

УДК 316.621

ФАКТОРЫ АКТИВНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ

Авакян А.А.

ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный инженерно-экономический университет»,
Санкт-Петербург, e-mail: avakyan19@rambler.ru

В статье представлены результаты авторского эмпирического исследования, проведенного в 2012 г., в ходе которого выявлены факторы, влияющие на активный тип экономического поведения российской молодежи. Исследование проводилось путем анкетирования. В анкетировании участвовали 400 человек (178 мужчин и 222 женщины). Опрос проводился среди респондентов-жителей Санкт-Петербурга от 16 до 70 лет. Анкета включала в себя несколько блоков, подробно характеризующих различные аспекты экономического поведения современной российской молодежи: 1) вопросы, посвященные представлениям молодежи о жизненном успехе и способах его достижения; 2) вопросы, характеризующие профессиональные ориентации и сформированность профессиональных намерений молодежи; 3) вопросы, отражающие экономическое поведение российской молодежи в сфере накопления, потребления, а также в сфере формирования доходов. Установлено, что на выбор активного типа экономического поведения молодежи влияют внешние факторы (социального контекста и взаимодействий) и внутренние (личностные) факторы. Первую группу (личностных) факторов преимущественно составляют частные факторы: система ценностей, уровень адаптивности субъекта в современных условиях, установки. К группе внешних факторов относятся: профессиональные ориентации и предпочтения и экономические мотивы.

Ключевые слова: молодежь, активное экономическое поведение, личностные факторы, профессиональные намерения, адаптивность, экономические мотивы

FACTORS OF ACTIVE ECONOMIC BEHAVIOR OF MODERN RUSSIAN YOUTH

Avakyan A.A.

St. Petersburg state university of engineering and economics, Saint-Petersburg,
e-mail: avakyan19@rambler.ru

The paper presents the results of original empirical research conducted in 2012, during which identified factors that influence the active type of economic behavior of the Russian youth. The study was conducted by questionnaire. In the survey involved 400 people (178 men and 222 women). The survey was conducted among respondents, residents of St. Petersburg from 16 to 70 years. The questionnaire included a few blocks, describing in detail the various aspects of economic behavior of modern Russian youth: 1) questions on young people's ideas about success in life and how to achieve it, and 2) the issues that characterize the professional orientation and formation of professional intentions of young people, and 3) questions that reflect the economic behavior of the Russian youth in savings, consumption, as well as in income generation. Found that the choice of an active type of economic behavior of young people affected by external factors (social context and interactions) and internal (personal factors) factors. The first group (personal) factors largely account for a single factor: the system of values, the level of adaptability of the subject in modern conditions of installation. The group of external factors include: professional orientation and preferences, and economic motives.

Keywords: youth, active economic behavior, personal factors, professional intentions, adaptability, economic motives

Факторы формирования активного экономического поведения молодежи представляют собой значительный интерес как с социологической, так и с управленческой точки зрения по ряду причин. Во-первых, актуален поиск новых мотивов стимулирования активного экономического поведения молодежи. Во-вторых, более важно, но менее очевидно прогнозирование экономического поведения молодежи. Таким образом, именно экономическое поведение молодежи оказывает наибольшее влияние на развитие страны, на тенденции и перспективы ее развития, в связи с чем необходимо постоянно изучать его и анализировать.

В нашей работе особое значение мы отводим молодежи, находящейся на начальном этапе включения в трудовую деятельность в условиях рыночной экономики, т.е. учащуюся молодежь в системе среднего общего и профессионального образования

и экономически активную молодежь, получившую профессиональное образование (безработные и работающие), возрастные границы которой варьируются в пределах от 16 до 30 лет. Кроме возрастного признака (количественная характеристика), к основным характеристикам молодежи как социально-демографической группы относятся и качественные характеристики: особенности социального положения молодых людей, их место и функции в социальной структуре общества, а также характерные особенности их интересов, особенности их самосознания и структуры ценностей.

