大学生将自身就业竞争力的提升当作一项“应急”任务,在毕业前夕“匆忙”进行,也必然难以形成真正久远的竞争力。若大学生将就业竞争力理解为与自身素质无关的一些外在资源,不是通过自身努力去提升,而是通过投机取巧去获得,则大学生所拥有的竞争力必然不是大学生在日后工作岗位上能发挥出其竞争力效能的竞争力。因此,大学生应首先理解什么是当前社会要求下的就业竞争力,再去思考应如何提升自己的就业竞争力。结合大学生结构性失业的产生逻辑,我们可以发现:大学生的就业竞争力应与企业的岗位用人需求、消费者的价值诉求紧密结合在一起。大学生就业竞争力的实质在于如何与消费者的价值诉求满足和企业等用人单位的用人需求合理匹配。大学生的就业竞争力不是表现在某一点上、某一事件中、某一竞争者身上,而是扎根于消费者的价值诉求满足上。从消费者价值诉求满足的层面来说,大学生的就业竞争力应是一个综合的、动态的系统,其提升应是一项系统工程。

人力资源是企业等用人单位最宝贵的资源,正是人力资源承载和满足了消费者价值诉求的达成。大学生是企业等用人单位的潜在资源,是消费者价值诉求满足的未来承载者,是企业等用人单位最宝贵的人力资源。从资源观视角来看,大学生应将自己作为宝贵的人力资源来看待,故大学生就业竞争力的提升,应从系统的人力资源管理的视角来进行,方能将大学生培养为有效满足消费者价值诉求的优秀人力资源。从人力资源管理视角培育的大学生,其所拥有的就业竞争力,不是使大学生拥有单一的技能和僵化的知识,不是让大学生学会从竞争者中脱颖而出,不是用来获得用人单位的青睐,而是让大学生个体学会如何生存、如何合作,学会将自我的生存价值与社会的价值诉求有效融合,学会如何掌控、驾驭、提升、拓展

自己的力量，学会如何使用和经营资源，学会如何创立、经营自我品牌和成就本单位的人才品牌，学会如何幸福、快乐地工作和生活。大学生所拥有的这样的就业竞争力，不仅能从根本上消解就业压力，赢得职位，更会赢得自己、他人和本单位精彩的未来。

作者

2015 年 5 月

目 录

第一章 大学生就业竞争力解析	1
第一节 基于人才定位和管理视角的大学生就业竞争力解析	1
第二节 基于生存意识和生存思维的大学生就业竞争力解析	7
第三节 大学生就业竞争力的内在结构解析	9
参考文献	36
第二章 大学生就业竞争力提升的出发点、思路和可行路径研究	38
第一节 大学生就业竞争力提升的逻辑、关系解析及呈现的问题 ..	38
第二节 用人单位招聘过程的改变与大学生就业竞争力的融合	42
参考文献	46
第三章 招聘配置管理与大学生就业竞争力的提升	47
第一节 人岗匹配与大学生就业竞争力的提升	47
第二节 基于胜任力模型的人员招聘与大学生就业竞争力的提升 ..	55
第三节 科学的招聘过程与方法对大学生就业竞争力提升的作用 与启示	58
第四节 招聘评估对大学生就业竞争力的影响	71
参考文献	73
第四章 人力资源规划视角下的大学生学业和职业生涯规划	75
第一节 人力资源规划视角下的大学生职业生涯规划概述	75
第二节 大学生职业生涯规划制订的依据和步骤	78

第三节	大学生的职业动力分析与个体的职业生涯规划	92
第四节	大学生职业生涯规划的前景、现状分析与大学生的职业生涯规划	96
参考文献		98
第五章	规划和招聘视角下的大学生素质与需求定位	99
第一节	大学生素质与需求定位的路径	99
第二节	大学生素质与需求定位的效果评估	108
参考文献		116
第六章	定位和培训视角下的大学生素质提升	119
第一节	基于拓展训练的大学生素质提升研究	119
第二节	基于大学生潜能开发的素质拓展	132
参考文献		145
第七章	素质提升视角下的大学生学习管理与考核	149
第一节	素质提升视角下大学生学习管理与考核概述	149
第二节	基于绩效管理过程的大学生学习过程的展开	151
第三节	基于培训效果评估的大学生学习过程的展开	155
参考文献		164
第八章	薪酬管理视角下的大学生自我激励	166
第一节	薪酬管理视角下大学生自我激励的路径分析	166
第二节	薪酬管理视角下大学生自我激励的策略分析	170
参考文献		174
第九章	关系视角下的大学生资源网与心理安全网的构建	176
第一节	大学生资源网与心理安全网的构建逻辑	176
第二节	通过大学生团队精神的培养来促进大学生资源网与心理安全网的构建	178

