DOI: 10.21603/2500-3372-2019-4-4-406-414

оригинальная статья
УДК 331.1

Формирование привлекательности рабочих мест для молодежи в цифровой экономике

Юлия А. Масалова [a, @]; Анна Г. Иванцова [a]

[a] Новосибирский государственный университет экономики и управления, 630099, Россия, г. Новосибирск, ул. Каменская, 56
[@] y.a.masalova@edu.nsuem.ru

Поступила в редакцию 20.11.2019. Принята к печати 13.12.2019.

Аннотация: Представлены результаты исследования привлекательности рабочих мест для молодежи в условиях изменяющихся ценностей и характеристик рабочих мест. Цель – выявление факторов, влияющих на привлекательность рабочих мест для молодежи в цифровой экономике. Методами исследования послужили анализ научной литературы и статистических данных, анкетирование. Определено, что в рассматриваемой телекоммуникационной отрасли сложились благоприятные предпосылки для привлечения молодежи, но вместе с тем имеются сложности с закрытием вакансий вследствие нехватки подготовленных специалистов на рынке труда. Выявлено, что телекоммуникационная отрасль, одна из немногих, готова полностью автоматизировать свои основные технологические процессы, что в свою очередь повлечет за собой высвобождение персонала, работающего в рамках традиционной бизнес-модели. Определено, что для данных организаций важной является задача привлечения молодых специалистов на новые высокотехнологичные рабочие места. Сделан вывод, что привлекательность данных рабочих мест зависит от учета ценностей и ожиданий молодого поколения. Результаты исследования могут быть полезны для руководства организаций в рамках разработки политики привлечения персонала.

Ключевые слова: рынок труда, политика привлечения персонала, высокотехнологичное рабочее место, телекоммуникационная отрасль, миллениалы

Для цитирования: Масалова Ю. А., Иванцова А. Г. Формирование привлекательности рабочих мест для молодежи в цифровой экономике // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2019. Т. 4. № 4. С. 406–414. DOI: https://doi.org/10.21603/2500-3372-2019-4-4-406-414

Введение

Процессы глобализации, цифровая трансформация и неблагоприятные демографические изменения – факторы, которые в современных условиях существенно трансформируют мировой рынок труда. Большинство исследователей, занимающихся анализом современной конъюнктуры мирового рынка труда, приходят к общему мнению о том, что повсеместное использование информационных и телекоммуникационных технологий создает для него серьезные вызовы, обусловленные влиянием данных технологий на занятость населения.

В условиях цифровой экономики, как отмечают эксперты, произойдет сокращение прямого участия живого труда (в первую очередь ручного и физического труда), но одновременно будет формироваться спрос на рабочие места, которые стимулируют развитие, внедрение и применение цифровых технологий, обеспечивающих рост продуктивности, прямо или косвенно связанных с ними профессий. Таким образом, происходящие технологические изменения повлекут за собой, с одной стороны, повышение производительности труда и создадут условия для экономического роста, а с другой – обеспечат необратимые сдвиги в структуре занятости [1–6].

В целом ситуация на рынке труда, характеризующаяся дефицитом специалистов, их высокой мобильностью и неблагоприятной возрастной структурой (старение населения), способствует актуализации вопросов, связанных с повышением привлекательности рабочих мест, прежде всего, для молодежи [7; 8].

Теоретико-методологическая основа формирования привлекательности рабочих мест, связанных с применением цифровых технологий, в России только создается, появляются научные публикации, которые освещают данную проблематику. Вместе с тем до конца не исследованной остается проблема привлечения молодежи на высокотехнологичные рабочие места, с позиции выявления факторов определяющих привлекательность для них данных рабочих мест.

Объектом исследования выступили характеристики рабочих мест с точки зрения их привлекательности. Предмет исследования – управленческие отношения, направленные на формирование привлекательности рабочих мест для молодых специалистов, в том числе в организациях телекоммуникационной отрасли. Научная новизна исследования связана с разработкой прикладных основ формирования привлекательности рабочих мест для молодежи в условиях цифровой экономики.

DOI: 10.21603/2500-3372-2019-4-4-406-414

Цель – выявление факторов привлекательности рабочих мест для молодежи в условиях цифровой экономики. Задачи, решаемые в ходе проведенного исследования, содержат следующие направления:

- изучение сущности категории *рабочее место* и выявление характеристик, влияющих на его привлекательность;
- анализ особенностей цифровой экономики в части создания высокотехнологичных рабочих мест;
- изучение специфики телекоммуникационной отрасли как работодателя;
- оценку предпочтений молодого поколения при выборе рабочих мест.