На основе вышесказанного и нашем видении считаем, что «активное экономическое поведение» можно определить как вид социального поведения, отражающий участие личности в экономической жизни общества посредством различных форм экономической деятельности, при которой

усилия действующего обусловлены его инициативностью, сознательностью, ответственностью, собственными интересами, способствуют удовлетворению его потребностей, а сама деятельность направлена на прогрессивные изменения окружающей среды, предусматривает положительный экономический эффект для личности и общества и способствует экономическому росту и росту благосостояния.

Автор согласен с Федотовой Н.Н. [5] в том, что основными факторами, определяющими поведение молодого человека на рынке труда, являются: ориентация на традиционную или современную ценностно-нормативную систему, уровень адаптированности к новым правилам экономического поведения. В то же время на формирование поведенческих стратегий влияют и другие факторы, например, возраст, так как между возрастом и социальными возможностями существует тесная связь. Региональные особенности рынка труда существенно влияют на социально-профессиональную мобильность молодого человека, определяют его возможности включения в новые формы занятости, а значит, и распространенность того или иного типа стратегий.

Все факторы, влияющие на выбор стратегии поведения молодых людей на рынке труда, исследователем А.Н. Савиновой [3] были разделены на две группы: субъективные и объективные. К *субъективным факторам* отнесены – уровень субъективного контроля (локуса-контроля), мотивация к образованию и труду, самооценка человеком своих профессиональных качеств, опыта и возможностей, оценка материального положения. К *объективным факторам* – демографические (возраст, образование, пол, семейное положение), принадлежность к семьям из различных социально-профессиональных групп, возможность помощи со стороны родителей, несоответствие полученной в вузе специальности и специализации потребностям рынка труда), тип вуза, профиль обучения в вузе.

В контексте нашего исследования несомненный интерес представляет типология экономического поведения по степени активности. Отправной точкой анализа возможных типов поведенческих стратегий молодежи в сфере труда в нашем случае будут служить предложенные П. Сорокиным [4] и Н. Кондратьевым [1] типологии в стремлении оценить степень активности людей. Именно различная степень напряженности социального поля взаимодействия людей по поводу разбалансированности/соответ-

ствия между человеческими потребностями и возможностями их удовлетворения, т. е. наличными ресурсами, определяет степень активности/пассивности человеческого поведения.

Наше эмпирическое исследование по экономическому поведению российской молодежи направлено на выявление отдельных компонентов (установки, ценности, профессиональные ориентиры, конкретно-экономическую направленность деятельности человека в экономической сфере и мн. др.) экономического поведения, характеризующих активный тип экономического поведения.

Анализ полученной информации по результатам эмпирического исследования позволил выявить ряд наиболее важных, на наш взгляд, факторов, формирующих установку российской молодежи на активное экономическое поведение, которые можно условно разбить на 2 группы:

- 1) личностные факторы;
- 2) факторы социального контекста и взаимодействий.

Первую группу (личностных) факторов преимущественно составляют частные факторы: система ценностей, уровень адаптивности субъекта в современных условиях, установки.

I. Личностные факторы – это те особенности, качества и способности, которыми обладает сам индивид: индивидуальность, характер, волевые качества, способности, навыки, стремления.

В ходе исследования в системе ценностей молодежи выявлены основные позиции относительно их понимания о выражении жизненного успеха, формирующего имидж экономически успешного человека. По мнению опрошенных, основными критериями выражения жизненного успеха, формирующего имидж экономически успешного человека являются:

- 1) полезные связи (66 %);
- 2) деньги (62 %);
- 3) умение достигать цели, не обращая внимания на общепринятые нормы (50 %) и «жизнь в крупном городе» (50 %).

Именно эти характеристики, по мнению респондентов, составляют имидж (портрет) экономически успешного человека.

В ходе исследования в системе ценностей молодежи установлены основные приоритетные способы достижения жизненного успеха, формирующие имидж экономически успешного человека в понимании молодежи:

- 1) полезные связи (73 %);
- 2) образование (68 %);
- 3) пробивные способности (54 %).

Также по результатам исследования было установлено, *чего не хватает сегодня молодому человеку*:

- 1) материального достатка (25%);
- 2) культуры, воспитанности (23%);
- 3) нравственных принципов (22%).