第三节 以大学生创业团队建设和训练来促进大学生资源网与 心理安全网的构建	182
参考文献	188
 第十章 结构性失业背景下大学生就业压力的应对研究	 190
第一节 结构性失业背景下大学生就业压力概述	191
第二节 结构性失业背景下大学生应对就业压力存在的 问题及原因分析	193
第三节 结构性失业背景下大学生就业压力的应对策略	197
参考文献	202
 第十一章 大学生就业意识唤醒与企业人力资源危机的 关系研究	 204
第一节 大学生就业意识唤醒与人力资源危机关系研究概述	206
第二节 基于大学生就业意识唤醒的人力资源危机管理对策	212
参考文献	216
 第十二章 发展视角下的创新型人才的培育路径及策略	 219
第一节 企业创新型人才培育与大学生创新型人才概述	219
第二节 基于参与式人才培养模式的大学生创新型人才培养	227
参考文献	233

第一章 大学生就业竞争力解析

当前大学生的就业竞争力，很多人指向大学生个人及家庭所拥有的人脉关系，有些人指向大学生自身所拥有的各类技能证书和获奖证书，还有人将运气与大学生的就业成功率联系在一起。这样的理解预示着大学生就业竞争力定位出现了“失误与扭曲”。那什么是大学生真正的就业竞争力呢？

第一节 基于人才定位和管理视角的大学生就业竞争力解析

一、从人才定位出发的用人单位竞争力与大学生就业竞争力解读

什么是大学生的就业竞争力？很多人将求职成功等同于大学生的就业竞争力，其实，纵观用人单位每年的人才流动统计及人才工作贡献即可得出一些结论。正如对“千里马”的定义所解，马能跑千里方能称之为千里马，这千里之途便是考验。用人单位也是在寻找能为企业带来长远效益的千里马。是不是千里马，恐怕不是仅凭一些简单的外在标志即可判定。大学生求职成功了，他就是千里马吗？他就有竞争力吗？

能否跑完千里之途才是真正的考验。能有效满足消费者的价值诉求和社会的价值要求，能给企业带来持续良好的收益，能增强企业的人才品牌和人力资源管理品牌，能给企业带来人才的聚集效应和产品的品牌效应，同时大学生自己在工作过程中又有较高的工作满意度和忠诚度，较低的流动率、缺勤率，有较强的幸福感，感到快乐、幸福、积极向上，这样的员工才是企业真正关注的人才，拥有这样的员工才是用人单位真正的竞争力，具备这样的人才品质才是大学生的就业竞争力。

让大学生拥有并明确用人单位所想让大学生具备这样的就业竞争力，与企业的人才选拔标准和程序有莫大的关系。而企业等用人单位和大学生若能理清这一关于大学生求职竞争力和单位市场竞争力的逻辑，必能架设起大学生素质培养和用人单位对人才需求的桥梁，从而实现双方综合竞争力的提升和良性发展，当然也能从根本上解决当前出现的大学生结构性失业问题。而何为求职成功，在用人单位和大学生看来，也将改变其定义，出现更加理性的局面。

二、从管理视角出发的用人单位竞争力与大学生就业竞争力解析

（一）基于产品品质竞争力的企业竞争力和大学生就业竞争力的产生逻辑

人力资源是企业最宝贵的资源，也是企业最具竞争力的资源。其宝贵在于人力资源是其他所有资源的支配者和价值生产者，人力资源本身的价值创造具有不可估量性；其竞争力在于各竞争对手真正竞争的并非产品及其所拥有的价值，而是本单位所拥有的人才素质提升的效率与人力资源价值的开发效率。能更好地促进人才发展的用人单位，才是真正的强者，因为人才的素质与产品的价值含量紧密相连。要做好对本单位人力资源的管理，方能为本单位赢得更强的竞争力。大学生若能明确企业竞争力的来源逻辑，必能更好地管理自身的素质，使其更符合用人单位的要求和消费者的价值诉求，以提升自己的就业竞争力。

