

РАЗДЕЛ II. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Е.А. Волгина

ВЫПУСКНИКИ ВУЗА НА РЫНКЕ ТРУДА: ПРИКЛАДНОЙ АСПЕКТ ИЗУЧЕНИЯ

В современной России вузы находятся в сложной ситуации, обусловленной переходом страны к рыночным отношениям и кризисным состоянием в экономической и социальной сферах. Успешность трудоустройства выпускников вузов является одним из критериев эффективности функционирования и системы высшего образования, и рынка труда, и экономики в целом. Вместе с тем, на сегодняшний день значительное число молодых специалистов испытывает серьезные трудности при переходе от учебы к работе, оказывается занятыми на неквалифицированных рабочих местах или остается без работы.

Попыткой изучения данной проблемы стало пилотажное исследование, проведенное в марте 2008 г. в РГППУ с целью изучения отношения будущих выпускников к своему положению на рынке труда. Объектом исследования стали 50 студентов пятых курсов с социологической и экономической специальностей.

Изучив профессиональное самоопределение пятикурсников, мы установили, что более половины из них (58%) после окончания вуза собираются устроиться на работу и вплотную заняться карьерой, независимо от получаемой специальности, материального достатка семьи или образования родителей. Главным требованием, как отметили 90% респондентов, является высокая оплата труда, за которой следуют возможность карьерного роста (70 %) и интересное содержание работы (55%). Начинать свою карьеру пятикурсники планируют с должности ведущего специалиста, на что указали чуть более половины опрошенных. При этом 14% респондентов претендует на должность руководителя группы, а 10% – начальника отдела, в то время, как быть рядовым подчи-

ненным согласен лишь каждый пятый выпускник, что говорит о явно завышенных карьерных ожиданиях большинства будущих специалистов.

Размер желаемой заработной платы при трудоустройстве в среднем составляет 14,5 тыс. рублей, причем для девушек – 12,7 тыс. руб., а для юношей – 17,2 тыс. руб. Как видно, девушки более объективно оценивают свои возможности и понимают, что работодатель сразу не предложит им большие оклады.

Для нас было важно также изучить систему жизненных ценностей будущих выпускников, так как ценности во многом определяют мотивацию трудовой деятельности. Среди жизненных ценностей пятикурсников наиболее значимыми оказались материальное благополучие и высокий социальный статус, который опередил даже здоровье – такую важную ценность в жизни каждого человека. На третьем месте по значимости идет профессиональный рост, карьера, а не возможность иметь семью и детей, занимающая четвертую позицию. Иерархия жизненных ценностей несколько различна у мужчин и женщин. Если для молодых людей на первом месте стоит материальное благополучие, то для девушек все же здоровье отодвигает его. Далее мы вновь видим различия: для молодых людей на третьем месте стоит профессиональный рост с карьерой, а для девушек – семейные ценности. При этом возможность иметь семью и детей для юношей даже менее значима, чем душевное равновесие. Таким образом, мы можем констатировать тот факт, что для нынешней молодежи происходит переоценка ценностей, в том числе семейных, и распространение в обществе вне-семейных приоритетов.

Изучив отношение будущих выпускников к получаемой специальности, мы выяснили, что 96% социологов нравится получаемая специальность. Что же касается экономистов, то их отношение в целом не такое положительное: 52% из них нравится специальность и 48% – не нравится. Такое отношение можно объяснить ситуацией с востребованностью специальности на рынке труда, а также высокой конкуренцией среди специалистов экономического профиля.

В ходе исследования мы выяснили степень удовлетворенности пятикурсников качеством подготовки в вузе: 74% из них удовлетворены частично, так

как теоретические знания плохо подкреплены практикой. Это отмечает большинство студентов, независимо от пола или получаемой специальности. Действительно, на сегодняшний день опыт работы по специальности – вот одно из ведущих требований работодателя. Опрос показал, что 80% юношей и 60% девушек к пятому курсу имеют опыт работы по специальности.

Большая часть социологов (48%) собирается работать по родственной специальности, 40% – по своей. Каждый второй студент-экономист не собирается работать по специальности, и только 40% из них собираются связать свою будущую профессиональную деятельность с получаемой специальностью. Мы выяснили также, что 92% социологов и 64% экономистов считают себя скорее подготовленными к будущей работе, чем не подготовленными, тем не менее, экономисты в четыре раза чаще (36% против 8%) оценивают уровень своей подготовленности недостаточным.

Проведенное исследование позволило нам выявить определенный дисбаланс между представлениями пятикурсников о тех требованиях, которые, по их мнению, предъявляют работодатели к личностным характеристикам будущих работников, и способностью вуза подготовить выпускников с заданными характеристиками. Будущие выпускники считают, что главными требованиями работодателей к молодым специалистам являются наличие опыта работы, знание ПК и способность легко обучаться, но признаются, что сами не обладают всеми перечисленными характеристиками желаемого работника. Вуз в процессе обучения формирует у своих студентов совсем иные личностные характеристики, например, высокий уровень общей культуры или социальную зрелость, которые менее востребованы работодателями, чем, скажем, высокая работоспособность.

Проблема послевузовского трудоустройства молодых специалистов остается актуальной, имеет свойство трансформироваться в связи с развитием рынка труда. Помимо собственно характера предлагаемых вакансий, это касается и требований, которые предъявляют работодатели своим потенциальным сотрудникам, и требований, предъявляемых молодыми специалистами работодателям.

Для того, чтобы взаимные ожидания тех и других оправдывались, и выпускники вузов не испытывали существенных проблем с трудоустройством, необходимо постоянно отслеживать динамику изменений на рынке труда, изучать ценностные ориентации молодежи и формы ее адаптации к новым условиям рынка труда.

В.В. Дьякова

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ МОЛОДЕЖИ ЕКАТЕРИНБУРГА В ОТНОШЕНИИ МОБИЛЬНЫХ УСТРОЙСТВ

В наши дни мобильные устройства стали неотъемлемой частью человеческой жизни. Сегодня рынок мобильных устройств стремительно развивается, в силу чего привлекает повышенное внимание как потребителей, так и исследователей из разных областей науки. Этап быстрого формирования и расширения рынка уже сменился его качественным развитием, характеризующимся адаптацией к меняющимся экономическим реалиям. Конкурентная среда данного сегмента довольно плотная. Однако у каждой из фирм есть преимущества, которые помогают находить своего покупателя, поэтому рынок развивается в нормальном режиме. Для того чтобы заполучить новых клиентов, компаниям приходится использовать все более и более нестандартные приемы воздействия на потенциальных покупателей и, как следствие, прибегать к эффективным маркетинговым технологиям.

Мобильное устройство – благо для людей, которые часто находятся в движении, незаменимое и необходимое средство коммуникации, обеспечивающее общение на дальних расстояниях в удобных пространственных и временных условиях, а также элемент престижности социального статуса. Данный сегмент рынка представлен множеством фирм, занимающихся производством мобильных устройств. К последним относятся карманные компьютеры (КПК),