

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра социальной информатики

**СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ОПРОС: ФОРМИРОВАНИЕ  
КОММУНИКАТИВНО - ИНФОРМАЦИОННОГО ПОЛЯ  
СОЦИАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА СОВРЕМЕННОГО ГОРОДА (НА  
ПРИМЕРЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЕ  
МОЛОДЁЖИ В СФЕРЕ ЗАНЯТОСТИ)**

(автореферат бакалаврской работы)

студента 5 курса 531 группы  
Направления подготовки 09.03.03 – «Прикладная информатика»  
профиль «Прикладная информатика в социологии»  
Социологического факультета  
Цяцко Дмитрия Сергеевича

Научный руководитель  
зав. кафедрой, кандидат социологических  
наук, доцент

\_\_\_\_\_ И.Г. Малинский  
подпись, дата

Зав. кафедрой  
кандидат социологических наук, доцент

\_\_\_\_\_ И.Г. Малинский  
подпись, дата

Саратов 2024

## ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность исследования.** Социологические исследования играют ключевую роль в современном обществе, они помогают понять динамику и тенденции в различных общностях. На первый взгляд, обычный человек может не осознавать всей глубины и важности социологических исследований, но в реальности он сталкивается с ними в повседневной жизни, чаще всего через различные виды опросов.

В современном мире социологические опросы проводятся по самым разным поводам: от изучения предпочтений потребителей до анализа социальных проблем. Городская общность является основным пространством для реализации социологических исследовательских практик. Благодаря опросам можно получить ценные данные о мнениях и поведении людей, что важно для принятия обоснованных решений на уровне общества.

Сегодня социологический опрос переосмысливается и приобретает новые смыслы. Он становится не только научной процедурой, но и инструментом для понимания общественного мнения и потребностей. Важно помнить, что социологические исследования направлены на улучшение качества жизни и общественного благополучия.

Современная городская общность находится в постоянном движении, эволюции и изменениях, переходя от индустриальной к информационной эпохе. Этот процесс перехода оказывает значительное влияние на пространственно-коммуникативные характеристики городов. Одним из ключевых элементов в этой трансформации является социологический опрос, который перестает быть просто инструментом и становится важным строительным блоком формирования коммуникативно-информационного пространства современной городской общности.

Важно отметить, что современные технологии и онлайн-платформы делают процесс проведения социологических опросов более доступным и удобным для всех участников городской общности. Таким образом, опросы становятся не только инструментом сбора информации, но и способом

взаимодействия и обмена мнениями между жителями, что способствует более активному участию горожан в формировании своего городского пространства. Одновременно социологический опрос и сам утрачивает, в глазах обывателя, идентификационную четкость, размываясь потоком маркетинговых, электоральных и иных опросов населения. Кроме того, чрезвычайная популярность социологических опросов общественного мнения вытеснила все другие социологические опросы на общественную периферию. Сегодня социологические опросы остались в России одним из немногих способов обратной связи между властью и обществом. И в этом качестве, воспринимаются основной массой населения. Это обстоятельство серьезно влияет на параметры как самого коммуникативно-информационного поля опроса, так и на конструируемое пространство всей городской общности. Помимо этого, на отношение к опросам влияют и представляемые результаты. Расхождения в цифрах и оценках различных социологических служб настолько значительны, что заставляют сомневаться в их достоверности. Любой социологический опрос направлен на получение информации о состоянии общественного, группового, коллективного и индивидуального мнения, а также о фактах, событиях и оценках, связанных с жизнедеятельностью людей. Опрос, являясь самым распространенным методом сбора первичной информации, позволяет получить основную долю социологических данных. Эти обстоятельства с необходимостью ставят вопрос о профессиональном, технически грамотном использовании социологического опроса в социологическом исследовании. Его новая функциональность, связанная с формированием коммуникативно-информационного пространства города, должна быть принята во внимание. Не случайно, социологический мониторинг изменений отношения к самим социологическим опросам в различных социальных средах по различным направлениям приобретает такое значение и привлекает внимание. Таким образом, тема, выбранная для проведения исследования, представляется актуальной.

**Степень изученности.** Теоретические и методологические проблемы обеспечения научного качества социологического исследования и его результатов, постоянно представлены в социологической литературе и проводимых исследованиях. Социологический опрос не является исключением.