人才及人才所依赖的管理是产品竞争力的根本保障。人力资源是企业最宝贵的资源，是消费者所需求产品的直接实现者。人力资源效力的发挥需要依赖良好的人力资源管理。现在随着工作压力的增大，很多用人单位和员工盲目追求所谓的效率，牺牲员工本身的幸福感和生存的意义感，让员工觉得活着好像就是为了工作，而工作就是为了赚钱，这样的思维逻辑，让很多不善调节压力的个体罹患抑郁症等精神疾患，以非正常方式结束自己的生命和工作。这样的用人单位无法让自己的人才更自在地活着，无法保证人才的生命，也就无法让自己的企业活着，无法保证自己企业的生命，当然没有竞争力。而现在的很多大学生，在校学习期间，为了提升自己的学业竞争力，以不健康的生活方式“废寝忘食”透支自己的身体与健康，以功利的视角看待自己的荣誉与成绩，学业有成却身体难行，荣誉满堂却经不起一点风吹草动，在挫折面前一蹶不振或抱怨连连。这样的大学生所拥有的竞争力不是用人单

位所需要的人才竞争力。从管理视角来看,大学生需要加强对就业竞争力的进一步理解。

(二) 基于层次分析的用人单位竞争力与大学生就业竞争力解析

从管理视角来看,什么是企业等用人单位的竞争力和大学生的就业竞争力?可以通过分层次进行解读。

1. 从本源的层次来看,坚持正确的价值取向并为消费者的价值诉求而努力是企业 and 大学生竞争力来源的种子

(1) 企业的竞争力之源和种子。企业等用人单位能否在市场上存活,最重要的是其能够满足消费者的价值诉求,能够提升消费者的生存质量和品质。消费者的价值诉求和生存环境的价值诉求,是各生产单位竞争力的土壤。在所有的用人单位都在更好地满足消费者价值诉求的道路上,能读懂消费者的价值诉求,能更好地管理消费者的价值诉求,能更好地满足消费者的价值诉求的单位才能获得更强的生命力和竞争力。若企业等用人单位的管理者不仅能很好地管理消费者的价值诉求,还能将对消费者价值诉求的理解渗透在企业运营和管理的方方面面,协调本单位生产的方方面面,形成自己的管理体系和经营哲学,渗透在企业经营的意识层面,形成自己独具竞争力的管理品牌,这将意味着管理者为自己的单位种下了一颗竞争力的种子,形成了最具力量的竞争力来源。当用人单位掌握了这一层面的竞争力之后,无论该单位在经营的过程中面临怎样的利益诱惑,他们都能守住本源,守住他们为消费者所承诺的价值,并奉上质量过硬并能提升消费者生活品质、提高消费者生活质量的产品。这样的单位在向消费者兑现他们承诺的同时,也进一步巩固、演示和提升了企业自己的竞争力。

(2) 大学生的就业竞争力之源和“种子”。从前面来看,大学生最具力量的就业竞争力也在于此。读书有志向,有目标,有为社会做贡献的意识,为改变、提升消费者的生活质量而奋斗,为社会的进步与发展而图强,这是其竞争力之源。当初周总理“为中华之崛起而读书”的理想是其传奇一生的魅力来源。有了这样最本源的力量,一方面能引导大学生在读书期间好好学习,学到真正有用的知识和技能而提升自己的就业竞争力;另一方面也给予了大学生努力的更大的空间和机会,让大学生在远大目标的指引下长远规划自己的行动。再者可给予大学生自我学习和行为效果评估的衡量标准。大学生可问自己以下问题:自己每天的学习是围绕什么而进行?学习的效果如何?什么样的行为可做?什么样的行为必须摒弃?正是从日常的每一点一滴行为的评估锻炼,方能让学生真正明确自己行为发出的逻辑,从而做到对自己行为的有效调控和对自己力量的有效驾驭。最后,追溯本源的竞争力种子,让

大学生可以放宽自己的视野,解放自己对于眼前“功利”的追求,让自己的行为找到“根与其生存的土壤”,找到自己学习和生活的种子和生命力。而具备了这样生命力的大学生个体,将是任何一家用人单位竞相追逐的人才,因为这是任何一家用人单位所需要的人才应具备的最本源的竞争力,这样的坚守能回应并会凝聚成一个单位真正的竞争力。

