

Санкт-Петербургский государственный университет

На правах рукописи

Чистякова Людмила Александровна

**Трудовые ценности молодежи
с опытом первичного трудоустройства в сфере услуг
(на примере промоутеров г. Санкт-Петербурга)**

22.00.04 – Социальная структура, социальные институты и процессы

Автореферат диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук

Санкт-Петербург

2014

Диссертация выполнена на кафедре социологии института «Институт ГУСЭ» Санкт-Петербургского государственного экономического университета

Научный руководитель: **Бояркина Сания Исааковна**, кандидат социологических наук, доцент (доцент кафедры социологии института «Институт ГУСЭ» Санкт-Петербургского государственного экономического университета)

Официальные оппоненты: **Кармаев Николай Александрович**, доктор социологических наук, профессор (заведующий кафедрой социально-гуманитарных дисциплин Национального государственного университета физической культуры, спорта и здоровья имени П.Ф. Лесгафта)

Плетнев Александр Владиславович, кандидат социологических наук, доцент кафедры теории и технологии социальной работы Санкт-Петербургского государственного института психологии и социальной работы

Ведущая организация: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Санкт-Петербургский государственный университет культуры и искусств»

Защита состоится «__» ____ 2014 г. в __ часов на заседании диссертационного совета Д. 212.232.13 по защите докторских и кандидатских диссертаций при Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Санкт-Петербургский государственный университет» по адресу: 191124, Санкт-Петербург, ул. Смольного, д. 1/3, 9 подъезд, ауд. __.

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке им. М. Горького Санкт-Петербургского государственного университета (Университетская набережная, д.7/9).

Автореферат разослан «__» _____ 2014 г.

Ученый секретарь диссертационного совета

Соколов Н.В.

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Трудовые ценности играют значимую роль в профессионально-трудовой социализации и адаптации личности, определяя ее трудовые стратегии и потенциал. Важность исследования трудовых ценностей обусловлена необходимостью разработки методов по оптимизации сроков и повышения качественного уровня трудовых процессов, в первую очередь, в молодежной среде, поскольку ее представители являются основным ресурсом воспроизводства кадров на рынке труда.

По данным федеральной службы государственной статистики вклад сферы услуг в ВВП в 2012 году составил 58,6%.¹ И в данных условиях именно сфера услуг обеспечивает создание значительного числа рабочих мест. Рост предприятий сферы услуг и происходящие в ней процессы, связанные с кастомизацией самих услуг населению, обуславливают расширение соответствующего сегмента рынка труда, на котором появляются новые виды трудовой занятости. К последним относится работа промоутером, анализу трудовых ценностей представителей которых посвящена настоящая работа.

Промоушен представляет собой метод продвижения товаров и услуг, предполагающий непосредственное воздействие на потенциальных клиентов через промоутеров. Заказчиками промопроектов являются организации – производители товаров или услуг, стремящиеся привлечь внимание к своей продукции, повысить объемы ее реализации и лояльность потенциальных клиентов. Исполнителями, как правило, являются рекламные агентства, проводящие кастинги, тренинги промоутеров, а также контроль за проведением рекламного проекта. Основные, непосредственные, исполнители – это промоутеры, осуществляющие взаимодействие с потенциальными клиентами, являющиеся «лицом» компании,

¹ Сайт федеральной службы государственной статистики. – URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/vvp/tab10.xls

продвигающей товар или услугу. В настоящей работе под *промоутерами*^{*} следует понимать *представителей социальной группы, осуществляющих трудовую деятельность, целью которой является продвижение на рынок рекламируемых товаров и услуг*. Промоутеры относятся к коммуникативному фронт-лайн персоналу,^{**} что, как правило, обуславливает первоочередную значимость таких характеристик его представителей, выступающих критериями отбора на кастинге, как: юный возраст, приятный внешний вид, коммуникативные навыки, активность. Этими качествами обладает молодежь, которую привлекают специфические черты трудовой деятельности промоутера (необязательность опыта работы, гибкий график, выбор желаемых рабочих дней и числа часов, осуществление деятельности без присутствия непосредственного начальства и другие). Занятость в данной сфере позволяет удовлетворить специфические потребности молодежи, что приводит к росту числа работающих промоутерами, в том числе, среди учащейся молодежи.

Несмотря на ряд привлекательных для молодежи черт, нельзя упускать из внимания тот факт, что данный вид занятости может оказывать негативное влияние на профессиональное становление личности. Это связано с характером и типом выполняемых работ, относящихся к *неквалифицированному и высоко оплачиваемому труду в сфере услуг*, а также отсутствием необходимости повышения квалификации в процессе работы, что может вызывать эффект стагнации профессиональной самореализации молодых людей.

В целом, на сегодняшний день в молодежной среде наблюдается тенденция стремления к профессионально-трудовой стратегии самоопределения, предполагающей *оптимальное сочетание достойного уровня оплаты труда, гибкого графика, при отсутствии необходимости наличия опыта работы*. Это обусловлено рядом специфических

^{*} от англ. «promotion» - продвигать.