В поле исследовательского интереса отечественных социологов попадают разные методологические, методические, технические и организационные проблемы массовых опросов населения. Так, общая характеристика опросного метода, история его развития, проблема его эффективности представлена в работах Толстовой Ю.Н., Шестопаля Е.Б., Докторовой Б.З. и др.

Интересным и перспективным направлением исследования метода опроса является определение возможностей фиксации невербальной информации в ходе общения интервьюера и респондента, а также ее влияния на ход интервью.

Довольно широко представлено изучение разных видов опроса: телефонного интервью, интернет - опроса, экспертного опроса и др.

Отдельно надо выделить ряд работ отечественных социологов, в которых раскрываются методические проблемы, связанные с особенностями формулировки вопросов для проведения стандартизированного интервью.

Проблема формирования выборочной совокупности также продолжает подниматься на страницах отечественных научных изданий.

Наконец, надо упомянуть обращение социологов к организационным проблемам, возникающим на полевом этапе проведения исследования, в том числе и проблему вербовки и обучения интервьюеров.

Рассмотрение проблемы проведения опроса с точки зрения респондентов, их социального самочувствия, встречается значительно реже. Исключение здесь составляет проблема искренности ответов опрашиваемых, к которой исследователи обращаются довольно часто.

В то же время в меньшей степени находит отражение проблема трансформации отношения общества к самим социологическим исследованиям, что в первую очередь проявляется в нарастающей недоверии к наиболее распространенному социологическому методу - социологическому опросу.

Городская общность исследуется марксистами в контексте концепции классовой борьбы. Э. Дюркгейм рассматривал города как места сосредоточения социальной массы и разделения труда. Вебер в отличие от большинства классиков посвятил городу отдельную работу, в которой рассматривает причины и последствия бурного роста городов. Также тема города рассматривается Ф. Теннисом и Г. Зиммелем. Мощный рывок городская социология получила благодаря вкладу представителей Чикагской школы «социальной экологии» Р. Парка, Л. Вирта, Э. Берджесса, Р. Маккензи, Н. Андерсона и других. Исследования данных авторов включали значительную эмпирическую составляющую, что отличает их от классиков. Несмотря на постоянное внимание к городу, городской общности, проблематика роли и значения коммуникативно-информационного поля социологического опроса в формировании социального пространства современного города, на наш взгляд, не получила своего отражения.

**Целью исследования** выступает процесс формирования коммуникативно-информационного поля социального пространства города. Подобная постановка цели, ее реализация требует решения следующих **задач**:

- охарактеризовать городскую общность как социально - пространственную систему;
- рассмотреть социологический опрос в качестве специфической коммуникативной практики, формирующей особое «поле опроса»;
- провести социологический опрос, предметом которого выступает «Экономическое поведение молодёжи в сфере занятости».

**Объектом исследования** выступает социально-экономическое поведение молодежи как специфической социально - демографической категории в условиях современной России и региона.

**Предметом исследования** является специфика социально-экономических представлений и практик молодежи в сфере занятости, формирующихся в связи с функционированием рынка труда.

**Теоретико-методологической платформой исследования** являются системный и структурно-функциональный подходы, принципы социологии пространства П. Бурдьё и методологического конструктивизма А. Лефевра.

**Эмпирической базой исследования** выступают законодательные акты и нормативные документы федерального правительства и правительства Саратовской области; программы занятости населения, данные официальной федеральной и региональной статистики, сравнительный анализ научных публикаций по теме работы, результаты авторского социологического исследования «Экономическое поведение молодёжи в сфере занятости», проведённого в 2022 - 2023 году в г. Саратове методом анкетирования. N= 150 представителей молодёжи в возрасте от 15 до 29 лет, отобранных по квотно-территориальной выборке (в Ленинском и Кировском районе г. Саратова), из них 49,3% юношей, 50,7% девушек в возрасте от 25 до 29 лет – 39,3%; от 20 до 24% - 42,7%; от 15 до 19 лет - 18%, что соответствует гендерному и возрастному распределению генеральной совокупности.

**Структура работы:** введение, три раздела, заключение, список использованных источников, приложения.

## **ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ**

**В первом разделе «Городская общность как коммуникативно-информационное пространство»** автором проведен анализ существующих подходов к понятию город, городская общность. В силу многоаспектности и отсутствия общей концептуальной схемы город чаще всего описывают и изучают в отдельных ракурсах, сегментарно. В конкретных текстах часто преобладает узко-дисциплинарная предметность. Можно выделить следующие предметные ракурсы: 1) территориально-поселенческий, 2) экономический, 3) градостроительный, 4) психологический, 5) историко-культурный, 6) семиотический, 7) философско-методологический, 8) социологический.

