

УДК 331.57

**Е.В. Нехода, Э.С. Кучинова****СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ТРУДА: МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЙ ПОДХОД\***

*В статье представлены подходы к сегментированию рынка труда на основе междисциплинарного синтеза. В первой части работы обоснована необходимость применения социологических и психологических подходов к исследованию рынка труда. Далее представлена попытка выработки междисциплинарного подхода к сегментированию рынка труда с применением субъективных факторов, что позволяет сформировать эффективный комплекс мер по снижению напряженности на рынке труда и разработать оптимальную стратегию развития рынка труда.*

*Ключевые слова: рынок труда, сегментация рынка труда, сегментация занятых и безработных, факторы сегментации, субъективные факторы сегментации, экономическая социология.*

Повышение уровня и качества жизни населения – важнейшая задача государственной политики, реализация которой невозможна без эффективного производства, без эффективной совместной деятельности людей. При этом факторами производства исходя из теоретико-экономических традиций являются труд, земля и капитал. Безусловно, важнейшим из них является труд, а сегодня и предпринимательские способности, знания, опыт, квалификация, компетенции и личностные качества человека-работника.

Частью системы социально-экономических отношений, в центре которой находится человек, является рынок труда. Традиционно под рынком труда принято понимать сферу взаимодействия продавцов и покупателей рабочей силы (способностей к труду, или трудовых услуг), работников и работодателей. В процессе этих отношений работник становится главной движущей силой и основой общественного воспроизводства, соответственно, от того, как складывается взаимодействие на этом рынке, насколько эффективно осуществляется обмен, распределение и использование рабочей силы, зависит и общественное благосостояние.

Следует отметить, что рынок труда имеет ряд важных особенностей, обусловленных сущностью самого объекта купли-продажи и влияющих на функционирование его характеристик: неотделимость прав собственности на товар (услуги труда) от его владельца; большая продолжительность контакта продавца и покупателя; наличие и действие неденежных аспектов сделки (это прежде всего условия труда, микроклимат в коллективе, перспективы продвижения по службе и профессионального роста); наличие большого числа институциональных структур различного рода (система трудового законодательства, различные учреждения и службы регулирования занятости, профес-

---

\* Статья подготовлена при финансовой поддержке РФФИ (грант № 12-06-90813-мол\_рф\_нр).

сиональные учебные заведения, государственные программы в области труда и занятости и т.д.); высокая степень индивидуализации сделок [1. С. 27–28] Перечисленные особенности рынка труда обуславливают объективную необходимость особого внимания к его регулированию на всех уровнях публично-правовых образований.

В настоящее время особенно актуализируются проблемы, связанные с развитием и регулированием локальных рынков труда, в частности региональных, которые имеют свой уровень экономического развития, свою специфику и стратегию развития территории, отличаются сложившимися моделями и типами поведения субъектов рынка труда. Более того, работник, являясь носителем способностей к труду, одновременно является и частью общественной системы; он прежде всего – носитель идеального, духовного, отражающего общественное бытие начала; носитель исторических, национальных, нравственных, культурных, религиозных и других ценностей, норм и принципов, специфичных для той или иной территории или организации. В то же время каждый человек, являясь звеном в сети социально-трудовых отношений определенной территории, может принимать решения, исходя из своих личностных (психологических) характеристик, а также субъективного восприятия сложившихся обстоятельств. То же самое относится к действиям работодателя, субъекта второй стороны трудовых отношений. Тем самым расширяется значение междисциплинарного подхода в исследовании трудового поведения и выработке механизмов регулирования рынка труда, в частности использование одновременно экономических, социологических и психологических подходов.

Значение социологических методов и подходов, психологии в экономических исследованиях в настоящее время не умалается. Напротив, постоянно расширяется число ученых-экономистов, широко использующих междисциплинарный подход в объяснении экономических процессов и явлений. Особенно данная тенденция характерна для исследователей рынка труда с его специфическими особенностями, значительно отличающимися его от рынков товаров и других факторов производства.

Еще будучи начинающим ученым, Макс Вебер, исследуя положение крестьян в остэльбской Германии, занимался обработкой и интерпретацией анкет, и его работа заслужила самые лестные публичные оценки ведущего специалиста данной отрасли Г.Ф. Кнаппа, который отметил принципиально новый подход, открытый Вебером в дисциплине, и то, что такому пониманию мы (экономисты) должны еще учиться. Выражаясь современным научным языком, Кнапп имел в виду многофакторный подход, состоящий из трех этапов качественного анализа, включающий и историческую ретроспективу состояния трудовых отношений, и изучение образа жизни трудящихся, и социально-политические аспекты, и юридические основания трудовых отношений. Только на заключительном этапе своих исследований Макс Вебер занялся обработкой 2 777 анкет, т.е. классификацией, типологизацией и т.п., и в конечном итоге формулировкой выводов. Именно такие работы, подобные работе немецкого ученого, А.И. Кравченко подразумевает под «эмпирическим искусством». Значение такой методологии, уже имеющей контуры «по-

нимающей (экономической) социологии», актуально и на сегодняшний момент [2].

