

Молодежный рынок труда и содействие трудоустройству

© 2013 Колесникова Юлия Сергеевна

© 2013 Камашева Анастасия Васильевна

© 2013 Халиков Артем Ленарович

Казанский (Приволжский) федеральный университет

420008, г. Казань, ул. Кремлевская, д. 18

E-mail: hulia_k@mail.ru; as112@list.ru; artemttl79@gmail.com

Рассмотрены проблемы молодежного рынка труда, даны рекомендации по изменению ситуации с молодежной безработицей. Представлены особенности молодежи как социальной группы и ее характерные отличия в положении на рынке труда. Проанализированы данные экономически активного населения, средних заработных плат лиц в возрасте от 15 до 29 лет.

Ключевые слова: молодежный рынок труда, молодежь, качество жизни, интеллектуальный капитал, человеческий капитал, нематериальная собственность, безработица.

Под молодежным рынком труда мы предлагаем понимать сегмент рынка труда, на котором субъектами, формирующими предложение рабочей силы, выступают лица в возрасте 15-29 лет. Спецификой данного рынка труда является относительно низкая конкурентоспособность молодых работников вследствие высоких затрат на их адаптацию и рисков для работодателя при найме.

Молодежь является маркером современного рынка труда, поскольку более всех возрастных групп подвержена влиянию изменений на рынке труда, данное обстоятельство объясняется тем, что ей присущи такие характеристики, как высокий уровень трудовой мобильности и обучаемости, творческая инициативность, способность к предпринимательской деятельности и установлению деловых контактов, позитивное отношение к нововведениям¹. Именно она составляет ту часть трудовых ресурсов, которая может совершенствоваться и способна наиболее динамично реагировать на изменения социально-экономической ситуации.

В современной экономической литературе существует множество определений рынка труда. В целом, можно констатировать, что отечественные экономисты определяют рынок труда как систему социально-экономических (общественных) отношений между субъектами рынка труда по поводу всего комплекса трудовых отношений. Молодежью является особая социально-возрастная группа. В различных странах возрастные границы данной группы отличаются, по России молодежью принято считать лиц от 15 до 29 лет включительно, однако в последнее время намечается тенденция к увеличению верхней границы до 35 лет. Молодежь - неоднородная группа, в которой существуют опреде-

ленные подгруппы, подверженные влиянию и других факторов (квалификация, пол, место проживания, уровень образования и др.), помимо молодого возраста.

В силу своих качественных социально-профессиональных характеристик (отсутствие практического опыта работы и трудовых навыков, неопределенность и изменчивость профессиональной ориентации, недостаточный уровень социализации (социальная незрелость), неадекватная самооценка и высокие требования к условиям и оплате труда) молодежь чаще всего подвергается дискриминации на рынке труда.

Проблемы занятости населения и безработицы актуальны для современной экономики. В посткризисный период экономики они приобретают особую остроту. К категории наиболее уязвимой здесь относится молодежь. В докладе МОТ, озаглавленном "Глобальные тенденции молодежной занятости в 2010 году", отмечается, что в конце 2009 г. из примерно 620 млн экономически активной молодежи всего мира в возрасте от 15 до 24 лет 81 млн чел. не имели работы, и это самый высокий показатель молодежной безработицы за все время проведения оценок². Он на 7,8 млн выше аналогичных мировых данных за 2007 г. В современных условиях уровень безработицы среди молодежи по всему миру составляет значительную долю общей безработицы. Сходные тенденции наблюдаются в России в целом и в Республике Татарстан в частности. Качество жизни учащихся вузов и молодых специалистов остается на низком уровне. Студенты и выпускники вузов сталкиваются с недостаточной востребованностью на рынке труда. Серьезный характер этих проблем связан не только с уровнем и продолжительностью безработицы, но и во все большей степени со снижением каче-

ства рабочих мест, предоставляемых молодежи. В России младшие возрастные группы традиционно лидировали по уровню безработицы. Безработица среди молодежи - явление не новое, но данная проблема актуальна для современного общества из-за резких изменений пропорций в объеме общей безработицы.

