

**Кучигина Светлана Каюмовна**

ФГБОУ ВПО «Пензенский государственный университет архитектуры и строительства»

Россия, Пенза<sup>1</sup>

Кандидат филологических наук, доцент

[ku4igina@yandex.ru](mailto:ku4igina@yandex.ru)

## **Формирование трудовой мотивации молодых специалистов в условиях рыночной экономики**

**Аннотация.** Современный рынок труда предъявляет высокие требования к молодым специалистам. Для того, чтобы спрос и предложение на рынке труда были сбалансированы, сокращалось число «невостребованных» секторов, необходима выработка мотивационных конструкций, использование которых в значительной мере повышает профессиональное самоопределение, самосознание и самооценку молодых специалистов, способствует формированию трудовых ориентиров. Данная статья посвящена поиску путей решения проблем «конструирования» мотивационных полей молодых сотрудников в зависимости от особенностей профессиональной среды.

**Ключевые слова:** молодой специалист; рынок труда; мотивация; конструкции; стратегии трудового поведения; профессиональное самоопределение; сегменты рынка.

---

<sup>1</sup> г. Пенза, ул. Титова, 28

В современных рыночных условиях молодым людям приходится динамично адаптироваться к требованиям рынка труда, и в этом отношении у них больше преимуществ по сравнению с поколением их родителей вследствие влияния вполне конкретных социально-экономических факторов: усиление роли информационных ресурсов на процесс формирования человеческого капитала, высокая экономическая активность родителей, изменения в структуре высшего и среднего образования и проч.[4]

Молодежь первых десятилетий XX века оказывается более мобильна, лучше приспосабливается к меняющимся условиям, вследствие изменяющихся социально-экономических условий: возможности использовать и применять на практике обширные массивы информации (ресурсы интернета, прежде всего), более независима (если не экономически, то в плане трудового и профессионального самоопределения) и самостоятельна как результат системы семейного воспитания (родители все меньше уделяют времени своим детям вследствие усиления собственной экономической активности) и системы образования (следование стандартам Болонской системы предполагает значительное увеличение объема самостоятельной подготовки). (См. Рис. 1)

<b>Факторы:</b>	<b>Особенности трудового поведения:</b>
-усовершенствование системы СМИ	-мобильность
- семейное воспитание, система среднего образования	-самоопределение
- реформирование высшего системы образования	-высокая степень самостоятельности
- влияние европейских трудовых практик	- рациональность
- укоренение американского стереотипа «работа – символ успеха»	- амбициозность

*Рис. 1. Социально-экономические факторы формирования особенностей трудового поведения молодых специалистов*

Условия рынка труда предъявляют высокие требования к молодым специалистам, но в то же время для формирования высокой степени трудовой мотивации у молодых сотрудников необходимо соответствие выдвигаемых критериев качества рабочей силы и условий труда должно строго соблюдаться по основным направлениям: уровень заработной платы и уровень потребностей молодежи, возможность повышения квалификации и карьерного роста на производстве, повышение уровня востребованности профессий, перенасыщающих рынок труда (менеджеры, юристы, бухгалтера и т.п.), востребованности выпускников вузов - молодых специалистов без стажа работы и проч.[1]

Стремление, прежде всего извлекать материальные выгоды из осуществляемой деятельности, а не самореализовываться в профессии, продиктовано успешным сформироваться в наше время стереотипом «успешности» в отношении работы: по этому признаку производится «отбор» престижных и непрестижных профессий, по этому же принципу молодые специалисты трудоустраиваются исключительно в экономически

«выгодных» секторах - стремление найти свою собственную «золотоносную работу» становится единственной побудительной причиной для многих молодых специалистов.

Кроме того, «идеология потребительства», все более распространяясь в социально-экономическом пространстве рынка труда, деформирует мотивационное поле выпускников вузов, стремящихся, в большинстве, получить высоко оплачиваемую работу не прилагая особых физических и умственных усилий. В то же время работодатели не настроены платить работникам без опыта работы высокие оклады, что усиливает «мотивационный кризис», который, по мнению ученых, в последнее десятилетие укрепился на молодежном рынке труда.

Мотивация труда в молодежной среде тесно связана с понятиями «первичный рынок труда» и «вторичный рынок труда». Первичный рынок труда предлагает более приемлемые условия труда: высокую оплату труда, систему социальных гарантий, возможность для профессионального и карьерного роста, эстетизацию процесса труда, отсутствие текучести кадров и т.п., что способствует выработке «реальной мотивации» труда и способствует повышению качества рабочей силы.[4]

Вторичный рынок труда не отличается этими преимуществами, в силу чего молодые работники вынуждены работать на пределе возможностей, формируя тем самым «вынужденную мотивацию», позволяющую выжить в сложных трудовых условиях. Но, на наш взгляд, вынужденная мотивация является, в свою очередь, определенной «стратегией» ухода молодого сотрудника со вторичного рынка труда и активизации профессиональной деятельности в принципиально ином секторе рынка, что является характерным в условиях рынка.[2]

Вынужденная мотивация, на наш взгляд, обладает региональной спецификой: она преобладает в той среде молодых специалистов, для которой характерны низкие темпы экономического роста, высокий уровень безработицы, отсталость определенных секторов экономики (примеру, аграрный сектор, промышленный и т.п.). Вследствие этого значительная часть выпускников вузов вынуждены работать не по специальности, на вредных условиях производства, искать работу в других регионах и т.п.