В рамках экономической теории принято выделять целый ряд макро- и микрофакторов, оказывающих влияние на спрос и предложение на рынке труда. Так, спрос на рабочую силу связан с влиянием таких факторов, как:

- структура производства благ и услуг;
- уровень развития и масштабы производства в рамках сложившейся структуры;
- доминирующие формы и объемы производства;
- уровень научно-технического развития и оснащенности экономики;
- темпы роста и развития экономики в целом.

Что касается предложения на рынке труда, то оно формируется под воздействием следующих основных факторов:

- количество населения и демографическая ситуация в целом;
- средний уровень оплаты труда;
- профессиональная структура рынка труда (нехватка или переизбыток представителей определенных профессий);
- уровень мобильности населения;
- ценности, потребности, ожидания и иные особенности населения.

Всемирный банк рассматривает цифровую экономику как экономику, в которой благодаря развитию цифровых технологий происходит рост производительности труда, конкурентоспособности компаний, снижение издержек производства, создание новых рабочих мест, снижение бедности и социального неравенства в целом[1]. Вместе с тем структура производства, профессиональная структура существенно изменяются, а повышение уровня оснащенности приводит к изменению требований не только к организации рабочих мест, но и к самим работникам. Однако следует также учитывать неблагоприятную демографическую ситуацию, повышающуюся мобильность и изменяющиеся ценности населения, что заставляет организации формировать привлекательность своих рабочих мест.

Рабочее место: понятие, характеристики

Термин рабочее место допускает достаточно гибкую трактовку, поэтому отдельные авторы и исследователи формулируют его определение по-разному. Единого общепринятого толкования не существует, поскольку это многозначное понятие, значение которого сильно зависит от исследовательской задачи. Это может быть и физическое место (станок на производстве или стол в офисе), и формальное (рабочее место курьера, водителя или удаленного сотрудника), и товар, который создает и реализует на рынке организация-работодатель. Рассмотрим некоторые определения из литературных источников (табл. 1). Исходя из представленных определений, можно выделить четыре подхода к определению рабочего места (рис.).

Табл. 1. Подходы к определению дефиниции *рабочее место*
Tab. 1. Approaches to the definition of job

Автор / источник	Определение
Современный экономический словарь[2]	физическое место и совокупность производственных средств, необходимых для полноценного осуществления работником своих обязательств, в рамках данного определения подразумевается, что количество рабочих мест в компании должно соответствовать количеству сотрудников с учетом сменности и других особенностей рабочего графика, иными словами, количество рабочих мест не может быть меньше, чем количество одновременно занятых сотрудников
Киселева Е. Н., Буданова О. Г. [9]	авторы предлагают разделять экономические и физические рабочие места, по их трактовке экономическое рабочее место – это совокупность экономических, социальных и материально-вещественных условий, необходимых для обеспечения возможности работы одному сотруднику; предприятие может создать большое количество экономических рабочих мест независимо от количества физических

[1] Развитие цифровой экономики в России // Всемирный банк. 20.12.2016. Режим доступа: http://www.vsemirnyjbank.org/ru/events/2016/12/20/developing-the-digital-economy-in-russia-international-seminar-1 (дата обращения: 20.11.2019).

[2] Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. 6-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2019. 512 с.

DOI: 10.21603/2500-3372-2019-4-4-406-414

Автор / источник	Определение
Белова Е. А. [10]	единица спроса на труд, имеющаяся у предприятия в соответствии с актуальным состоянием рынков; данное определение (в экономическом понимании) хорошо описывает удаленную работу, когда сотрудники создают некий продукт (обычно цифровой), находясь на большом удалении от компании-работодателя
Трудовой Кодекс РФ[3], ст. 29	место, в котором созданы условия, предусмотренные нормативно-технической документацией, и на котором работник должен находиться, выполняя порученные ему обязательства
Система национальных счетов (*System of National Accounts*) [по: 11]	договор между работником и работодателем на выполнение определенной работы в заданный срок и за оплату в оговоренном размере, при заключении такого договора возникает рабочее место – позиция, которую заполняет работник для реализации поставленной задачи
Международная конференция ICLS[4] (*International Conference of Labour Statisticians*)	рабочее место определено как круг обязанностей, порученных работнику
Овсянников В. А. [12]	предмет отношений между работодателем и работником, рассматривается как экономическое понятие

Рис. Подходы к рассмотрению категории *рабочее место*
Fig. Approaches to the category of *job*

В современных реалиях экономическая трактовка понятия *рабочее место* приобретает все большее значение и постепенно вытесняет материально-вещественную. Экономическое понимание подразумевает три основных составляющих рабочего места:

- набор обязанностей, выполняемых сотрудником в интересах работодателя за оплату;
- договор между работодателем и сотрудником, определяющий задачи, сроки и размер оплаты;
- определенный объем продукции или услуг, необходимый работодателю и получаемый им от работника в соответствии с договором.