Применение социологических и психологических подходов, на наш взгляд, все большее значение приобретает при разработке программ занятости с учетом местных особенностей. Как отмечает Карло Тригилия, итальянский экономсоциолог, «экономическая социология может принести немало ценного в области проблем локального хозяйственного развития» [3. С. 10].

Разработке программ занятости предшествуют оценка и прогнозирование ситуации на рынке труда той или иной территории. При этом, несмотря на большое количество публикаций и разработанность проблемы, наблюдаются различные точки зрения относительно сущностных характеристик рынка труда и применяемых методов анализа, сегментации этого рынка. С точки зрения экономической науки под рынком труда понимается система отношений по поводу применения и использования труда, с точки зрения маркетинга – совокупность продавцов или покупателей труда или способностей к труду. Еще более широким диапазоном подходов и методов располагают трактовки сегментирования рынка труда. Причем в теоретико-экономических традициях более применимо понятие классификации рынков труда, в то время как в маркетинге преимущественно используется понятие «сегментация». Расхождение обусловлено изначальным смещением акцентов к предмету исследования в экономической теории и маркетинге рынка труда. Где-то между этими двумя экономическими дисциплинами в понимании сегментации находится экономика труда.

Сегментация рынка труда определяется маркетологами как процесс разбивки предложения и спроса рабочей силы на группы, выражающие совокупности, которые одинаково реагируют на один и тот же побудительный мотив занятости (В.В. Томилов, Л.Н. Семеркова [4], Ю.И. Богомолова [5]). Отечественные экономисты-трудовики характеризуют сегментирование как разделение работников и рабочих мест на устойчивые замкнутые секторы, зоны, которые ограничивают мобильность рабочей силы своими границами. Такой точки зрения придерживается известный исследователь рынка труда А.С. Булатов [6. С. 137].

Анализ данных подходов показывает, что среди специалистов в области теории труда не выработалось пока единого, четко сформулированного мнения по проблемам сегментации рынка труда. Зачастую не делается разницы между понятиями «сегментация рынка труда» и «сегментация рабочей силы». Наиболее полно вопросы сегментации рынка труда рассматриваются в многочисленных исследованиях, посвященных именно маркетингу рынка труда. В то же время в общетеоретических работах, посвященных рынку труда, также отражаются проблемы сегментации.

Далее мы будем представлять сегментацию рынка труда в широком смысле слова – это разделение всего рынка труда на отдельные части по определенному набору критериев и признаков (факторов).

Систематизируя экономические подходы к сегментации рынка труда в широком смысле слова, можно выделить сегментацию непосредственно рынков труда (отношения между работодателями и работниками) и сегментацию субъектов рынка труда. При этом субъектами на рынках труда выступают:

работодатели (со стороны спроса), работники (предложение на рынке труда), посредники (центры занятости, частные агентства по найму, профессиональные учебные заведения). В соответствии с этим в зависимости от целей исследования представляется возможным выделять сегменты среди рабочих мест, рабочей силы и посредников.

Сегментируя **рынки труда** (сложившиеся отношения между работодателями и работниками), большинство исследователей приходят к выводу о двойственности современного рынка труда, где функционирует по крайней мере два неконкурирующих друг с другом рынка рабочей силы, или два сегмента единого рынка рабочей силы. Наиболее упрощенная формула этой сегментации – наличие рынков: первичных (независимых и подчиненных) и вторичных рабочих мест и групп рабочей силы. Первичные независимые рабочие места занимают специалисты с высшим и средним специальным образованием, управляющие и администраторы всех звеньев и высококвалифицированные рабочие. Это высокооплачиваемые группы работников, имеющие высокий уровень квалификации, надежные гарантии занятости. Первичные подчиненные рабочие места занимают техники, административно-вспомогательный персонал и рабочие средней квалификации. Здесь также относительно высоки уровень заработной платы и гарантии занятости. Вторичные рабочие места, как правило, не требуют специальной подготовки и значительной квалификации. Их занимают работники обслуживания, неквалифицированные рабочие, низшие категории служащих. Они концентрируются преимущественно в небольших фирмах и на второстепенных предприятиях.

Помимо указанных сегментов рынков труда, как отмечает А.С. Булатов, можно констатировать появление нового типа сегментации рынка труда: а) рынок, охватывающий быстрорастущие наукоемкие производства и отрасли сферы услуг с гораздо меньшим средним уровнем концентрации и смешанной в квалификационном отношении рабочей силой; б) рынок в старых, традиционных секторах экономики [6. С. 136]. Кроме того, выделяют сегментацию рынка труда по формам собственности: частный и государственный. Вопрос сегментации рынка труда, как правило, сводится к классификации рынков труда по тем или иным признакам.