Таким образом, вынужденная мотивация порождается системой отрицательных стимулов в условиях ограниченной свободы выбора в целях удовлетворения витальных потребностей. Последствиями такого рода мотивации являются деградация культуры труда, ее ценностей и престижа, снижение профессиональной самооценки и уровня профессиональной самореализации, уничтожение элементов творчества и инициативы в работе, появление социального пессимизма (неверие в перемены к лучшему, собственные силы и т.п.) и др. Вследствие этого рядом российских ученых вынужденная мотивация рассматривается как «псевдомотивация».

Кроме того, на наш взгляд, псевдомотивация, а также «профессиональные барьеры» способны сформировать определенную модель поведения молодого специалиста, характерными особенностями которой могут выступать различного рода «зависимости» (от работодателя, оплаты труда и т.п.) и низкий уровень трудовой активности.

В силу этого усиливается разобщенность между старшим поколением работников и молодым: исчезает практика «передачи» знаний и опыта, а их обретение за счет собственного опыта несет материальные и временные издержки.

Важность труда в качестве некоего «общественного блага», по мнению респондентов, занимает последние позиции в рейтинге приоритетов. Стабилизации ситуации, на наш взгляд, может содействовать формирование «стратегий» мотивационных ориентиров, разработанный

отдельно для работников административного сектора, коммерческой сферы и работников производства. [3]

«Административная стратегия» активных мотивационных ориентиров предполагает значимость для работников следующих характеристики: возможность проявлять инициативу, динамично решать поставленные задачи, перспективы профессионального роста и должностного продвижения, стабильность оплаты труда.

«Стандартная стратегия» пассивных мотивационных ориентиров представляет собой иерархию следующих характеристик мотивации для сотрудников среднего и младшего звена и работников производства: безопасность, стабильность и несложность работы, стабильность оплаты труда, позитивный эмоциональный фон в коллективе, низкий уровень самореализации, инициативы.

«Бизнес-стратегия» относится к разряду активных мотивационных ориентиров и предназначен для работников коммерческой сферы, для которых значимыми являются следующие аспекты: высокий доход от трудовой деятельности, высокая стрессоустойчивость, высокий уровень инициативы и способность к риску.

«Арт-стратегия» относится к разряду активных мотивационных ориентиров и предназначен для работников творческой сферы, применяющих следующие «мотиваторы»: креативность мышления и творческий подход, свободный график работы, высокая оплата труда, эмоционально окрашенная трудовая среда. (См. Рис. 2)

↓	↓	↓	↓
<p>«Административный пакет»</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● инициатива,</li> <li>-перспективы профессионального роста,</li> <li>-стабильность оплаты труда.</li> </ul>	<p>«Бизнес-пакет»</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-коммерческая сфера,</li> <li>-высокая оплата труда,</li> <li>-стрессоустойчивость,</li> <li>-коммуникабельность.</li> </ul>	<p>«Стандартный пакет»</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-безопасность,</li> <li>-стабильность и несложность работы,</li> <li>-стабильность оплаты труда,</li> <li>-позитивный эмоциональный фон в коллективе,</li> <li>-низкий уровень самореализации,</li> <li>инициативы.</li> </ul>	<p>"Арт-пакет"</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-креативность мышления,</li> <li>-творческий подход,</li> <li>-свободный график работы,</li> <li>-высокая оплата труда,</li> <li>-эмоционально окрашенная трудовая среда.</li> </ul>

**Рис. 2. Мотивационные конструкции системы труда**

Мотивация труда в молодежной среде тесно связана с понятиями «первичный рынок труда» и «вторичный рынок труда». Первичный рынок труда предлагает более приемлемые условия труда: высокую оплату труда, систему социальных гарантий, возможность для профессионального и карьерного роста, эстетизацию процесса труда, отсутствие текучести кадров и т.п., что способствует выработке «реальной мотивации» труда и способствует повышению качества рабочей силы.[5]

Молодые специалисты стремятся трудоустроиться в крупных компаниях (преимущественно, столичных и европейских), обладающих большими ресурсными возможностями (карьера, оплата труда, режим работы и проч.), поскольку трудовые процессы протекают в таких условиях гораздо быстрее, чем в небольших компаниях. В свою очередь

корпорации стараются приглашать молодых специалистов на конкурсной основе, получая при этом возможность выбора лучших сотрудников.