Следует отметить, что применение маркетингового подхода в управлении расширяет данное экономическое содержание, дополняя его новым направлением работы, связанным не только с созданием рабочего места, но и продвижением его на рынке, чтобы обеспечить закрытие вакансий и выполнение определенной работы. Таким образом, рабочее место становится товаром, который организация-работодатель предлагает на рынке, а в зависимости от его привлекательности формируются возможности по закрытию вакансий.

Привлекательность рабочего места

Привлекательность рабочего места – комплексное понятие, которое учитывает не только материально-вещественные и экономические характеристики рабочего места, но и эмоциональные особенности взаимодействия работника с организацией-работодателем. Обычно на привлекательность оказывают влияние такие характеристики, как условия работы, принципы организации труда, культура

[3] ТК РФ от 30.12.2001 № 197-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 07.01.2002. № 1. Ч. I. Ст. 3.

[4] Population and Labour Inputs // System of National Accounts 1993. Brussels; Luxembourg; N. Y.; Paris; Washington; D. C., 1993. P. 513; Population and labour inputs // System of National Accounts 2008. N. Y., 2009. P. 408.

DOI: 10.21603/2500-3372-2019-4-4-406-414

в коллективе, престижность и известность организации-работодателя и др.

Как отмечают Ю. А. Архипова и К. С. Зыкова, привлекательность рабочего места определяется ценностной оценкой, которая дается работниками и соискателями, рассматривающими возможность работать в организации. По их мнению, основу такой оценки составляет возможность для самореализации и достижения высокого уровня социального и личного благополучия при работе на данном месте, а также потенциальные перспективы карьерного роста [13].

Осуществляя анализ привлекательности рабочих мест, следует учитывать, что внешние условия перманентно изменяются, поэтому регулярно требуется повторять данную процедуру, чтобы подстраиваться под них. Следует отметить, что проектирование привлекательных рабочих мест очень слабо проработано с теоретической и методологической точки зрения. А так как рынок труда представляет собой высококонкурентную среду для работодателей, желающих привлечь квалифицированного сотрудника, поэтому организациям приходится самостоятельно прорабатывать данные вопросы. Имеющиеся в научной литературе наработки основаны преимущественно на технократическом подходе к организации эффективных, а не привлекательных рабочих мест, что говорит об отсутствии учета мнения самих работников относительно предлагаемых им рабочих мест. Поэтому в современных условиях специалист, который проектирует привлекательные рабочие места, должен учитывать следующие их характеристики:

- значимые особенности технологии производства;
- особенности организации труда;
- взаимодействие сотрудников между собой;
- экономические параметры производственного процесса;
- интересы работника (благоприятная среда, удовлетворение личных потребностей и возможность реализовать собственный потенциал) [14].

Создавая привлекательные рабочие места, работодателю приходится решать ряд проблем. К таковым, в частности, относится разработка собственной методологии, позволяющей оценивать уровень привлекательности рабочего места. Это достаточно сложная задача, подразумевающая составление списка обоснованных критериев и разработку методик для получения числовых коэффициентов, позволяющих сравнивать значимость данных критериев. Одним из основных источников информации может служить статистика, учитывающая процент отказов претендентов от вакансии после обсуждения всех деталей сотрудничества, или сведения, полученные в ходе выходного интервью. В качестве критериев необходимо рассматривать конкретные требования, которые предъявляет работник по отношению к рабочему месту (табл. 2 [8]). Они являются значимыми для него при оценке привлекательности рабочих мест, которая всегда носит субъективный характер.

Табл. 2. Основные требования работников к привлекательному рабочему месту и способы их выполнения со стороны работодателя

Tab. 2. The main requirements of employees to an attractive job and ways of their implementation by the employer

Требование	Способ выполнения
Профессиональное признание и справедливое вознаграждение за труд	• обоснование размера оплаты на основе дохода компании; • внедрение объективных систем оценки результативности сотрудников; • премирование, доплаты за внеурочную и дополнительную работу; • материальные компенсации за отклонение от оговоренных условий сотрудничества; • справедливое распределение размеров зарплаты, обоснованно учитывающее сложность и важность труда, уровень квалификации и ответственности работника
Благоприятные рабочие условия, не опасные для здоровья	• использование передовых и наиболее безвредных производственных технологий; • обеспечение всех работников индивидуальными средствами защиты при наличии какой-либо опасности
Возможность реализации своего потенциала, профессионального совершенствования и роста	• формирование системы, обеспечивающей своевременное карьерное продвижение сотрудников; • построение развитой иерархии, в рамках которой очевиден профессиональный и должностной рост каждого сотрудника; • поощрение многофункциональной деятельности и расширения сотрудниками своей квалификации
Уверенность в правовой защищенности и в собственном будущем	• развитие практик, гарантирующих сотрудникам долгосрочную материальную обеспеченность: расширение квалификации, внедрение практики социального партнерства, формирование профсоюзов