Современный город – это не просто совокупность отдельных жилищ, а целая цивилизация, где каждый житель является частью обширной физической и институциональной структуры. В этом мегаполисе люди функционируют

подобно пчелам в улье, подчиняясь регламентам и условиям, которые определяют их повседневные действия.

В большом городе общественные отношения разделены по разным критериям. Одним из ключевых различий является разделение на публичную и частную сферы социальной жизни. Публичная сфера отражает взаимодействие людей с общественными институтами и организациями, в то время как частная сфера касается личных отношений и семейной жизни.

Социальные институты в городском пространстве не только влияют на поведение горожан, но и определяют их образ жизни. Разнообразие социальных институтов создает множество возможностей для людей разного происхождения и интересов, что в свою очередь способствует формированию разнообразных социальных общностей в городе. Современный город представляет собой сложную систему, где важную роль играет социологический опрос. Этот инструмент становится неотъемлемой частью коммуникативно-информационного пространства, способствуя гармоничной интеграции городского социума.

Поле социологического опроса, при правильной настройке, активно взаимодействует с механизмами, обеспечивающими эффективное функционирование города. Без адекватного исследования социологами город не сможет полноценно развиваться и соответствовать потребностям жителей.

Сегодня социологи накопили обширный аналитический материал, посвященный изучению города как уникального пространственно-организованного общества. Их исследования помогают понять особенности городской жизни, выявить проблемы и потребности горожан для создания более комфортной и устойчивой городской среды.

**Во втором разделе «Поле социологического опроса в коммуникативно-информационном пространстве города»** автором дается интерпретация опросным формам в ракурсе информационно-пространственной организации города. Информация, полученная при проведении социологических опросов, является ключевым инструментом для понимания

динамики общественного развития. Опросы помогают выявить тенденции и изменения в обществе, а также предсказать возможные сценарии развития событий. Благодаря анализу данных опросов возможно принимать обоснованные решения в различных сферах деятельности.

Эффективность социологических опросов заключается в их способности отразить широкий спектр мнений и позиций, что позволяет лучше понять потребности и предпочтения общества. Регулярное проведение опросов способствует созданию более открытого и демократического общества, где каждый голос имеет значение и может повлиять на принятие важных решений. Значимость опросов возрастает, если об исследуемом явлении нет достаточной документальной информации, если оно не доступно непосредственному наблюдению или не поддается эксперименту. В таких ситуациях опрос может стать главным методом сбора информации, но обязательно дополняемым другими исследовательскими методами.

Изучение общественного мнения и его влияние на политические институты в демократическом обществе представляет собой сложную проблему. Недостаточное понимание целей исследований общественного мнения и их роли в общественном контроле политических институтов приводит к общему разочарованию в действиях властей. Это отражается и на отношении к социологическим опросам, что проявляется в нежелании участвовать в интервью.

Сложно переоценить важность понимания целей исследований общественного мнения как инструмента общественного контроля. Общественное недовольство действиями властей приводит к снижению доверия к социологическим опросам. Нежелание общества участвовать в таких опросах может привести к искажению результатов исследований общественного мнения.

В современном мире существует множество различных областей знания и деятельности, каждая из которых имеет свою уникальную лексику и методы коммуникации. В одних социальных сферах существуют специфические



термины и концепции, которые не встречаются в других областях. Например, в профессиональной среде внутренний язык, характерный для данной профессии, может быть непонятен людям из других сфер деятельности.

Также стоит отметить, что определения, принятые в одной сфере, могут быть восприняты как дилетантские или неправильные в другой. Например, опросы, проводимые профессионалами в своей области, могут показаться несерьезными или некомпетентными тем, кто не имеет опыта в этой области.

Однако существует и массовое поле, где эта тема практически не актуализирована. В этой среде преобладают поверхностные представления о проведении опросов и роли поллстеров. Например, люди могут считать, что опросы - это просто процесс опроса населения и получения процентных данных, а поллстеры - это просто те, кто занимается проведением опросов.<sup>1</sup>

Современные города представляют собой сложные социокультурные пространства, в которых формируется коммуникативно-информационное окружение. Влияние различных видов и методов опроса на характеристики этого пространства неоспоримо. Однако также важны социальные сферы, определяющие смысловые аспекты проводимых опросов.