Уровень адаптивности субъекта в современных условиях. Адаптивность в большинстве научных концепций рассматривается современными исследователями и теоретиками как свойство личности, определяющее успешность её существования в меняющейся окружающей реальности [2].

На сегодняшний день одним из факторов успешной адаптации человека является наличие у него таких качеств, как высокая профессиональная компетентность, самостоятельность, творческая инициатива, предприимчивость и адаптивность. Уровень адаптивности субъекта в современных условиях, активность экономического поведения молодежи во многом детерминирована связанными между собой факторами оценки социально-экономической сферы и перспектив самореализации в условиях рынка.

Группа оценки молодежью социально-экономической сферы преимущественно составляют индикаторы:

- 1) материальное положение. В ходе исследования было установлено, что материальное положение большинства молодежи: «среднее положение (живут более-менее прилично)» (67%);
- 2) степень удовлетворенности жизни для большинства молодежи, которую она ведет «средняя», т.е. «скорее не устраивает» (38%);
- 3) оценка состояния экономического кризиса в стране.

На вопрос: «Считаете ли вы, что страна постоянно находится в состоянии экономического кризиса?», 42% респондентов ответили «Определенно да».

Для оценки перспектив самореализации в условиях рынка выделены соответствующие им индикаторы:

- 1) готовность современной российской молодежи к занятиям предпринимательством: «Те, кто сильно хотят стать предпринимателем и прилагают большие усилия, в скором времени добиваются своего» (28%), «готова и хочет, но существует очень много барьеров и трудностей для честного открытия своего дела» (29%);
- 2) гарантированный стабильный доход вместо высокого разового нестабильного.

На вопрос: «Как Вы думаете, если бы знакомым вам представителям современной российской молодежи предложили бы гарантированный стабильный доход, предпочли ли бы они его вместо высокого разового нестабильного?», 32% респондентов

ответили «Определенно да» и 31% «Скорее да, чем нет».

В ходе исследования выявлены основные установки российской молодежи относительно:

1) *работы по специальности.* После окончания обучения в большинстве работает по другой профессии (48%); «работа по специальности» – не важный критерий, главное найти работу (51%);

2) *уровень заработной платы* в первый год после окончания учебного заведения. После окончания вуза в первый год большинство молодежи планируют устроиться на работу, где размер заработной платы составляет 21000–25000 рублей (33%);

3) *уровень экономической, самостоятельности при повышении доходов:* работать на нескольких работах, подрабатывать (74%); будет искать любую подходящую работу (59%);

4) «сколотить» состояние (разбогатеть).

Установки относительно увеличения и улучшения материального благосостояния осуществляются молодежью на основе трех групп критериев:

- 1) стартовый капитал родителей, их связи, поддержка (59%);
- 2) высокая должность, власть, связи (57%);
- 3) везение и счастливый случай (52%).

II. Факторы социального контекста и взаимодействий – это группа внешних факторов. Соответствие жизненных ориентаций личности и средств их обеспечения достигается как за счет собственных ресурсов, так и при помощи привлеченных ресурсов, предоставляемых другими людьми в процессе социального взаимодействия. К этой группе факторов относятся: профессиональные ориентации и предпочтения и экономические мотивы.

1. Профессиональные ориентации и предпочтения

Профессиональные намерения – осознанное отношение к определенному виду профессиональной деятельности, включающее знания о предназначении профессии, стремление избрать эту профессию в качестве основного вида трудовой деятельности.

С целью изучения сформированности профессиональных намерений, предпочтений, в том числе карьерных устремлений выделены соответствующие им индикаторы:

1. Структура мотивационных предпочтений при выборе будущего места работы. В число наиболее важных предпочтений, которыми руководствуется большинство молодежи при выборе работы, вошли:

- а) возможность получать хороший заработок (89%);

б) возможность профессионального роста (78 %);

в) удобный график работы (63 %).

2. Источники информации о потенциальном месте работы. Поиск работы осуществляется молодежью на основе использования трех лидирующих источников:

а) интернет (78 %);

б) друзья, знакомые, родственники (73 %);

в) учебное заведение (57 %).