Наиболее изучаемым объектом сегментации в экономической литературе выступает предложение труда. Общепризнанными факторами (признаками) выбора сегментов предложения труда являются: географо-демографические (регион, административное деление, экономическое деление, численность населения, плотность населения), социально-демографические (возраст, пол, размер семьи, семейное положение с учетом возраста детей, уровень дохода, уровень образования, профессии, стаж работы по профессии, национальность), психографические (социальный слой, происхождение, личные качества и претензии, поведенческие). Однако психографическим факторам сегментации при исследованиях рынка труда до настоящего времени уделялось несправедливо малое внимание со стороны экономистов, изучающих локальные, региональные или географически более крупные рынки труда. Данная группа факторов применяется преимущественно при анализе внутренних рынков труда (на предприятии) в управлении персоналом.

В качестве признаков сегментирования спроса на рабочую силу выделяют аналогичные факторы, как в случае с предложением труда, однако структура спроса на труд имеет, как правило, более яркий отраслевой признак, в то время как предложение рабочей силы структурируется преимущественно по профессиональному признаку.

В связи с этим особое место на рынке труда, на наш взгляд, принадлежит агрегированному субъекту – учреждениям профессионального образования, поскольку сегментация именно предложения на рынке профессиональных образовательных услуг является прямым фактором профессионально-квалификационной структуры предложения труда, размеров тех или иных профессиональных сегментов предложения рабочей силы. Сегментацию образовательных услуг также можно осуществлять по вышеназванным признакам с небольшими корректировками. Так, например, на рынке образовательных услуг выделяются сегменты исходя из престижности того или иного направления подготовки или специальности.

В современных экономических исследованиях, посвященных рынку труда, как уже отмечалось, все большее значение приобретают социологические подходы. Л.К. Плюснина утверждает: «Социологический подход позволяет взглянуть на проблему шире. При таком подходе человек рассматривается как субъект, имеющий свои потребности, интересы, ценности, что экономический подход традиционно игнорирует» [7. С. 6]. А.Л. Комлев отмечает: «...главная отличительная черта социологического подхода в том, что основные компоненты рынка труда рассматриваются в контексте их включенности в систему широких социальных связей и отношений, обуславливающих наряду с экономическими, политическими, демографическими и социально-психологическими условиями и факторами детерминацию состояния и тенденции развития рынка труда» [8. С. 19]. Выделяется еще одна особенность социологического подхода, состоящая в том, что структурные элементы рынка труда рассматриваются как результат деятельности людей «в единстве объективного и субъективного факторов, внешних и внутренних побудительных стимулов и мотивов». Таким образом, по мнению А.Л. Комлева, составляющие рынка труда рассматриваются сквозь призму социального содержания, т.е. «формируются социальные контуры рынка труда» [8. С. 20]. Кроме прочего, автор делает еще одно очень ценное замечание о том, что, несмотря на незаконченный процесс формирования концептуальных социологических подходов к изучению сферы функционирования рынка труда и занятости, конкретно социологические исследования данной проблематики приобретают все большее распространение. Их основное преимущество – возможность получения данных, не отслеживаемых статистикой; они позволяют вскрыть субъективную сторону человеческой деятельности и отношений, без чего анализ ситуации на рынке труда не будет полным. «Социологические исследования, – пишет Е.Е. Горина, – дают возможность вскрыть существующие в регионе очаги социальной напряженности и своевременно принять меры по смягчению ситуации на рынке труда. Наконец, с помощью социологических методов возможно оценить эффективность принимаемых управленческих решений и получить обратную связь» [9. С. 4].

Однако, учитывая значимость социологических и психологических подходов к изучению рынка труда, указанные подходы практически не применяются при сегментации рынков труда в целях разработки программ занятости населения территорий. Как отмечает С. Корнирдос, с начала 1980-х гг. экономическая социология получила ряд важных теоретических результатов, особенно в анализе экономической организации на микроуровне через призму идей социальной и культурной укорененности. Роль социальных факторов в современной экономике стала очевидной, социальные отношения имеют все большее значение для экономического развития. Но потенциал содействия политике экономического роста со стороны экономической социологии пока не реализован [10].

Мы предполагаем, что формирование оптимальных вариантов предоставления государственных услуг и разработка программы опережающего обучения при разработке программ занятости населения могут быть осуществлены на основе сегментирования рынка труда по принципу выделения групп-клиентов (групп-работодателей и групп-граждан) со схожими потребностями, моделями трудового поведения, мотивационными установками, схожим характером готовности и возможности свершения найма на рынке труда. Более того, проблемы, связанные с развитием локальных рынков труда, обуславливают необходимость учитывать и особенности развития территории, стратегические направления ее развития, а также сложившиеся модели и типы поведения субъектов рынка труда и их «укорененность в социальных структурах» (М. Грановеттер) на конкретной территории, а также потребности работодателей в работниках и потребности самих работников в тех или иных видах деятельности, формах занятости, имеющих те или иные мотивационные предпочтения.