DOI: 10.21603/2500-3372-2019-4-4-406-414

Требование	Способ выполнения
Интерес к работе и ощущение полезности	• обеспечение возможности реализовывать творческий потенциал; • учет интереса и жизненных приоритетов сотрудника на этапе приема на работу
Климат в рабочем коллективе	• психологические тесты при первом собеседовании будущего сотрудника; • учет специфики сложившихся взаимоотношений в коллективе
Наличие средств для удовлетворения базовых потребностей (питание, напитки, гигиена, медицина)	• в том же или соседнем здании должна присутствовать хорошая столовая, желателен медпункт (даже если производство не является травмоопасным); • туалет со всеми необходимыми удобствами должен находиться рядом (на том же этаже); • непосредственно рядом с рабочим местом можно установить технику для быстрого приготовления чая и кофе
Возможность участвовать в жизни компании	• вовлечение персонала в процессы управления, обсуждение нововведений, коллективное принятие значимых решений (включая кадровые); • предоставление сотрудникам возможности самостоятельно принимать важные решения в рамках своей компетенции

О непривлекательности рабочих мест можно судить на основе анализа, в рамках которого необходимо выделить и внимательно изучить группы рабочих мест по следующим признакам:

- частый уход сотрудников (важно анализировать причины увольнений);
- частые отказы претендентов от вакансии (важна статистика причин отказа);
- продолжительное пребывание вакансии в открытом состоянии;
- значительная упущенная выгода из-за простоя рабочего места [15].

Следует исходить из того, что привлекательность рабочих мест – важнейшее конкурентное преимущество любой организации-работодателя. Кроме того, необходимо принимать во внимание и тот факт, что данная характеристика рабочих мест не является статичной и зависит от условий, в которых функционирует организация. Одним из важнейших трендов, влияющих на привлекательность рабочих мест, становится в современных условиях формирование цифровой экономики.

Высокотехнологичное рабочее место

Стратегия развития цифровой экономики определяет цифровую экономику как хозяйственную деятельность, в которой для управления производством применяются данные, существующие в цифровой форме. Анализ публикаций, посвященных цифровой экономике, позволил выделить следующие характерные для нее признаки [1–5]:

- электронный документооборот;
- высокотехнологичные рабочие места (ВРМ);
- хранение технологических данных в цифровой форме;
- автоматизация производств;
- использование электронных систем учета;
- применение CRM (системы контроля взаимодействия с потребителями);
- использование сайтов, блогов, социальных сетей и прочих механизмов для взаимодействия с потребителями и потенциальными / действующими сотрудниками через Интернет;
- возможность оплаты услуг посредством электронных платежных систем.

Феномен ВРМ возник благодаря речи президента России В. В. Путина, произнесенной им 7 мая 2012 г., в которой была поставлена задача создания к 2020 г. порядка 25 млн таких рабочих мест. Речь идет о рабочем месте, которое нужно воспринимать не просто в качестве окружающей рабочей среды для человека, но и как самого индивида, жизнь которого протекает по принципам шестого технологического уклада. Поэтому ВРМ должно соответствовать следующей линейке критериев:

- иметь современное технологическое оснащение, для создания которого применялись последние достижения научно-технического процесса;
- характеризоваться высоким уровнем экономической эффективности (в сравнении с традиционными производствами производительность должна быть в несколько раз выше; например, в 3,5 раза превышать среднюю производительность труда по РФ);
- занятые на ВРМ работники должны быть высококвалифицированными и получать высокую зарплату (кратно больше в сравнении со своими коллегами с традиционных производств);
- создание нового ВРМ или модернизация старого рабочего места обходится очень дорого [6].

Телекоммуникационная отрасль

Так как объектом исследования выступает телекоммуникационная отрасль России, то следует отметить, что она является одной из наиболее значимых с точки зрения стабильного развития цифровой экономики. Ежегодно рынок услуг и новых технологий в этой сфере только

DOI: 10.21603/2500-3372-2019-4-4-406-414

расширяется (табл. 3[5]). К телекоммуникациям относятся все современные технологии передачи информации: мобильная и проводная связь, Интернет, факс и др.