2. 从本质层面来看,员工和大学生对“种子”力量的认知与转化是企业 and 大学生竞争力发挥的最本质表现

(1) 员工对“种子”力量的认知与转化形成企业本质层面的竞争力。管理者所理解的企业的竞争力在形成管理哲学的同时,还应让本单位的所有员工明确什么是本单位真正的竞争力。这需要依赖本单位的人力资源管理系统的有效运行,形成企业人力资源管理的强大品牌。企业的人力资源管理品牌,表现为对人才价值的理解,渗透于人才发展的方方面面,是管理竞争力最本质的表现。完善运行的人力资源管理系统将有关企业竞争力的企业生存意识和生存哲学变成每个员工的生存意识和生存哲学,这是企业管理竞争力最核心的体现。人力资源是企业最宝贵的资源,当人的大脑被最具竞争力的管理意识武装起来之后,必会产生强大的力量,所有员工强大力量的总和必将带来企业竞争力的全力彰显和快速提升。

(2) 大学生对“种子”力量的认知与转化是其就业竞争力形成的最根本路径。现在很多大学生对为什么而读书从行为层面来说看似非常清楚,但从本质上来说却又极为不清晰。很多大学生从入校开始就不知道自己真正应该怎样度过自己的大学生活,应该收获什么。但受社会环境的影响,有些大学生将读书、学习理解为较为功利色彩的赚钱和提高自己的社会地位。于是很多大学生不好好学习而盲目兼职赚钱,有些大学生浑浑噩噩只等毕业“托关系”找好工作。无论是怎样的情况,都与大学生本质的就业竞争力相差甚远。相比于周总理“为中华之崛起而读书”的伟大梦想,现代大学生对自己的追求、发展与社会发展相结合方面缺少根本的认知。这是很多大学生结构性失业的根本原因,是大学生难以成为企业等用人单位真正重视的人才的根本原因,一定程度上也是某些企业之所以被消费者和社会淘汰的根本原因。

消费者需求和社会发展的需求即大学生就业竞争力的“种子”,大学生要从思想和生存理念上将“种子”的力量与自己生长的力量相融合,并将“种子”的营养作为自己成长的营养来源和动力来源,方能真正找到自己的就业竞争力之本,找到自己学习行为的主心骨和效果的衡量标准,也让自己的生活与学习找到正确而有序的轨道,这是大学生就业竞争力形成的根本路径。

3. 经有效管理之后汇集的优秀人才所彰显的企业的人力资源管理品牌是

企业竞争力的最核心表现

(1) 企业的两条生产线和人力资源管理品牌形成的竞争力。任何企业等用人单位都存在两条生产线，一是产品生产线，二是人才生产线，而且正是第二条生产线支撑了第一条生产线的存在。若管理者及员工能深切理解企业竞争力种子的力量，企业的有效经营便会生产出第二条人才生产线，其生产出的优秀产品——人才，即广大员工自身所拥有的优秀个体素质，在被用人单位珍视的同时，所有员工优秀素质的集合将形成璀璨的发光点，这些发光点会形成对该单位外其他优秀员工的强烈吸引。即该单位强大的人力资源管理培育的人才造就了该单位的人力资源管理品牌，优秀的员工即该单位管理品牌的优秀产品，其形成的市场效益就是不仅吸引消费者购买本单位的产品，而且能产生对其他人才的吸引效应，这比产品实体更具竞争力。因为优秀的产品需要优秀的人才来支撑，拥有优秀人才的单位方能真正造就优秀的产品。优秀的人才保障了持续优秀的产品的品质，优秀的产品和优秀的人才所彰显的企业的生存竞争力和人力资源管理品牌竞争力，能为用人单位吸引到更多的人才。而吸引来的人才会在该用人单位的管理下变得更加优秀，这是对人才巨大的吸引力，这是更为长久的用人单位的竞争力。

(2) 从人力资源管理品牌出发的大学生就业竞争力的内涵形成。大学生若能明确企业竞争力的作用逻辑，则可以达到以下效果：

一是会让自己努力具备人才内涵的同时，加强对自己的管理，让自己具备管理自己进步与成才的能力。这种自我管理意识和能力能让自己在求职成功后，迅速融入到用人单位的竞争力逻辑和系统，加速自己的成长和竞争力的提升。因为企业的真正竞争力实际就是不断管理消费者需求和实现消费者需求的能力，实际就是一种不断管理自己企业的生存意识和生存过程的能力。而作为大学生，自我的管理意识和管理能力，是与企业的真正竞争力衔接的有效起点，大学生应找到这一有效起点。