Мы предлагаем «множественную» сегментацию рынка труда и его субъектов, исходя из традиционных факторов, описанных выше, и нетипичных для сегментирования в экономической науке субъективных факторов, а именно субъективных оценок труда и трудовой деятельности.

Множественная сегментация рынка труда представляется нами в виде матрицы с традиционными факторами сегментации, такими как уровень образования, занимаемая должность, половозрастные, отраслевые признаки, и применительно к ним мы используем факторы субъективных оценок труда. Данные сегменты считаем целесообразным применять в совокупности с определенным объектом сегментирования. В качестве объектов сегментирования выделяем следующие группы-граждан: занятые, безработные.

В качестве субъективного фактора сегментирования для категории занятых определяем степень удовлетворенности трудом (субъективной оценки отношения индивидов к работе). Смысл применения данного фактора кроется в попытке определить потенциальных безработных среди занятого населения, определить причинно-следственные связи в каждом сегменте и возможности разработать мероприятия по предотвращению перехода занятых в категорию безработных или экономически неактивного населения. При этом отметим, что удовлетворенность трудом является интегральным понятием, которое формируется исходя из отношения индивидов к своему рабочему месту как комплексному понятию (выполняемые функции и отношения, возникающие

в процессе выполнения работы, заработная плата и др.) благодаря взвешиванию плюсов и минусов своей работы. При этом эти плюсы и минусы (блага и издержки) предварительно соотносятся индивидами со своими притязаниями. Уровни удовлетворенности трудом условно назовем следующим образом: «люблю свою работу», «терплю свою работу», «не люблю свою работу». При данной сегментации занятых можно выделить сегменты, наиболее вероятные к будущему уходу с работы. Наибольший интерес представляют в данном случае сегменты на пересечении фактора «не люблю свою работу» и социально-демографических факторов (таблица).

**Пример множественной сегментации рынка труда**

Субъективные группы занятых	Социально-демографические группы занятых													
	По уровню образования			По полу		По возрасту			По отраслям / секторам			По занимаемой должности		
	до об-щего	НПО, СПО*	выс-шее	м	ж	моло-дежь	сред-ний воз-раст	пред-пенсион-ный	пер-вич-ный	вто-рич-ный	тре-тич-ный	руково-дители / самоза-нятые	спе-циа-листы	рабо-чие
«Люблю свою работу»	3	2	1	1	3	3	1	3	3	3	1	1	2	3
«Терплю свою работу»	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	1	2
«Не люблю свою работу»	1	3	3	3	2	1	3	2	1	2	3	3	3	1

\* НПО – начальное профессиональное образование; СПО – среднее профессиональное образование.

Цифрами «1», «2», «3» мы обозначили степени причинно-следственных связей между факторами (1 – наиболее сильная, 3 – наиболее слабая), что позволяет предвидеть сегменты, наиболее вероятные к будущему уходу с занимаемых должностей и переходу их в категорию безработных. Основой определения степени зависимости факторов послужили данные третьего раунда Европейского социального исследования (ESS), проведенного в 2006 г., и корреляционный анализ, проведенный Г. Монусовой в отношении занятых на основе данных социологических исследований [11]. Таким образом, целевыми сегментами при разработке превентивных мер государственными и муниципальными службами занятости должны стать, прежде всего, следующие сегменты занятых: занятые, не имеющие постшкольного образования; молодежь; лица, занятые в первичных секторах экономики, и лица рабочих профессий. Кроме названных сегментов в зоне риска находятся женщины, лица предпенсионного возраста и лица, занятые во вторичных секторах экономики. Так, в отношении этих сегментов (прежде всего сегментов с наивысшей степенью риска) могут быть предложены государственные и муниципальные услуги опережающего обучения, переподготовки и профподготовки, стажировки. Также необходим постоянный мониторинг предприятий, на которых трудятся указанные группы работников (сегменты), с целью организации методической работы с работодателями по повышению мотивации к труду названных сегментов. Что касается сегментов с наименьшей степенью риска, то в их отношении необходим персонифицированный подход внутри фирм. Это

уже в большей степени область действия менеджмента организации на внутрифирменном рынке труда.

Результаты анализа Г. Монусовой подтверждают тот факт, что люди, схожие по индивидуальным характеристикам и по параметрам занимаемых ими рабочих мест, примерно одинаково оценивают удовлетворенность трудом, независимо от того, в какой стране они живут.