Развитие отрасли сопровождается двумя процессами:

1) население получает свободный доступ к информации, появляются новые ниши для развития бизнеса, ведется модернизация компаний, улучшается качество связи и уровень предоставления услуг;

2) работа в телекоммуникационной отрасли является одной из наиболее востребованных, но сопровождается глобальной нехваткой профильных специалистов, подготовка в профильных учебных заведениях не успевает за изменениями технологий в данной высокодинамичной сфере.

Рассмотрим развитие рынка телекоммуникаций, чтобы изучить перспективы его дальнейшего расширения и роста рабочих мест. Статистика показывает, что наблюдается рост числа компаний и частных предпринимателей, поэтому сеть активно развивается и расширяется, требуя все большего числа специалистов, которые будут поддерживать стабильность ее работы. Работа в коммуникационной отрасли может быть условно разделена на две категории: технические работники и специалисты; организационные и управленческие позиции.

К первой группе относятся работники широкого и узкого профиля, которые занимаются монтажом, подключением и дальнейшим обслуживанием различного телекоммуникационного оборудования и сетей связи. Работа в телекоммуникационной компании предполагает не только быстрый карьерный рост, хорошее материальное обеспечение, но и настоящее испытание для выпускников профильных учебных заведений. Вызвано это тем, что данная сфера стремительно развивается, и проявляются некоторые проблемы:

- недостаточное количество профильных учебных заведений;
- устаревшая система обучения; будущие специалисты не могут адекватно оценивать ситуацию на рынке новых коммуникационных технологий, чтобы быстро ориентироваться в ситуации и принимать верные решения;
- недостаточная мотивация, особенно в технической сфере; это ключевая причина, по которой все меньшее количество выпускников школ или ПТУ хотят работать монтажником и прокладчиком телефонных линий, обслуживать и ремонтировать коммутационные станции, а все большее – сидеть в теплом офисе за компьютером и получать за это высокое вознаграждение.

По данным Федеральной службы государственной статистики России средняя заработная плата в отрасли составляет около 73 тыс. руб. (по данным за 9 месяцев 2019 г.), однако значительная часть персонала получает заработную плату до 40 тыс. руб. по данным на 2017 г. (табл. 4[6]). Чаще всего это молодые специалисты без опыта работы, занимающие низовые позиции.

Табл. 3. Динамика объема услуг связи в России за последние десять лет, млн руб.
Tab. 3. Dynamics of the volume of communication services in Russia over the past ten years, mln rub.

2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Связь, всего									
1274257,3	1355549,9	1424869,3	1530986,4	1608804,8	1650601,9	1672028,0	11683481,2	1744538,2	1797903,1
Почтовая и спецсвязь									
93844,4	100326,8	115966,8	126167,9	132297,8	134444,6	143135,1	156084,8	168555,0	177503,2
Документальная									
134711,8	147321,3	164873,5	202143,7	214213,4	317228,4	389668,1	420215,3	523803,0	600259,6
Междугородная, внутризоновая и международная телефонная									
115341,0	109186,8	93446,8	88592,3	79417,4	72442,0	64992,2	55300,4	64343,3	60992,1
Местная телефонная и услуги таксофонов всех типов									
142923,5	158289,0	156411,8	157 586,5	143432,7	138036,4	131158,9	122033,8	123251,4	111088,6
Радиосвязь, радиовещание, телевидение и спутниковая связь; проводное вещание; услуги радиочастотных центров									
56086,6	59986,2	68467,9	64826,8	77809,8	87851,0	96651,8	115273,7	119540,9	132446,8
Подвижная									
554600,0	593700,3	629337,8	679202,9	718605,6	637456,8	576098,2	551432,8	492651,5	444992,3
Присоединение и пропуск трафика									
176750,0	186739,6	196364,7	212466,3	243028,1	262808,4	270015,4	262712,1	251983,8	270223,8
Взаимодействия операторов почтовой связи с операторами электросвязи									
–	–	–	–	–	334,2	308,2	428,1	409,2	396,7

[5] Составлена по: Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций. Режим доступа: https://digital.gov.ru/ru/ (дата обращения: 15.11.2019).

[6] Составлена по: Федеральная служба государственной статистики России. Режим доступа: https://www.gks.ru/ (дата обращения: 15.11.2019).