Реакции горожан на социологические опросы играют значительную роль в формировании коммуникативно-информационного пространства. Они способны объективировать, структурировать и окончательно конфигурировать это пространство через соответствующие системы отношений.

Исследование автора по данной проблеме приведет к представлению результатов в следующем разделе. Это позволит более глубоко понять взаимосвязь между социальными практиками, коммуникативным пространством и методами социологических опросов.

**Третий раздел «Факторы, определяющие социально-экономическое поведение молодёжи в сфере занятости»** построен на результатах авторского социологического исследования «Экономическое поведение молодёжи в сфере

---

<sup>1</sup> Ослон, А. Опросы общественного мнения: мозаика социальных определений / А. Ослон // Социальная реальность. 2006. № 6. С. 4.

занятости», проведённого в 2022 - 2023 году в г. Саратове методом анкетирования. N= 150 представителей молодежи молодежи в возрасте от 15 до 29 лет.

Исследования показывают, что структура трудовой мотивации молодых специалистов, только что окончивших профессиональные учебные заведения, представлена разнообразными группами и типами мотивации. Одной из основных характеристик является различие между "шабашниками" и "роботами", которые составляют около половины всех выпускников. "Шабашники" чаще встречаются среди тех, кто обучался рабочим специальностям, в то время как "роботы" чаще выбирают путь служащего или инженера.

Следует отметить, что около 20% молодых специалистов демонстрируют сильные мотивы, связанные с результатами труда и процессом трудовой деятельности. Эти типологические группы играют важную роль в формировании мотивации и профессионального развития выпускников.

Важно также учитывать, что факторы, влияющие на трудовую мотивацию, могут быть разнообразными и индивидуальными для каждого молодого специалиста. Понимание этих факторов позволяет эффективнее поддерживать и мотивировать молодых работников в начале их профессионального пути.

В современном мире модели трудовой мотивации играют решающую роль в формировании стратегий молодых специалистов на рынке труда. Они ориентируются на поиск работы с высокой оплатой, предпочтительно близкой к месту жительства, и с гибким графиком работы. Однако в этом процессе важно учитывать не только индивидуальные предпочтения и стремления молодежи, но и изменяющиеся требования рынка и общества в целом.

Для адаптации к этим изменениям необходимо сосредоточить внимание на нескольких ключевых аспектах:

1. Прогнозирование и планирование: Учреждения, ответственные за подготовку кадров, должны улучшить механизмы прогнозирования спроса на определенные профессии и специализации на рынке труда.

2. Координация действий: Важно обеспечить эффективное взаимодействие между учебными заведениями и работодателями для адаптации учебных программ к требованиям современной экономики.

3. Развитие профессиональных навыков: Чтобы выпускники были конкурентоспособны на рынке труда, необходимо акцентировать внимание на развитии не только технических знаний, но и soft skills, таких как коммуникативные и лидерские навыки.

Только при комплексном подходе, учитывающем разнообразные аспекты, можно гарантировать успешную адаптацию молодежи к требованиям современного рынка труда и обеспечить их профессиональным ростом и развитием.

Современное общество сталкивается с разнообразием факторов, влияющих на социально-экономическое поведение молодежи. Одними из ключевых являются гендерные, образовательные и возрастные характеристики. Проведенный анализ данных показывает, что эти факторы имеют значительное влияние на выбор профессионального пути и стратегии трудоустройства.

Мужчины, согласно исследованиям, проявляют более высокую мобильность на рынке труда. Они активно используют возможности для поиска работы, внедряют современные технологии и стремятся к профессиональному росту. В то же время, женщины чаще проявляют пассивность в поиске работы, полагаясь на государственную поддержку.

Важным аспектом является тот факт, что торговля стала доминирующей сферой деятельности как для мужчин, так и для женщин. Это связано с экономической обусловленностью современного общества и потребностью в специалистах в этой области. Вместе с тем, необходимо учитывать индивидуальные особенности и потребности молодежи при разработке программ поддержки и стимулирования их профессионального развития.