Однако при разработке **стратегии развития рынка труда** следует принимать во внимание общеэкономические характеристики территории, такие как темпы и тенденции экономического роста и развития, численность населения, общекультурные особенности населения, трудовые традиции и проч. В данном случае социально-демографические факторы сегментации устраняем, оставляя лишь один фактор сегментации – «удовлетворенность трудом». Так, в экономиках, показывающих низкий уровень развития, общая удовлетворенность трудом ниже, чем у стран с высокими экономическими показателями. То же самое можно отметить относительно стадии экономического цикла. Так, в периоды спада сегмент «терплю свою работу» пополняется лицами, переходящими из сегмента «не люблю свою работу», что вполне объяснимо. Этот факт подтверждает исследование по влиянию кризиса на ожидания и амбиции кандидатов на вакантные должности, проведенное кадровым холдингом «АНКОР» (г. Москва) [12]. Также влияние оказывают трудовые традиции и культурно-исторические особенности, включая религиозную принадлежность. М. Вебер отмечал, что по традициям протестантской этики любая работа – это работа от Бога, а данная профессия есть призвание, с которым не спорят [13]. Исходя из этой предпосылки, очевидно, что уровень удовлетворенности трудом выше в странах и регионах, где число протестантов выше. Это подтверждают данные социологических исследований ESS.

Необходимо сделать следующее важное замечание. Считается, что чем выше доля людей с профессиональным образованием, тем выше человеческий капитал в той или иной местности и, соответственно, выше производительность труда и уровень развития экономики. Логично, что это должно положительно сказываться на общем уровне удовлетворенности трудом. Однако исходя из результатов исследований, данная гипотеза подтверждается, если не принимать во внимание Россию. Россия же, имея наивысшую долю населения в возрасте 25–64 лет с постшкольным образованием в 50% (следующей является Швеция с 34 процентами), отличается самым низким уровнем удовлетворенности трудом [11]. Это объясняется тем, что с уровнем образования растут и притязания, поскольку требования к работе у образованных людей значительно выше. И если экономика не в состоянии генерировать в нужном количестве качественные (первичные) рабочие места, то сегмент неудовлетворенных своим рабочим местом расширяется, что может повлечь за собой высокую текучесть (или мобильность в «плохом» смысле этого понятия) и повышение уровня безработицы. Таким образом, общая стратегия развития рынка труда должна быть разработана с учетом соответствия структуры населения по уровню образования и рабочих мест по принципу «хорошие» и «плохие» рабочие места.

Следующим объектом сегментирования являются безработные. При этом следует отметить, что подходы к признанию лица безработным и, как следст-



вие, определению уровня безработицы по методологии Международной организации труда (МОТ) и органов власти, уполномоченных в области занятости, существенно отличаются. К тому же уровень безработицы, рассчитанный по методологии МОТ (уровень общей безработицы), является гораздо выше регистрируемого уровня безработицы.

Дело в том, что эти две методики изначально опираются на разные условия. В численность безработных граждан в соответствии с Федеральным законом «О занятости населения в Российской Федерации» включаются трудоспособные граждане (от 16 до 54 лет – женщины и от 16 до 59 лет – мужчины), которые не имеют работы и заработка, зарегистрированы в органах службы занятости в целях поиска подходящей работы, ищут работу и готовы приступить к ней. Численность безработных, получивших официальный статус, определяется органами государственной службы занятости и оформляется документально в виде приказа о признании граждан безработными. Данный подход органов власти, закрепленный законодательством, во многом объясняется бюджетно-финансовыми последствиями реализации государственной политики в области занятости.

Численность безработных граждан, рассчитанная по методологии МОТ, определяется на основе обследований населения по проблемам занятости, которые проводятся с месячной периодичностью органами государственной статистики. Данные обследования проводятся на основе выборочного метода наблюдения. Итоги опроса оформляются анкетой, и результаты выборочного обследования распространяются на всю численность населения обследуемого возраста. К безработным в соответствии с определениями МОТ относятся лица в возрасте 15–72 лет, которые в рассматриваемый период удовлетворяли следующим критериям: не имели работы (доходного занятия); занимались поиском работы в течение четырех недель, предшествующих обследуемой неделе, используя при этом любые способы: обращения в государственную или коммерческую службу занятости, объявления в печати, непосредственно обращались к администрации предприятия или работодателю, использовали личные связи и т.д. или предпринимали шаги к организации собственного дела; были готовы приступить к работе в течение обследуемой недели. Учащиеся, студенты, пенсионеры и инвалиды учитываются в качестве безработных, если они занимались поиском работы и были готовы приступить к ней. К безработным по данной методологии относятся также лица, которые в рассматриваемый период: не имели работы, но договорились о сроке начала работы (в течение двух недель после обследуемой недели) и не продолжили дальнейший ее поиск; не имели работы, были готовы приступить, но не искали работу, так как ожидали ответа от администрации или работодателя на сделанное ранее обращение. При этом период ожидания ответа не должен превышать один месяц. Таким образом, безработица по методологии МОТ отражает фактическое число безработных, а не только тех, кто признан таковыми официально.