DOI: 10.21603/2500-3372-2019-4-4-406-414

Табл. 4. Заработная плата работников телекоммуникационной отрасли
Tab. 4. Wages in the telecommunications industry

Размер начисленной зарплаты, тыс. руб.	Доля работников в апреле 2017 г., %
250	0,5
100–250	4,0
75–100	4,3
50–75	12,1
40–50	10,1
25–40	26,0
до 25	43,0

Привлекательность рабочих мест в телекоммуникационной отрасли

Для оценки привлекательности рабочих мест в телекоммуникационной отрасли в Новосибирске авторами был проведен опрос среди молодежи. В исследовании приняли участие 1000 респондентов. Из них 58 % (579 человек) составили женщины, 42 % (421 человек) – мужчины. Возрастной состав опрошенных распределился следующим образом: наибольшую часть составили респонденты в возрасте 25–35 лет – 60 % (599 человек), затем следует возрастная группа от 19 до 23 лет – 26 % (264 человек), третья по численности – 14–18 лет – 14 % (137 человек). В ходе проведения опроса выяснилось, что 80 % респондентов в возрасте от 14 до 35 лет хотя бы раз пробовали устроиться на работу. Лишь 20 % из числа опрошенных молодых людей еще ни разу не искали работу. Однако в настоящий момент работает значительно меньше респондентов – 46 %, остальные 54 % учатся либо находятся временно без работы.

По мнению опрошенных респондентов, отсутствие опыта работы является главным критерием, который может повлиять на отказ в трудоустройстве молодого специалиста, так считают 62 %. Недостаток образования или непрофильное образование – весомая причина для отказа (51 %). Личные качества специалиста, по мнению опрошенных, являются одним из значимых поводов отказа при трудоустройстве для 47 %. При этом плохие рекомендации с прошлой работы в меньшей степени влияют на отказ, так ответили всего 28 %.

Первостепенными для молодежи при выборе места работы являются возможность профессионального роста (59 %), уровень предполагаемого заработка (57 %), сфера деятельности (46 %), получение практического опыта (41 %), гибкий график работы (31 %), социально-психологический климат (25 %), возможность самовыражения (25 %), престижность фирмы (22 %), месторасположение организации (22 %).

Для ответа на вопрос «Каким профессиональным видам деятельности из перечисленных ниже Вы отдаете предпочтение как наиболее престижным?» было предложено 21 направление. На основе ответов был определен топ-5 видов деятельности, которые молодежь от 14 до 35 лет выбрала как наиболее престижные:
1) деятельность в сфере телекоммуникаций (38 %);
2) деятельность государственного служащего (32 %);
3) бизнесмен, предприниматель (30 %);
4) профессия полицейского (27 %);
5) врач, учитель (25 %).

Если сравнить эти данные с общероссийскими показателями, то, в частности, профессиональные предпочтения миллениалов (поколение Y) выглядят следующим образом:
1) административная деятельность (15,8 %);
2) сфера финансов и страхования (6,8 %);
3) искусство и культура (6,7 %);
4) IT и телекоммуникации (5,8 %);
5) медицина (5 %)[7].

К данному поколению относятся люди, родившиеся после 1981 и до 1996 года (в разных источниках можно встретить и другие года рождения, в диапазоне плюс или минус до 4-х лет), которые характеризуются, в первую очередь, глубокой вовлеченностью в использование цифровых технологий, а значит, они более подготовлены для вхождения в цифровую экономику. За ними следует поколение Z, которое уже родилось в цифровом мире и полностью готово к восприятию новой экономической реальности. Согласно представленным данным телекоммуникационная отрасль также входит в топ-5 предпочтений поколения Y.

В плане ожиданий от рабочего места 92 % представителей поколения Y (миллениалов) в мире считают самым важным для себя уровень оплаты труда; 64 % – безопасность; 51 % – возможность иметь достаточно свободного времени; 32 % – работу с интересной командой[8]. Ожидания представителей поколения Y в РФ (по данным *SuperJob*) аналогичны мировым – высокая зарплата (56 %), карьерный рост (49 %), стабильная компания (39 %) и комфортная атмосфера (30 %).

В отличие от предыдущих поколений, миллениалы считают, что все решают компетенции, талант, а не только связи, как это принято считать у представителей предыдущего поколения X. Кроме того, такие сотрудники живут в мобильном измерении, более социализированы – и, если все эти технологии встроены в непосредственную работу, это дополнительный плюс и мотивация для них. Примечательно, что высокую зарплату миллениалы готовы сразу же потратить на путешествия и самообразование, они не планируют заниматься накопительством и долгие годы работать за призрачную вероятность получения

[7] Свириденко А. Поколение Y и Z захватило мир. Как HR-у подготовиться к Кадропокалипсису? // Finassessment. 09.02.2018. Режим доступа: https://finassessment.net/blog/pokolenie-y-i-z-zakhvatilo-mir-kak-hr-u-podgotovitsya-k-kadropokalipsisu (20.11.2019).