При рассмотрении основных показателей молодежного рынка труда в России, Приволжском федеральном округе и Республике Татарстан было выявлено, что среди молодежи уровень экономически активного населения колеблется в интервале 57,8-59,8 % (см. рисунок), что

России только 16,5 %⁴. Наибольшая доля молодежи сконцентрирована в таких профессиональных областях, как IT-технологии, предпринимательская деятельность и продажи, HR-специалисты. Во всех областях деятельности наблюдается значительная разница в оплате труда между мужчинами и женщинами, в среднем данная разница составляет около 30 %. Эта разница характерна и для более старших групп работников.

Одним из показателей качества жизни молодежи является формы проведения свободного времени. По данным Росстата, больше всего свободного времени молодежь тратит на изучение

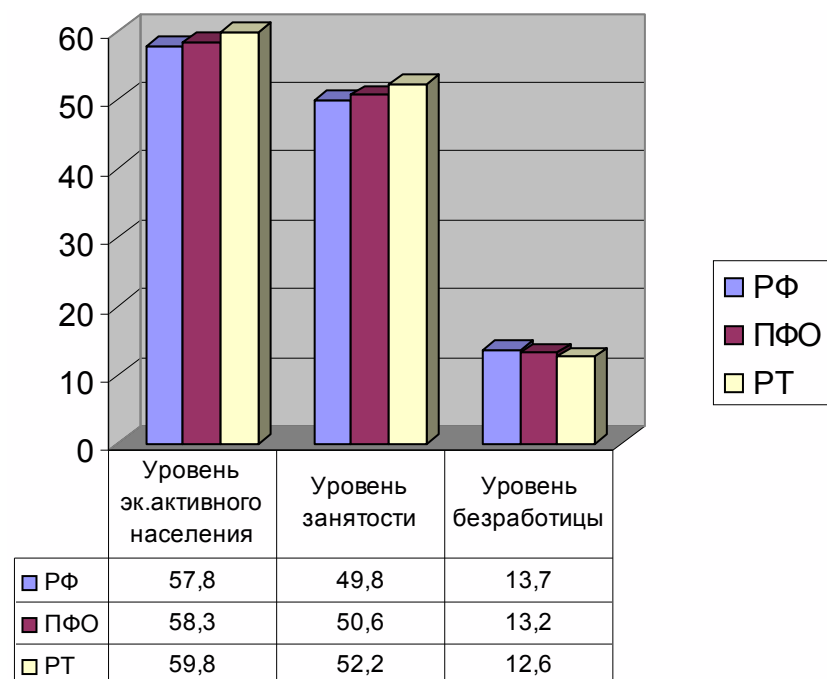


Рис. Экономически активное население в возрасте 15-29 лет

Источник. Молодежь в России. 2010: стат. сб. / ЮНИСЕФ, Росстат. М., 2010.

в среднем ниже, чем показатель по всему населению. Это объясняется тем, что значительная доля молодежи получает образование, особенно в период с 15-24 лет. Уровень занятости изменяется в пределах 49,8-52,2 %, а уровень безработицы - 12,6-13,7 %³.

Необходимо отметить, что показатели по Приволжскому федеральному округу несколько лучше средних данных по России. Татарстан лидирует по показателям уровня занятости молодежи.

На качество жизни молодежи оказывает прямое воздействие уровень заработных плат в регионе. Средняя заработная плата среди молодежи в России составила в 2009 г. 17 584 руб., по Республике Татарстан - 13 594 руб., но, тем не менее, доля молодежи в общей численности работников по Татарстану - 18 %, а в целом по

средств массовой информации, а также на просмотр видеофильмов. Основная часть молодежи не посещают выставки, Дома культуры, концертные залы и театры; 31,2 % молодежи России ответили на вопросы респондентов, что они вообще не читают художественную литературу⁵. Данные тенденции говорят о резком понижении культурного потенциала населения, что является негативным фактором формирования человеческого капитала и нематериальной собственности. Названные показатели характеризуют качество жизни населения как достаточно низкое, поскольку большинство лиц молодого возраста в силу достаточно низкого уровня оплаты труда не могут обеспечить себе качественный досуг.