В целях сегментации безработных и разработки программ занятости возможен выбор в качестве объекта сегментации как безработных по методологии МОТ, так и зарегистрированных безработных. Следует отметить, что мероприятия Программы содействия занятости носят социальный характер и

ориентированы преимущественно на потребителей услуг государственных служб занятости населения, т.е. носят адресный характер. Несмотря на то, что целевыми индикаторами в проекте Госпрограммы РФ «Содействие занятости населения», администратором которой является Минтруд России, обозначены два показателя – уровень безработицы (по методологии Международной организации труда) и уровень регистрируемой безработицы в среднем за год [14], основные мероприятия, обозначенные в программе, не ориентированы на структурные изменения среди экономически активного населения, что является одной из системных проблем занятости в России. То же самое в равной степени наблюдается в проектах государственных программ субъектов Российской Федерации. Однако следует отметить, что в проекте Государственной программы Российской Федерации «Развитие образования» на 2013–2020 гг. (администратор – Минобрнауки России) обозначен ожидаемый результат – «будут полностью обеспечены потребности экономики России в кадрах высокой квалификации по приоритетным направлениям модернизации и технологического развития» [15]. Причем в соисполнителях проекта Госпрограммы по содействию занятости отсутствует Минобрнауки России, а Госпрограммы развития образования отсутствует Минтруд России. Отсюда следует вывод, что межведомственное взаимодействие по системным проблемам на рынке труда не осуществляется. Эта проблема во многом могла бы быть осуществлена на локальных рынках труда – региональных и муниципальных, где межведомственное взаимодействие между органами не требует столь больших временных и организационных затрат. Таким межведомственным органом может стать, к примеру, координационная группа или комиссия в составе органов, уполномоченных в сфере занятости и образования.

На наш взгляд, меры по содействию занятости населения должны быть направлены не только на зарегистрированных безработных граждан, но и на всю совокупность безработных по методологии МОТ и потенциальные трудовые ресурсы (учащиеся старших классов, студенты профессиональных учебных заведений).

Таким образом, для разработки программ занятости необходимо расширять целевые сегменты. В качестве таковых «укрупненных» сегментов могут выступать: учащиеся старших классов, студенты профессиональных учебных заведений, зарегистрированные безработные, безработные по методологии МОТ.

Сегментирование по отношению к объекту «зарегистрированные безработные» в настоящее время осуществляется по целому ряду факторов. В качестве таковых, помимо традиционных, центры занятости применяют и субъективные факторы, среди которых можно выделить:

1. Степень готовности к трудоустройству (не желает трудиться; не готов трудиться; недостаточно информирован для принятия решения по найму; интересуется вопросами найма; стремится трудоустроиться; обязательно трудоустроится).

2. Отношение к труду (руководитель; добросовестный исполнитель; инициативный и энергичный работник; «лентяй»).

3. Мотивация занятости (высокооплачиваемая работа; хорошие условия труда; дополнительные привилегии; близко к месту жительства; только по

специальности; высокооплачиваемые работы, связанные с риском; любая работа; престижность рабочего места).

4. Степень готовности переобучаться (желает переобучаться; готов переобучаться; не желает переобучаться).

5. Степень нуждаемости в работе (постоянная нужда; временная нужда; не требуется).

Однако определение принадлежности индивида к той или иной группе – процесс сложный и трудоемкий. По административным регламентам определение индивидуальных особенностей клиента по утвержденным методикам может осуществляться только по заявлению-анкете. Таким образом, не у всех клиентов могут быть с точностью определены индивидуальные особенности и истинные мотивы обращения в центр занятости. Возникает проблема информационной асимметрии. В данном случае перед нами рынок государственных услуг в сфере занятости, на котором клиент знает о себе больше, чем сотрудник центра занятости. Возникает явление неопределенности, т.е. недостаток информации о вероятных будущих событиях. В отличие от платных услуг, государственные услуги предоставляются бесплатно и являются гарантированными в случае обращения за данными услугами. Непредставление данной услуги является нарушением законодательства, кроме особых случаев, установленных законодательством [16].

Приведем один пример: клиент, обратившийся в центр занятости, имеет скрытые мотивы – получать некоторое время пособие по безработице. При этом он состоит в неофициальных трудовых отношениях или не желает работать вообще, но сам факт обращения в службу занятости означает, что клиент осуществляет поиск работы. Проверить информацию о неофициальном трудоустройстве клиента практически невозможно. Таким образом, в случае признания его безработным на основании предоставленных документов и некоторых манипуляций по отправлению запросов в государственные и муниципальные органы об их подлинности принимается решение о выплате пособия по безработице. Перед нами определенный тип экономического поведения на рынке труда – «псевдорыночный» («максимум дохода ценой минимума трудовых затрат»). Также выделяют «дорыночный» («гарантированный доход ценой минимума трудовых затрат») и «рыночный» («максимум дохода ценой максимума трудовых затрат») (по методологии А. Смита) [17]. При этом можно развить данную мысль, отметив, что собственная оценка трудовых затрат имеет субъективную природу. Названные типы поведения индивидов или групп-клиентов также можно определить как один из субъективных факторов.

В случаях если клиент отказывается от услуг, позволяющих лучше изучить его личностные, субъективные характеристики, проблема асимметричности информации в некоторой степени сокращается путем личного собеседования работника центра занятости с клиентом, в процессе которого работник (как правило, психолог) определяет принадлежность его к той или иной группе.