[8] Мануйлова А. Поколение Y готово работать дольше // Газета "Коммерсантъ". 01.07.2016. № 116. С. 2.

DOI: 10.21603/2500-3372-2019-4-4-406-414

более высокой должности. Для них важна возможность участвовать в интересных проектах, не ограничиваясь должностной инструкцией, ими движет желание общаться с руководством на равных, не соблюдая привычной иерархии в организации.

Цифровая экономика ориентирована на использование креативных способностей человека, т. к. все рутинные и алгоритмизированные действия могут быть переданы компьютерам, поэтому представители новых поколений должны отличаться своими творческими способностями, чтобы быть востребованными на рынке труда.

Заключение

Привлекательность рабочих мест организаций-работодателей требует непрерывного мониторинга, на основе которого можно будет выявлять предпочтения и ожидания целевой аудитории относительно данных рабочих мест. Одним из вариантов разделения является принадлежность соискателей к определенному поколению, для которого могут быть характерны общие предпочтения. Однако теория поколений разделяется далеко не всеми исследователями, вызывая бурные дискуссии, поэтому ее применение может иметь некоторые ограничения.

Проведено исследование и выявлены предпочтения молодежи относительно сферы деятельности и характеристик рабочих мест, которые являются значимыми для современного молодого поколения. Были систематизированы требования работников к привлекательному для них рабочему месту, определены возможности их реализации со стороны работодателя.

В современных конкурентных условиях на рынке труда телекоммуникационной отрасли необходимо проводить оценку своих рабочих мест с позиции определения их привлекательности для молодежи. Целенаправленно, ориентируясь на запросы и ожидания, формировать привлекательные высокотехнологичные рабочие места, что будет способствовать быстрому закрытию вакансий. При этом организации получают возможность своевременно покрывать свою потребность в человеческих ресурсах; снижать текучесть кадров, вызванную неудовлетворенностью отдельными характеристиками рабочих мест.

Литература

1. Бёгенхольд Д., Клинглмайр Р., Кандуч Ф. Индивидуальная самозанятость, человеческий капитал и гибридная работа в условиях гигномики // Форсайт. 2017. Т. 11. № 4. С. 23–32. DOI: 10.17323/2500-2597.2017.4.23.32
2. Кергроуч С. Индустрия 4.0: новые вызовы и возможности для рынка труда // Форсайт. 2017. Т. 11. № 4. С. 6–8. DOI: 10.17323/2500-2597.2017.4.6.8
3. Сейдль да Фонсека Р. Будущее занятости: оценка эффектов форсайта в сфере науки, технологий и инноваций // Форсайт. 2017. Т. 11. № 4. С. 9–22. DOI: 10.17323/1995-459X.2016.4.9.22
4. Зоргнер А. Автоматизация рабочих мест: угроза для занятости или источник предпринимательских возможностей? // Форсайт. 2017. Т. 11. № 3. Р. 37–48. DOI: 10.17323/25002597.2017.3.37.48
5. Архипова Н. И., Назайкинский С. В., Седова О. Л. Подготовка кадров в условиях развития цифровой экономики: проблемы и решения // Управление человеческими ресурсами: теория, практика, перспективы / под ред. С. И. Сотниковой. Новосибирск: НГУЭУ, 2018. С. 38–48.
6. Балацкий Е. В., Екимова Н. А. Доктрина высокотехнологичных рабочих мест в российской экономике. М.: Эдитус, 2013. 124 с.
7. Масалова Ю. А. Привлекательность рабочих мест в современных условиях // Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России. 2013. Т. 2. № 5. С. 60–62.
8. Маслов Е. В. Проектирование рабочих мест с учетом их привлекательности для работников // Вестник НГУЭУ. 2014. № 4. С. 18–26.
9. Киселева Е. Н., Буданова О. Г. Организация коммерческой деятельности по отраслям и серам применения. М.: Вузовский учебник, 2016. 192 с.
10. Белова Е. А. Организация рабочего места для занятий лепкой для детей с РАС // Молодой ученый. 2018. № 48. С. 275–276.
11. Гимпельсон В. Е., Жихарева О. Б., Капелюшников Р. И. Движение рабочих мест: что говорит российская статистика. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. 46 с.
12. Овсянников В. А. Выбор критериев эффективности системы управления // Молодой ученый. 2018. № 21. С. 283–286.
13. Архипова Ю. А., Зыкова К. С. Организация рабочих мест и ее роль на предприятии // Молодой ученый. 2015. № 23. С. 460–462.
14. Синяева И. М. Маркетинг: теория и практика. М.: Юрайт, 2014. 652 с.
15. Егоршин А. П. Основы управления персоналом. М: НИЦ ИНФРА-М, 2015. 352 с.