二是大学生应明确怎样的求职单位有利于自己的长进和真正竞争力的提升。“会辨析、判断和选择”，这是基本的认知能力和驾驭自己远离功利情绪和倾向的能力，是衡量日后大学生能否真正为消费者和自我价值实现服务的关键一环。求职时面对“困惑和诱惑”的能力正是考评大学生未来竞争力的真正出发点，是“利我”还是“利他”，若是“利我”倾向占据了大学生求职动力的大部分，则需要警惕日后大学生为消费者需求服务动机的可兑现性和可能性。

现在很多招聘单位为了吸引更多大学生的目光，用高薪、高福利等外在物质条件作为本单位的竞争力，而将本企业发展前景的支撑因素避而不谈，

很多大学生也将目光盯着这样一些外在的“发光点”，并将其理解为企业的竞争力而抛出自己的前途，做出错误的选择。这样的大学生很可能在工作几年后，当自己的薪酬增长速度在同龄人中严重滞后时，才能发现自己当初选择的错误，却又不知错在哪里。这可以说是大学生就业竞争力的更加隐性的方面，即我们原来理解的大学生就业竞争力的倾向：别人在对我们进行挑选时，我们能被别人看上的能力。而此处的大学生就业竞争力则是指：我们在被别人进行挑选时，我们应该具有有效甄别自己跟什么样的用人单位更加匹配的能力和该用人单位生存竞争力的能力。前者是指我们大学生被用人单位选中的几率有多大，后者是指大学生正确判断用人单位与自我发展之间匹配度的正确率有多高。相对于前者，后者更好地体现了一个大学生的真正竞争力。因为具备自主选择意识并对自己的行为有明确思考的个体，相对于仅仅依赖现有或已有素质但缺乏个体自主意识的个体，日后在工作过程中才会拥有更大的工作自主性，才会超越自己已有的素质，更好地用自己的自主管理意识和选择意识来开发自己的潜能，带来更好的工作业绩和绩效。

4. 企业的人才品牌，是用人单位竞争力的人才外在价值方面的表现，是企业竞争力的最基本表现

(1) 企业人才品牌形成的企业内、外部的人才聚集效应。当用人单位的人力资源管理形成品牌效应之后，其在人才品牌方面的效力就会彰显出来。相对于管理不善的用人单位来说，本单位的员工无论是在个体的发展方面，还是在个体及团队的绩效方面，都会有优异的表现。这种综合性的优异成绩会让个体成为大家羡慕的“人才”，同一单位人人都是“人才”的局面就会形成该单位的人才品牌，这一人才品牌对于外单位的员工来说，是一种巨大的吸引力，因为人人都想成为“人才”，人人都想有更高的竞争力和更好的发展，这一“人才”品牌会给该单位带来广泛的求职者，同时也可促进企业员工凝聚力的提升。这是企业等各类用人单位竞争力较强的最基本的表现。

(2) 大学生的人才品牌形成的人才聚集效应。大学生日后工作时，展现更多的是团体的力量而非个体的力量。大学生个体在提高自己的就业竞争力时，能否将个体的发展与拥有的业绩与对他人的吸引和认同连接在一起非常重要。个人的优秀仅得到自我的认可不算真正的优秀，当自我的竞争力吸引到别的大学生的目光并吸引他们形成团队力量时，个体的优秀才会具有更大的力量。故大学生在提升自己的竞争力时，要锤炼自己的“吸才”能力和“引才”能力，形成有效的团队并让自己的优秀和竞争力发挥出团体的力量和更具力量的竞争力，这将是用人单位更为看重的就业竞争力。

5. 企业的产品价格及市场占有率等外在可统计数据，表现为各单位间可

比较的竞争力，是用人单位竞争力的最直接表现

(1) 企业的产品品牌形成的市场认可效应和效益。当一个单位具有关注消费者需求的最深层的竞争力、拥有有效的人力资源运行系统和良性循环的生产系统及企业的人才品牌之后，自然会生产出高质量的不断满足消费者需求甚至不断带给消费者惊喜的产品，该产品因为能更好地满足消费者的需求而必然有较高的市场占有率和盈利率，相对于其他同类竞争单位来说，该企业的竞争力会更明显和强劲，这是企业等各类用人单位最直接的竞争力表现。