Образование, получаемое в вузах, зачастую оторвано от современной практики трудовой деятельности. В результате этого работодатели не

заинтересованы в привлечении кадров без опыта работы, поскольку для них характерен более длительный период адаптации, сопровождающийся дополнительными издержками для предприятия. Мы считаем, что необходимо реализовать проект, направленный на содействие трудоустройству молодежи, повышению их адаптивности к условиям современного российского рынка труда, что в конечном итоге благоприятно скажется на создании и сохранении интеллектуального потенциала страны, созданию нематериальной собственности, росту человеческого капитала и снятию остроты проблемы “утечки мозгов”.

Вопросы безработицы и обеспечения занятости населения всегда актуальны для рыночной экономики, а в последнее время все актуальнее становится проблема занятости молодежи. Молодежь относится к наиболее уязвимой категории соискателей рабочих мест. Начиная с 2007 г. молодежная безработица растет достаточно высокими темпами.

В России младшие возрастные группы традиционно также лидировали по уровню безработицы. По данным Росстата, в июле 2012 г. молодежь до 25 лет составляет среди безработных 33,7 %, в том числе в возрасте 15-19 лет - 7,8 %, 20-24 лет - 25,8 %. Высокий уровень безработицы отмечался в возрастной группе 15-19 лет (27,0 %) и 20-24 лет (14,0 %)⁶. Количество безработных, не имеющих опыта трудовой деятельности, составляет 34,4 % от общего количества безработных. По данным Росстата, в числе безработных, не имеющих опыта трудовой деятельности, 20,1% составляет молодежь до 20 лет, 52,2 % - от 20 до 24 лет, 15,2 % - от 25 до 29 лет⁷.

Проблемы молодежной безработицы анализируются во многих современных научных трудах, однако все авторы отмечают, что на практике отсутствуют или реализуются неэффективно программы содействия молодежной занятости, что в конечном итоге негативно сказывается на качестве жизни исследуемой группы населения.

Несмотря на значительное число научных трудов, посвященных вопросам занятости и безработицы молодежи, их многие теоретические и методологические аспекты изучены недостаточно. Дискуссионными остаются проблемы определения сущности, роли и места рынка труда молодежи в системе социально-трудовых отношений. Вопросы молодежной безработицы обсуждаются широко, необходимость их решения очевидна, однако с практической точки зрения они требуют дальнейшего изучения.

Безработица среди образованной молодежи, среди выпускников высших учебных заведений представляет собой проблемную тенденцию. Она

вызывает беспокойство, потому что является порочным результатом, противоречащим предположению и данным о том, что высшее образование и профессиональная подготовка ведут к повышению производительности труда и возможности молодежи в области трудоустройства. В современных условиях необходимо оказывать помощь студентам и выпускникам в адаптации на рынке труда в период высокой конкуренции и финансовой нестабильности, а также повысить качество образования студентов. Молодые работники часто оказываются в “ловушке опыта”, когда у них отсутствует стаж работы, о котором они могли бы сообщить в своих заявлениях о приеме на работу, лишь по причине того, что они не имели возможности устроиться на работу.

В ходе содействия трудоустройству считаем необходимым проводить мониторинги вакансий для студентов и выпускников на постоянной основе, вести профориентационную работу в школах и вузах со студентами младших курсов обучения, что позволит выявлять склонности на раннем этапе развития личности и благотворно скажется на количестве талантливых студентов и молодых специалистов.

С целью привлечения работодателей к трудоустройству молодежи необходимо создание методик привлечения работодателей к участию в программах содействия молодежному трудоустройству и приобретения практических навыков, возможно, например, составление рейтинга работодателей, проведение оценки их HR-бренда с точки зрения молодежи⁸. По результатам исследования работодателям-партнерам необходимо предоставлять рекомендации по улучшению собственного HR-бренда.