Анализ экономического поведения индивидов в контексте методологии П. Хейне позволяет создать типологию экономического поведения индивидов исходя, например, из оценки различными группами безработных того, что

значила для них прежняя профессия как ценность. В ходе анализа выявляются на этом основании стратегии прагматического, профессионального и безразличного поведения лиц, потерявших работу. Стратегия прагматического поведения формируется на основе целевой установки, с которой выпускник заканчивает (а безработный закончил) школу, профессиональное училище, ССУЗ, вуз, достичь материального благополучия и сделать карьеру. Прагматический тип поведения, как правило, присущ разным образовательным группам и почти не зависит от пола. Вместе с тем он значительно усиливается с возрастом и в старших возрастных группах выражен втрое сильнее, чем в группе до 30 лет. Этот тип поведения наиболее близок к собственно рыночному типу. Стратегия профессионального поведения исходит из установки получить интересную работу в будущем. Данный тип поведения теснее всего связан с уровнем образования индивидов. Стратегия безразличного поведения исходит из того, что нужно просто получить образование. Этот тип поведения почти не связан с уровнем образования и полом индивидов. Он мало связан с возрастом, не имеет четких субъектных характеристик и тенденций в своих изменениях. Он весьма подвержен влиянию (как положительному, так и отрицательному) всего общественного развития и конкретной общественной ситуации. Каждая из рассмотренных моделей содержит необходимое количество системных компонентов, взаимодействие которых создает устойчивую структуру типов экономического поведения индивидов [17].

Таким образом, перечень субъективных факторов сегментирования целесообразно дополнить следующими:

1. Тип экономического поведения на рынке труда (дориночный, рыночный, псевдориночный) [17].
2. Оценка прежней работы как ценности (стратегия прагматического поведения, профессионального поведения, безразличного поведения) [17].
3. Степень профессиональной самоопределенности (неустойчивая модель поведения, полужесткая модель поведения, ригидная модель поведения (жесткая, резистентная)) [18].

Указанные субъективные факторы могут быть применены также для сегментации незарегистрированных безработных (безработных по методологии МОТ). В последнем случае сегменты будут иметь менее четкие границы по сравнению с регистрируемой безработицей, однако подход применим в целях выработки отдельных мероприятий в отношении целевых сегментов в рамках программ занятости населения.

Множественная сегментация безработных может быть осуществлена аналогично подходу, предложенному выше в отношении занятых, путем последовательного определения матрицы сегментирования, выбора целевых сегментов и определения мероприятий.

Так, например, зная, что в городе высокая численность безработных с высшим экономическим образованием и одновременно недостаточно развитый малый бизнес, можно предложить мероприятие по стимулированию самозанятости. Выбираем множественный сегмент – безработные с организаторскими способностями (руководители) или инициативные и энергичные люди с высшим экономическим образованием, имеющие хобби/увлечения. Далее формулируем пропагандирующий лозунг с учетом выделенных факто-

ров сегментации и публикуем в различных средствах массовой информации. В случае если в городе одновременно реализуются программы развития малого бизнеса, необходимо указать в лозунге на возможности получения стартового капитала для создания собственного дела.

Действенными в средне- и долгосрочной перспективе могут быть мероприятия по работе с детьми и молодежью в определении профессии с учетом индивидуальных и субъективных особенностей. Например, не определившихся в профессии необходимо стимулировать к наиболее востребованным на рынке труда направлениям подготовки. Способов может быть несколько. Например, регулярно освещать результаты долгосрочных прогнозных оценок наиболее востребованных на рынке труда профессий и рекламировать их, указывая их сильные стороны и возможности. Здесь можно применить комплекс маркетинговых подходов по повышению престижности требуемых для экономики, рынка труда профессий. Тем самым создается предпосылка для опережающего обучения с ориентацией на перспективу, а не только на сложившуюся ситуацию на рынке труда.

В заключение следует отметить, что с целью разработки более эффективных программ занятости населения необходимо расширение сегментов (признаков, характеристик, факторов) рынка труда. При этом традиционные подходы к сегментированию рынка труда нужно сочетать с субъективными характеристиками, а именно: типами поведения, степенью профессиональной самоопределенности, мотивацией к труду, отношением к труду, удовлетворенности трудом и многими другими. Должен быть комплексный подход с учетом структурных особенностей экономики, развития территории и культурно-исторических условий. На уровне регионов и муниципальных образований необходимо межведомственное взаимодействие учреждений образования, служб занятости, работодателей.