Женщины и мужчины имеют разные предпочтения в сферах деятельности. Юноши, как правило, предпочитают занятия, требующие физического труда, такие как строительство, промышленность и транспорт. Однако, не следует забывать, что женщины также могут успешно работать в этих областях.

Девушки, с другой стороны, чаще ощущают потребность в динамичной профессиональной деятельности, где присутствуют коммуникативные аспекты. Они также стремятся к занятиям в сферах бумажной работы, науки, культуры и бытового обслуживания.

Кроме того, для удовлетворенности юношей трудовой деятельностью важен не только экономический аспект, такой как зарплата и возможности карьерного роста, но и атмосфера в коллективе и характеристики самой профессии. Стабильность в виде социальных гарантий и перспектив карьерного роста также играют значительную роль для девушек в выборе профессионального пути.

Итак, мужчины и женщины имеют разные предпочтения в выборе сфер деятельности, и для каждого из них важны как финансовые аспекты, так и социальная стабильность и атмосфера в коллективе.

В современном обществе особенно активны в сфере занятости молодые люди в возрасте от 15 до 24 лет. Эта возрастная категория не только является наиболее мобильной, но и характеризуется высокой долей предпринимательской активности. Особенно примечательно, что группа от 15 до 19 лет проявляет максимальную гибкость в выборе работы, включая теневой бизнес и эпизодические занятия.

Среди респондентов в возрасте от 20 до 24 лет наблюдается высокий уровень мобильности и активности на рынке труда. Однако, стоит отметить, что эта категория также испытывает значительное влияние нестабильности и конкуренции на рынке труда. Возможно, это связано с поиском лучших возможностей для карьерного роста или экспериментами с различными сферами деятельности.

Исследования показывают, что молодежь в возрасте от 15 до 24 лет часто предпочитает гибкую форму занятости, что может включать в себя работу в теневом секторе и временные занятия. Это может быть связано с желанием экспериментировать, искать новые возможности или обеспечить себе финансовую независимость в период обучения или становления на рынке труда.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Современный рынок труда в России, и Саратовской области обладает рядом специфических черт, которые обусловлены сложившимися социально-политическими и экономическими условиями. Он все еще дифференцирован, поскольку функционирует под воздействием экономического спада и в условиях многоукладной экономики, неразвитости рынков инвестиции, информации, которую сдерживает перелив капитала и труда между отраслями и регионами страны, усиливая разбалансированность спроса и предложения рабочей силы. Государственный сектор экономики в настоящее время не только сокращает свои масштабы, но и утрачивает однородность. Вновь образующиеся организационные структуры не поглощают полностью избыток рабочей силы, высвобождаемой с государственных предприятий. Это приводит к сокращению общего числа рабочих мест, а следовательно: снижению спроса на рабочую силу среди молодёжи, обуславливая специфику ее социально-экономической деятельности в сфере занятости.

Молодежь – это особая социально-демографическая группа, обладающая присущими ей потребностями и интересами и занимающая специфическое место в воспроизводстве трудовых отношений. Ее социально-экономическое поведение в сфере занятости это многоуровневый комплекс целенаправленных индивидуальных и групповых действий, которые определяют направленность и интенсивность реализации человеческого потенциала в процессе трудовой деятельности, в которой выявляются их конкретные потребности, интересы, обусловленные коллективными и индивидуальными нормами, установками и ценностями стратегического или инструментального порядка.

Экскурс в историю научных интерпретаций социального поведения показывает тенденцию к углублению понимания социального поведения по линии многомерности объяснения, позволяющей описывать социальное действие как одновременно детерминированное коллективными и индивидуальными нормами и ценностями. Как субъект социально-экономического поведения в сфере занятости молодежь отличается высоким уровнем мобильности, обучаемости, коммуникативности, быстрее адаптируется к новым условиям. Общий рост числа молодёжи, обращающейся в службу занятости за содействием в трудоустройстве сочетается сокращением ее занятости одновременно с относительным уменьшением реальной заработной платы. При этом наблюдается рост числа молодёжи, впервые вышедшей на рынок труда и не имеющей профессиональных навыков и опыта. Фиксируется увеличение численности молодёжи, остающейся вне поля зрения государственных образовательных и социальных учреждений, служб занятости. Рост уровня безработицы среди молодёжи сопрягается с обострением конкуренции за рабочее место. Увеличивается доля молодёжи, начинающей трудовую деятельность с низким уровнем образования и не имеющей желания продолжать обучение. Отмечается трудовая нестабильность молодёжи, сопряженная с призывом юношей в армию, декретными отпусками и отпусками по уходу за ребёнком для девушек.