Среди предлагаемых мероприятий по содействию занятости молодежи можно выделить:

1. Мониторинг трудоустройства выпускников.
2. Формирование сети контактов вузов с предприятиями крупного и среднего бизнеса.
3. Привлечение к сотрудничеству молодежных организаций и движений с целью расширения охвата и популяризации методик в решении проблем качества жизни молодежи.
4. Мониторинг ситуации на молодежном рынке труда с акцентом на проблемы трудоустройства выпускников без опыта работы.
5. Проведение исследования о потребностях работодателей в квалификации и компетенциях соискателей.
6. Мониторинг наличия вакантных рабочих мест и исследование перспектив трудоустройства студентов и выпускников вузов.

Результаты мероприятий содействия молодежной занятости

В образовании:	В молодежной среде:	Среди работодателей-партнеров:
Модернизация существующих и создание новых востребованных на рынке труда учебных стандартов; усиление связи теоретических аспектов образования и практической базы применения; повышение качества образования; усиление бренда вуза за счет увеличения востребованности выпускников на рынке труда	Улучшение качества жизни молодежи; получение реального опыта работы по специальности без отрыва от обучения; повышение адаптивности к условиям рынка труда; снижение уровня безработицы среди выпускников в среднесрочной перспективе; повышение конкурентоспособности студентов и выпускников	Получение рекомендаций по повышению привлекательности собственного HR-бренда; определение места в рейтинге популярных работодателей по мнению молодежи; возможность повлиять на процесс обучения; возможность привлечения на работу специалистов, уже знакомых со спецификой данной организации

7. Формирование банка вакансий для молодых специалистов и студентов (по профилю их обучения) путем создания специализированного сайта.

8. Проведение профориентационной работы со школьниками и студентами начальных курсов обучения.

9. Проведение аналитического исследования среди студентов о характеристиках желательного первого рабочего места по специальности после окончания обучения.

10. Составление рейтинга наиболее привлекательных работодателей по оценке студентов с ярким HR-брендом.

11. Предоставление рекомендаций работодателям-партнерам вузов о средствах и методах увеличения привлекательности HR-бренда.

12. Разработка мероприятий по содействию временной занятости студентов по специальности обучения.

По итогам проведения предложенных мероприятий планируется достигнуть результатов по трем основным направлениям, представленным в таблице.

На основе проведенного анализа мы можем сделать следующие выводы: при трехстороннем взаимодействии бизнеса, вузов и молодежных организаций как представителей студенчества

станет возможным улучшение ситуации на рынке труда молодежи. С позиции макроэкономики молодежь является перспективной частью населения, которая обеспечивает резерв дальнейшего развития государства и региона. От качества жизни молодежи, уровня ее материальной обеспеченности зависит развитие интеллектуального потенциала страны, демография и показатели национального благосостояния.

¹ Колесникова Ю.С., Камашева А.В. Пути решения проблем молодежного рынка труда // Вестник экономики, права и социологии. 2012. □ 4. С. 47-50.

² Глобальные тенденции молодежной занятости в 2010 году: докл. МОТ. URL: <http://www.ilo.org/public/russian/region/2010/0127.htm>.

³ Молодежь в России. 2010: стат. сб. / ЮНИСЕФ, Росстат. М., 2010.

⁴ Там же.

⁵ Там же.

⁶ Занятость и безработица в Российской Федерации в июле 2012 года / Федеральная служба государственной статистики. URL: http://www.gks.ru/bgd/free/B04_03/IssWWW.exe/Stg/d04/180.htm Дата обращения 15.11.2012.

⁷ Там же.

⁸ Фахрутдинова Е.В., Колесникова Ю.С. HR-бренд, бренд и репутация компании как объекты нематериальной собственности // Креативная экономика. 2013. □ 2. С. 69-76.

Поступила в редакцию 05.11.2013 г.