3. Профессионально важные качества.

Профессионально важные качества личности специалиста, доминирующие в модели выпускников вузов по мнению респондентов:

а) высокий профессионализм, компетентность (86 %);

б) работоспособность, здоровье (64 %);

в) ответственность, надежность (63 %).

4. Степень осведомленности о содержании профессии. В ходе исследования выявлено, что большинство выпускников профессиональных учреждений «о своей профессии знает достаточно» (55 %).

2. Экономические мотивы

К основным экономическим мотивам молодежи следует отнести:

1) мотивы, относящиеся к *деньгам*. В целом респонденты высоко оценивают мотивы молодежи, относящиеся к *деньгам* – «желание заработать большее количество денег» (46 %);

2) мотивы, относящиеся к накоплению *богатства*: «хочет стать богатым, даже с риском уголовного наказания (46 %) и «хочет стать богатым, но только законным путем» (46 %). На вопрос: «Как Вы думаете, на что направлены усилия молодежи в отношении материального положения?», 68 % респондентов ответили – «чтобы жить богаче»;

3) мотивы сбережений у современной молодежи направлены на приобретение квартиры, машины и других особо ценных материальных благ (66 %); на отдых и развлечения (55 %);

4) мотивы инвестирования. Исследование показало, что большинство молодых людей биржевыми сводками не интересуются (82 %). На вопрос: «Как Вы думаете, является ли современная российская молодежь сторонниками инвестиционного поведения (сберегательного)?», 60 % респондентов ответили – «скорее нет, чем да».

Именно эти характеристики, по мнению респондентов, характеризуют экономические мотивы современной молодежи и формируют установку российской молодежи на активное экономическое поведение.

Выводы

1) получены подтверждения гипотезы о влиянии степени двух видов факторов: внешних (факторы социального контекста и взаимодействий) и внутренних (личностные факторы) на формирование активного экономического поведения современной российской молодежи;

2) результаты исследований дают основания предположить, что основным направлением повышения экономической активности молодежи должна стать ориентация молодежи на создание собственного благосостояния посредством реализации своих трудовых мотиваций. В неотъемлемой связи должны решаться проблемы труда, занятости и экономического поведения молодежи.

Список литературы

1. Кондратьев Н.Д. Основные проблемы экономической статистики и динамики. – М., 1991.

2. Макарычев А.А., Егорова Л.С. Уровни профессиональной адаптивности личности. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sisp.nkras.ru/issues/2011/4/makarychev.pdf> (дата обращения: 19.08.2012).

3. Савинова А.Н. Стратегии поведения выпускников вузов на рынке труда: дис. ... канд. социол. наук. – Самара, 2006. – 196 с.

4. Сорокин Питирим. Человек. Цивилизация. Общество. – М., 1992.

5. Федотова Н. Жизненные стратегии молодежи [Электронный ресурс] // Сайт Поволжского межрегионального учебного центра. – URL: <http://www.pmuc.ru>. (дата обращения: 19.08.2012).

References

1. Kondratev N.A. The main problem of economic statics and dynamics. M., 1991.

2. Makarychev A.A., Egorova L.S. Levels of professional adaptability of the individual. [Electronic resource]. Available at: <http://sisp.nkras.ru/issues/2011/4/makarychev.pdf> (accessed 19 August 2012).

3. Savinova Anna Nikolaevna. The strategy of behavior of graduates in the labour market: dis... kand. sociol. Sciences. Samara, 2006. 196.

4. Pitirim Sorokin. People. Civilization. Company. M., 1992.

5. Fedotova N. Life strategies of young people [Electronic resource] // the Website of the Volga interregional training center. – URL: <http://www.pmuc.ru>. (accessed 19 August 2012).

Рецензенты:

Бразевич С.С., д.с.н., профессор, зав. кафедрой социологии и управления персоналом Санкт-Петербургского университета управления и экономики, г. Санкт-Петербург;

Безлепкин Н.И., д.ф.н., профессор, зав. кафедрой философии Санкт-Петербургского университета управления и экономики, г. Санкт-Петербург.

Работа поступила в редакцию 26.09.2012.