DOI: 10.21603/2500-3372-2019-4-4-406-414

Raising the Attractiveness of e-Economy Jobs for Young People

Yuliya A. Masalova [a, @]; Anna G. Ivanzova [a]
[a] Novosibirsk State University of Economy and Management, 56, Kamenskaya St., Novosibirsk, Russia, 630099
[@] y.a.masalova@edu.nsuem.ru

Received 20.11.2019. Accepted 13.12.2019.

Abstract: The research featured the factors that affect the attractiveness of jobs for young people in the sphere of digital economy. The study was based on a thorough analysis of scientific literature and statistical data, as well as questionnaires. The telecommunications industry proved favorable for young people. However, the sphere currently offers fewer jobs due to the lack of trained professionals in the labor market. Telecommunications is one of the few industries that are ready to fully automate their main technological processes. As a result, personnel working within the traditional business model will become redundant. Hence, the task of attracting young professionals to new high-tech jobs is important for these organizations. To make jobs in the sphere of e-economics more attractive, one has to take into account the values and expectations of the millennial generation. The results of the study can help management to develop recruitment policy.

Keywords: labor market, personnel attraction policy, high-tech workplace, telecommunications industry, millennials

For citation: Masalova Y. A., Ivanzova A. G. Raising the Attractiveness of e-Economy Jobs for Young People. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriia: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2019, 4(4): 406–414. (In Russ.) DOI: https://doi.org/10.21603/2500-3372-2019-4-4-406-414

References

1. Bögenhold D., Klinglmair R., Kandutsch F. Solo self-employment, human capital and hybrid labour in the gig economy. *Foresight and STI Governance,* 2017, 11(4): 23–32. (In Russ.) DOI: 10.17323/2500-2597.2017.4.23.32
2. Kergroach S. Industry 4.0: new challenges and opportunities for the labour market. *Foresight and STI Governance*, 2017, 11(4): 6–8. (In Russ.) DOI: 10.17323/2500-2597.2017.4.6.8
3. Seidl da Fonseca R. The future of employment: evaluating the impact of STI foresight exercises. *Foresight and STI Governance,* 2017, 11(4): 9–22. (In Russ.) DOI: 10.17323/1995-459X.2016.4.9.22
4. Sorgner A. The automation of jobs: a threat for employment or a source of new entrepreneurial opportunities? *Foresight and STI Governance*, 2017, 11(3): 37–48. (In Russ.) DOI: 10.17323/25002597.2017.3.37.48
5. Arkhipova N. I., Nazaykinsky S. V., Sedova O. L. Training in the conditions of development of digital economy: problems and decisions. *Human resource management: theory, practice, prospects*, ed. Sotnikova S. I. Novosibirsk: NGUEU, 2018, 38–48. (In Russ.)
6. Balatskii E. V., Ekimova N. A. *The doctrine of high-tech jobs in the Russian economy*. Moscow: Editus, 2013, 124. (In Russ.)
7. Masalova Y. A. Appeal of present-days jobs. *Management of the Personnel and Intellectual Resources in Russia*, 2013, 2(5): 60–62. (In Russ.)
8. Maslov E. V. Design of workplaces in considerate on of workforce appeal. *Vestnik NSUEM*, 2014, (4): 18–26. (In Russ.)
9. Kiseleva E. N., Budanova O. G. *Organization of commercial activity by industry and application*. Moscow: Vuzovskii uchebnik, 2016, 192. (In Russ.)
10. Belova E. A. Organization of a modeling workplace for children with ASD. *Molodoi uhenyi,* 2018, (48): 275–276. (In Russ.)
11. Gimpelson V. E., Zhikhareva O.B., Kapeliuchnikov R. I. *Job movement: what Russian statistics say.* Moscow: Izd. dom Vysshei shkoly ekonomiki, 2014. (In Russ.)
12. Ovsiannikov V. A. Selection of management system performance criteria. *Molodoi uhenyi*, 2018, (21): 283–286. (In Russ.)
13. Arkhipova Iu. A., Zykova K. S. Organization of jobs and its role in the enterprise. *Molodoi uhenyi,* 2015, (23): 460–462. (In Russ.)
14. Siniaeva I. M. *Marketing: theory and practice*. Moscow: Iurait, 2014, 652. (In Russ.)
15. Egorshin A. P. *HR management fundamentals*. Moscow: NITs INFRA-M, 2015, 352. (In Russ.)