^{**} Фронт-лайн персонал (от англ. «front line» – первая линия) – это сотрудники организаций, осуществляющие прямое взаимодействие с клиентами.

характеристик данной категории населения, таких как отсутствие опыта работы, желание совмещения трудовой деятельности с процессом обучения, что в свою очередь чревато снижением важных показателей профессионального становления личности, качества получаемого образования, недостаточным получением квалификационных навыков, риском формирования специфических трудовых ценностей, с которыми молодым людям предстоит вторично трудоустроиваться.

Степень научной разработанности проблемы следует рассматривать с позиции комплексного подхода, так как трудовые ценности являются основным фактором, определяющим эффективность адаптации и социализации личности в трудовой среде.

Исследованию проблем трудовых и жизненных ценностей молодежи посвящено значительное число работ как отечественных, так и зарубежных социологов. В зарубежной социологии проблемы ценностей личности рассматривались в работах М. Вебера, Т. Парсонса, Н. Смелзера, Ч.Х. Кули, Р. Мертонса, Э. Дюркгейма, Ф. Знанецкого, М. Рокича, У. Томаса, Э. Фромма и других.

Крупные эмпирические исследования относительно структуры и содержания ценностей населения в нашей стране были проведены такими социологами как А.Г. Здравомыслов, В.П. Тугаринов, В.А. Ядов, М.К. Горшков, В.С. Магун, М.Г. Руднев, Д.О. Скребков, А.В. Шевчук, Е.И. Головаха, Н.И. Лапин, В.И. Климычев, М.И. Бобнева, Л.Н. Жилина, А.А. Овсянников, И.И. Петтай, Н.А. Римашевская, Л.Я. Баранова. Трудовые ценности в совокупности с их влиянием на профессионально-трудовую адаптацию, социализацию и воспроизводство квалифицированных кадров проанализированы в работах таких отечественных социологов как Е.Б. Константинова, Н.А. Кармаев, Н.Н. Кармаева, Е.И. Крапивко, Ю.А. Зубок, В.И. Чупров, А.В. Плетнев, Л.О. Ромашова. В работах Г.А. Чередниченко, В.И. Герчикова, А.А. Борисовой, Л.А. Семеновой, Н.В. Корж, В.В. Козловского, Л.Ш. Идрисовой, О.В. Олисовой, Н.А. Зоркой, С.В. Скутневой,

А.В. Валеевой, Н.Е. Сараповой, В.Р. Цылева, О.В. Абросимовой, Ю.А. Левада, И.С. Кон, П.И. Смирнова, О.К. Крокинской, А.А. Козлова, В.Т. Лисовского, О.И. Иванова, В.Н. Келасьева, А.Н. Шарова, А.В. Петрова, Е.Г. Слуцкого проанализированы профессионально-трудовые стратегии и типы поведения молодого поколения.

Ценности субъекта трудовых отношений имеют значимую степень влияния на процесс адаптации личности в трудовой среде. В социологии проблемам профессионально-трудовой адаптации молодёжи посвящены работы А.И. Кравченко, В.Т. Лисовского, Б.А. Ручкина, В.А. Ядова, Ж.Т. Тощенко, П.Д. Павленок, А.И. Ковалёвой, П.А. Сорокина, М. Мида, Т. Шибутани и многих других. Таким ученым как Э. Гидденс, Т. Парсонс, Э. Дюркгейм, Р. Мертон, Д. Хоманс, П. Блау, Г. Спенсер, Ж.В. Беннет, У. Томас, Ф. Знанецкий, С. Бошер, В.И. Медведева, А.А. Наладжян принадлежат фундаментальные труды по трудовой адаптации. Наиболее подробные исследования в области трудовой адаптации в течение многих лет проводили группы отечественных исследователей под руководством Т.Н. Вершининой и В.И. Герчикова. В ходе социологических исследований З.Т. Голенкова, А.Г. Здравомыслова, И.А. Милославовой, М.Н. Руткевича, В.Н. Шубкина, В.А. Ядова были исследованы частные аспекты адаптации и социализации на индивидуальном и групповом уровнях. Трудовые ценности субъекта трудовых отношений имеют значимую степень влияния на процесс адаптации личности в трудовой среде. Исследованию проблем управления организацией посвящены работы М. Хайдегера, А.И. Кравченко, Д.Ю. Красовского, А.И. Пригожина, А.К. Гастева, А. Файоля, Ф. Тейлора, Г. Форда, Е.О. Кабо, Ю.В. Веселова.

Эффективный процесс адаптации личности в трудовой среде определяет успешность процесса социализации. В социологии проблемы адаптации молодёжи, относятся к одним из наиболее актуальных. Этой теме посвящены работы Э. Дюркгейма, М. Вебера, А.И. Кравченко, В.Т. Лисовского, Б.А. Ручкина, П.А. Сорокина, М. Мида, Ж.Т. Тощенко, П.Д.