#### Литература

1. *Адамчук В.В., Ромашов О.В., Сорокина М.Е.* Экономика и социология труда: Учеб. для вузов. М.: ЮНИТИ, 2000. 407 с.
2. *Катаев Д.В.* Экономическая социология Макса Вебера и современность // Теория и практика общественного развития [Электронный журнал]. URL: <http://www.teoria-practica.ru/ru/-8-2012.html> (дата обращения: 20.08.2012). 2012. №8. URL: <http://www.teoria-practica.ru/-8-2012/sociology/kataev.pdf>.
3. *Тригилия Карло.* Интервью // Экономическая социология [Электронный журнал]. URL: [http://ecsoc.hse.ru/data/292/588/1234/ecsoc\\_t4\\_n3.pdf](http://ecsoc.hse.ru/data/292/588/1234/ecsoc_t4_n3.pdf) (дата обращения: 22.08.2012). 2003. Т. 4, №3. Май. С. 6–11. URL: [http://ecsoc.hse.ru/data/292/588/1234/ecsoc\\_t4\\_n3.pdf#page=6](http://ecsoc.hse.ru/data/292/588/1234/ecsoc_t4_n3.pdf#page=6).
4. *Томилев В.В., Семеркова Л.Н.* Маркетинг рабочей силы [Электронный ресурс] / Режим доступа: свободный. URL: <http://www.marketing.spb.ru/read/m6/index.htm> (дата обращения: 25.07.2012).
5. *Богомолова Ю.И.* Сегментирование современного рынка труда: теоретико-методологический подход // Теория и практика общественного развития [Электронный журнал]. URL: <http://www.teoria-practica.ru/ru/-8-2012.html> (дата обращения: 20.08.2012). 2012. №8. URL: <http://www.teoria-practica.ru/-8-2012/economics/bogomolova.pdf>.
6. *Экономика: Учеб.* / Под ред. А.С. Булатова. М.: Изд-во БЕК, 1995. 632 с.
7. *Плюснина Л.К.* Занятость населения: теория, методология, управление. Новосибирск: НГУЭУ, 2005. 388 с.
8. *Комлев А.Л.* Региональный рынок труда (проблемы и перспективы). Волгоград: Изд-во Волгогр. ин-та экономики, социологии и права, 2006. 132 с.

9. Горина Е.Е. Исследование рынка труда: междисциплинарный подход // Современная экономика: проблемы, тенденции, перспективы [Электронный журнал]. URL: <http://www.mivlgu.ru/content/vypusk-N6-2012-god>. 2011. № 5. 9 с. URL: [http://www.mivlgu.ru/site\\_arch/educational\\_activities/journal\\_ec/journal\\_arch/N6/gorina.pdf](http://www.mivlgu.ru/site_arch/educational_activities/journal_ec/journal_arch/N6/gorina.pdf).
10. Корниордос С. Проблемы экономической социологии (обзор новых идей) // Социологические исследования. 2011. № 1. С. 51–55.
11. Монусова Г. Сфера труда: субъективные оценки и объективные характеристики (межстрановые сопоставления) [Электронный ресурс] / Режим доступа: свободный. URL: <http://www.hse.ru/data/2010/06/17/> (дата обращения: 01.08.2012).
12. Саликов С.Н. Рынок труда России 2009–2010 гг.: оценка пройденного, перспективы развития // Мотивация и оплата труда. 2010. №1(21). С. 23–29.
13. Вебер Макс. Протестантская этика и дух капитализма [Электронный ресурс] / Режим доступа: свободный. URL: [http://krotov.info/libr\\_min/v/veber/veb\\_04.html](http://krotov.info/libr_min/v/veber/veb_04.html) (дата обращения: 01.09.2012).
14. Проект Государственной программы Российской Федерации «Содействие занятости населения» на 2013–2020 годы [Электронный ресурс] / Режим доступа: свободный. URL: [http://www.rosmintrud.ru/docs/mintrud/projects/23/\(1\)Gosprogramma.doc](http://www.rosmintrud.ru/docs/mintrud/projects/23/(1)Gosprogramma.doc) (дата обращения: 29.08.2012).
15. Проект Государственной программы Российской Федерации «Развитие образования» на 2013–2020 годы [Электронный ресурс]. Режим доступа: свободный. URL: <http://минобрнауки.рф> (дата обращения: 29.08.2012).
16. Приложение к Приказу Министерства здравоохранения и социального развития РФ от 30 сентября 2010 г. № 847н «Об утверждении Порядка регистрации безработных граждан» [Электронный ресурс]. Режим доступа: свободный. URL: [http://www.rosmintrud.ru/docs/mzsr/migration/9/Poryadok\\_registracii.doc](http://www.rosmintrud.ru/docs/mzsr/migration/9/Poryadok_registracii.doc) (дата обращения: 29.08.2012).
17. Экономическое поведение: Социологический словарь – Энциклопедии & Словари [Электронный ресурс]. Режим доступа: свободный. URL: <http://enc-dic.com/sociology/IEkonomicheskoe-Povedenie-10577/> (дата обращения: 20.08.2012).
18. Арсентьева Н.М., Бусыгин В.П., Харченко И.И. Модели поведения молодежи в сфере образования и на рынке труда и управленческие практики по их регулированию // Регион: экономика и социология. 2006. № 1. С. 126–140.