Мотивы трудоустройства молодежи в крупную корпорацию будут носить следующий характер:

- совет авторитетного для соискателя человека;
- белая зарплата;
- возможность посмотреть мир и познакомиться с другой культурой (в случае выбора компании с участием иностранного капитала);
- возможность работы в команде профессионалов высокого уровня;
- престижная запись в трудовой книжке.

Вторичный рынок труда не отличается этими преимуществами, в силу чего молодые работники вынуждены работать на пределе возможностей, формируя тем самым «вынужденную мотивацию», позволяющую выжить в сложных трудовых условиях. Но, на наш взгляд, вынужденная мотивация является, в свою очередь, определенной «стратегией» ухода молодого сотрудника со вторичного рынка труда и активизации профессиональной деятельности в принципиально ином секторе рынка, что является характерным в условиях рынка.

Вынужденная мотивация, на наш взгляд, обладает региональной спецификой: она преобладает в той среде молодых специалистов, для которой характерны низкие темпы экономического роста, высокий уровень безработицы, отсталость определенных секторов экономики (примеру, аграрный сектор, промышленный и т.п.). Вследствие этого значительная часть выпускников вузов вынуждены работать не по специальности, на вредных условиях производства, искать работу в других регионах и т.п.

Кроме того, по мнению большинства ученых, псевдомотивация, а также «профессиональные барьеры» способны сформировать определенную модель поведения молодого специалиста, характерными особенностями которой могут выступать различного рода «зависимости» (от работодателя, оплаты труда и т.п.) и низкий уровень трудовой активности.[4]

Таким образом, при анализе мотивационных полей, распространившихся в среде молодых специалистов следует учитывать социально-экономические факторы формирования особенностей трудового поведения выпускников вузов, сформированных в процессе обучения, а также разрабатывать новые подходы к практическому применению мотивационных конструкций в системе труда молодых специалистов.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Г.А. Резник, М.А. Курдова. Проблема социально-экономической устойчивости вуза в условиях реформирования. [Текст] // Социально-экономические проблемы развития предприятий и регионов. Сборник статей. Материалы XV Международной научно-практической конференции. – Пенза: Приволжский дом знаний, 2012.
2. Резник Г.А., Маскаев М.И. Экономическая сущность трудового потенциала [Текст] // Социально-экономические проблемы развития предприятий и регионов: сборник статей XIII Международной научно-практической конференции. – Пенза: Приволжский дом знаний, 2012.
3. Резник Г.А. Подготовка инновационно-ориентированного специалиста – основа устойчивого развития региона // «Проблемы социально-экономической устойчивости региона: сборник материалов V Международной научно-практической конференции. – Пенза: РИО ПГСХА, 2009.
4. Кучигина С.К. Гендерные аспекты современного рынка труда. [Текст] / Монография. - Пенза, 2013.
5. Кучигина С.К. Социология [Текст] // Учебно-методическое пособие. – Пенза, 2011.

**Svetlana Kushigina**

Penza state University of architecture and construction

Russia, Penza

ku4igina@yandex.ru

## **The formation of motivation of young specialists in the conditions of market economy**

**Abstract.** The modern labor market places a high demand for young professionals. In order to supply and demand on the labour market were balanced, decreased the number of "unused" sectors, it is necessary to develop motivational structures, the use of which greatly increases the professional self-determination, self-awareness and self-esteem of young professionals, promotes the formation of labor guidelines. This article is devoted to finding solutions to the problems of "constructing" motivational fields of young employees, depending on the features of the professional environment.

**Keywords:** intern; the labour market; the motivation; design; strategy; work behavior; professional self-determination; market segments.

## REFERENCES

1. G.A. Reznik, M.A. Kurdova. Problema social'no-jekonomicheskoy ustojchivosti vuza v uslovijah reformirovanija. [Tekst] // Social'no-jekonomicheskie problemy razvitija predpriyatij i regionov. Sbornik statej. Materialy XV Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii. – Penza: Privolzhskij dom znaniy, 2012.
2. Reznik G.A., Maskaev M.I. Jekonomicheskaja sushhnost' trudovogo potenciala Tekst// Social'no-jekonomicheskie problemy razvitija predpriyatij i regionov: sbornik statej XIII Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii. – Penza: Privolzhskij dom znaniy, 2012.
3. Reznik G.A. Podgotovka innovacionno-orientirovannogo specialista – osnova ustojchivogo razvitija regiona// «Problemy social'no-jekonomicheskoy ustojchivosti regiona: sbornik materialov V Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii. – Penza: RIO PGSHA, 2009.
4. Kuchigina S.K. Gendernye aspekty sovremennogo rynka truda. □Tekst□ / Monografija. - Penza, 2013.
5. Kuchigina S.K. Sociologija □Tekst□ // Uchebno-metodicheskoe posobie. – Penza, 2011.