Появились устойчивые маргинальные группы самой молодой части молодежи, не имеющей профессиональной подготовки, среднего образования, твердых социально – нравственных ориентиров. Они чаще всего попадают в сферу неформальной экономики, в том числе ее криминальный сегмент. Большинство молодых людей не осведомлены о состоянии спроса на рабочую силу на территориальных рынках труда.

По результатам опроса выявлена жестко прагматическая модель социально-экономического поведения молодежи в сфере занятости, когда профессиональное самоопределение ставится в жесткую зависимость прежде всего от материального вознаграждения. При выходе на рынок труда

жизненные планы молодежи в первую очередь ориентированы на поиск постоянного места работы, на получение достойного заработка, большинство молодых людей стремятся совершить свой карьерный и профессиональный рост, повысить свою квалификацию, приобрести опыт в работе.

Больше половины молодежи работают на негосударственных предприятиях и в организациях, однако не каждый удовлетворен местом работы. Большинство молодых людей не стремятся отправиться в «самостоятельное плавание», не хотят открыть собственное дело. Совпадения полученной специальности с профессиональной деятельностью респондентов наблюдается только у половины опрошенных. 70% готовы сменить место работы ради более высокой заработной платы. Многие молодые люди хотят повышения внешнего контроля над процессом безработицы, разработки программы, гарантирующей социальную защиту безработных.

Проведенный анализ позволил выделить несколько моделей социально-экономического поведения молодёжи в сфере занятости. 1. Конформистская модель, когда человек не тратит времени и сил на длительный поиск работы, соглашаясь на первое попавшееся предложение. 2. Модель «отложенной эффективности», когда человек платит за обучение, временно живёт без дохода, затем эти потери должны компенсироваться повышенным вознаграждением благодаря накопленному человеческому капиталу; 3. Поисковая модель, когда происходит постоянный поиск и смена рабочих мест, причём часто в условиях, когда люди уже имеют работу; 4. Вторичная модель, когда в дополнение к основной работе осуществляется поиск дополнительного заработка к основному заработку. Учет этих разновидностей необходим для более глубокого понимания молодежных проблем в сфере занятости.

В результате анализа данных можно утверждать, что на социально-экономическое поведение молодежи влияют гендерные, образовательные и возрастные характеристики. Мужчины более мобильны в сложившейся ситуации на рынке, используют больше возможностей для поиска работы и применяют современные технологии. Женщины в свою очередь более

пассивны, возлагают надежды в поиске работы на государство. Доминирующей сферой деятельности для мужчин и женщин является торговля, как фактор экономической обусловленности современного общества. Однако юноши более склонны к сферам деятельности, требующим применение физического труда – строительство, промышленность, транспорт. Женщины тяготеют к бумажной работе, науке, культуре и бытовому обслуживанию. Девушки в большей степени испытывают потребность в динамичной профессиональной деятельности и наличию коммуникативных аспектов, им также необходима стабильность в виде социальных гарантий и перспектив карьерного роста. На удовлетворенность юношей трудовой деятельностью в первую очередь влияет экономический аспект, зарплата, возможности карьерного роста, а только затем - климат внутри коллектива и характеристики самой профессии. Наибольшей мобильностью обладает возрастная группа респондентов от 20 до 24 лет, однако наиболее непостоянной является возрастная группа от 15 до 19 лет, среди которых больше занятых в теневом бизнесе и работают эпизодически.

Исходя из этого важно усовершенствовать систему профориентации, повысить престиж нужных, прежде всего промышленности профессий, обеспечить социальную защищенность и профессиональное продвижение молодежи. Иными словами, речь должна идти о реформировании системы профессионального образования и учреждений занятости с учетом всего комплекса проблем занятости молодых россиян. Для того, чтобы молодежь меньше испытывала проблем, связанных с их первой работой, организация может предоставлять претендентам ещё на стадии найма максимально реалистическую информацию о будущих условия труда; поддерживать первоначальную инициативу новичков, давая им возможность проявить свои профессиональные способности в полном объёме; обеспечить выбор руководителей-наставников, способных направить новичка в его профессиональных устремлениях; увязать притязания новичка на высокую его способностей и возможностей с реальными достижениями.