(2) 大学生的就业效果印证大学生就业竞争力的内涵。当大学生有效理解消费者的价值需求和社会的发展要求，并将这些“种子”的力量转化为自己的生命力和学习的动力之后，借助人力资源管理的思维将自己管理为优秀的人力资源，并形成了个体的人才品牌，形成了人才聚集效应。这样的大学生，无论是求职还是创业，都会非常成功。这样的成功正是印证了什么是大学生真正的就业竞争力。大学生在求职时，要善于分析欲应聘的单位竞争力的逻辑，并经过缜密的认知之后再做出自己的求职行为，这将是大学生就业竞争力的思维逻辑方面的解读，也是用人单位能否录用该大学生的最为直接的考核。

第二节 基于生存意识和生存思维的大学生就业竞争力解析

一、大学生的结构性失业带来的大学生就业竞争力低下和定位失误的警示

许多已经毕业的大学生，由于其在知识、技能、经验、就业观念等方面不能与社会需求相结合，出现了以下几种结构性失业的情形：专业结构性失业、层次结构性失业、区域结构性失业、观念结构性失业和经验缺乏结构性失业。专业结构性失业，是指高校大学生所学专业和市场专业需求不匹配而出现的失业；层次结构性失业，是指因大学层次结构设置不合理带来的各层次学生互相挤占而产生的失业；区域结构性失业，是指因高校分布和大学毕业生就业地区过于集中于某一地区而产生的失业情况；观念结构性失业，是指因大学生自身的就业价值观而形成的失业类型；经验缺乏结构性失业，是

指由于大学生缺乏工作实践经验而形成的失业现象。在结构性失业背景下,我国在校以及即将毕业的大学生受这种环境因素刺激,就业压力比较大。依据以上各类结构性失业出现的原因,很多研究者提出从扭转就业观念、提高就业技能、增强心理素质等方面做出调整,以适当提高大学生的就业率,缓解结构性失业背景下大学生的就业压力,并认为这是大学生抓住根本、对症下药的有效应对措施。从大学生就业竞争力的内涵来看,这是“治标不治本”的权宜之计,不能从根本上提升大学生的就业竞争力和提高大学生的生命力。

纵观以上所有的结构性失业类型,均透视出大学生对所具备的就业竞争力的误区与短板。大学生所谓的就业竞争力,其出发点是面向某一行业、某一固定位置、某一地域、某一层次和就业单位类型的单一型、服务自我型的功利竞争力。当就业形式和就业竞争力无法满足并服务自己的“私欲”时,则出现各类结构性失业。

若从以上大学生对自己就业竞争力的理解出发,就算大学生就业竞争力很强,就业很顺利,没有各类结构性失业现象,就业率很高,大学生就具有就业竞争力了吗?大学生就不会失业吗?消费者就会认同大学生的就业竞争力和其价值支撑的产品吗?答案是否定的。若让消费者稀里糊涂地使用他们十分不满意的产品,掏空他们的口袋却不能满足他们的需求,消费者会非常愤怒地“剥夺”该企业在需求市场上的生存权利,将其驱逐出场。当大学生就业的单位失去生存价值的时候,大学生还能在该企业顺利就业或保存属于自己的职位吗?“皮之不存,毛将焉附”,大学生自然也会被消费者淘汰。这一结果的出现,说明了大学生就业竞争力的低下和定位的失误,是对大学生就业竞争力提升的警示。

二、基于生存意识和生存思维的大学生就业竞争力解析

(一) 基于生存意识和生存思维的大学生就业竞争力生成逻辑解析

从生存的角度看,大学生的就业竞争力,目的在于帮助大学生在就业的过程中有效地生存下去而不被淘汰。要想达到这一目的,需要大学生深入理解“就业”这一事情本身。它牵扯到大学生综合“知觉”和“解析”某一事物、事件、现象等的的能力,这指向大学生的基本认知能力,指向大学生使用基本的认知能力时自身所携带的能量,如克服自己的焦虑情绪、冲动的性格,厘清自己的价值取向,把握自己的力量特点和色彩,把握自己的需求、动机及内驱力的特点等。如大学生不具备于现象中察觉事件本质的能力和驾驭自己所拥有的力量的能力,则无法拿出应对该事件的有效策略。从这一层面来