Павленок А.И. Ковалёвой, В.И. Герчикова, С.Г. Струмилина, Э.В. Клопова, Л.А. Гордона и многих других.

Изучению процесса социализации личности посвящены труды таких классиков социологии как Э. Дюркгейм, М. Вебер, Т. Парсонс, Р. Мертон, Э. Эриксон. Дальнейшее развитие теории социализации нашло в трудах отечественных исследователей – Г.М. Андреевой, А.Г. Здравомыслова, С.Н. Иконниковой, В.А. Ядова, И.С. Кона и др. Исследованию проблем профессиональной социализации посвящены работы Б.Г. Ананьева, Е.А. Ануфриева, Ю.А. Левады, Н.Н. Кармаевой, Е.И. Головаха, М.Н. Яшиной. Теоретическим аспектам социализации личности посвящены работы В.Д. Анурина, Г.М. Гогиберидзе, И.А. Григорьевой, В.В. Москаленко, А.А. Магомедова, А.А. Мирзоева. Изучением форм, составляющих элементов, агентов и институтов, факторов, этапов и уровней процесса профессиональной социализации занимались такие социологи как А.В. Валеева, Ю.В. Каблинова, А.В. Морозова, С.Н. Макарова, И.В. Карапетянц, А.А. Лидяка, Н.Е. Покровский.

На настоящий момент существуют работы по исследованию социальной группы промоутеров, анализируемых в рамках различных научных дисциплин, таких как маркетинг, связи с общественностью, экономика и другие. Однако, в российской социологической науке исследования посвященные анализу трудовых качеств представителей профессиональной группы промоутеров, в частности их трудовых ценностей, на настоящий момент отсутствуют. Автор предполагает, что возможной причиной отсутствия социологических исследований и работ по изучению представителей социальной группы промоутеров является относительная новизна данного вида занятости профессии для российского рынка труда, а также сложности, связанные с проведением опросов.

Объект диссертационного исследования – молодежь с опытом первичного трудоустройства в сфере услуг.

Предмет диссертационного исследования – трудовые ценности молодежи с опытом первичного трудоустройства в сфере услуг.

Цель настоящего диссертационного исследования – разработка практических рекомендаций для оптимизации процесса формирования трудовых ценностей молодежи с опытом первичного трудоустройства в сфере услуг.

В соответствии с поставленной целью, в ходе исследования были определены следующие задачи:

1. Проанализировать теоретико-методологические подходы к пониманию трудовых ценностей и профессионально-трудовых стратегий молодежи.
2. Раскрыть влияние трудовых ценностей молодежи на процессы трудовой социализации и адаптации.
3. Выявить основные трудовые ценности представителей молодежи с опытом работы промоутером, а также изменение структуры трудовых ценностей бывших промоутеров на месте вторичного трудоустройства.
4. Выявить проблемы, возникающие при вторичном трудоустройстве у молодых людей с опытом первичного трудоустройства в качестве промоутера.
5. Разработать рекомендации по оптимизации процесса формирования трудовых ценностей молодежи, работающей в качестве промоутера, направленные на повышение эффективности процессов адаптации и социализации, а также функционирования на рынке труда.

Научная новизна диссертационного исследования состоит в следующем:

1. Проведена типологизация трудовых ценностей молодежи России, стран Европы и Азии, в контексте концепции ценностей М. Вебера.

2. Определено место молодежи с опытом первичного трудоустройства промоутером в типологии М. Вебера, что позволило представить исследуемую группу как носителя целерациональных ценностей.
3. Выявлены особенности трудовых ценностей представителей молодежи с опытом первичного трудоустройства в качестве промоутера, влияющие на процессы трудовой адаптации, социализации и вертикальной восходящей мобильности при вторичном трудоустройстве.
4. Разработаны рекомендации для основных агентов социализации по формированию трудовых ценностей у представителей молодежи, с опытом первичного трудоустройства в качестве промоутера, способных оказать положительное влияние на процессы профессионально-трудовой адаптации и социализации на современном рынке труда.
5. Разработан проект содержания сайта для субъектов промоушена (промоутеров и рекламных агентств), реализация которого позволит не только повысить эффективность их взаимодействия, но и воздействовать на ценностную сферу молодежи, процессы трудовой адаптации и социализации.

Теоретическая и практическая значимость.

Результаты исследования могут быть использованы как методологическая база для дальнейшего исследования проблем формирования неадекватных трудовых ценностей при первичном трудоустройстве в качестве промоутера. Полученные данные создают достоверную картину ценностных приоритетов представителей профессиональной группы промоутеров, что может иметь важность при работе со студентами в учебных заведениях: учете индивидуальных потребностей при планировании практик; сопровождении студентов в подборе места трудоустройства; организации воспитательной работы.

Полученные результаты могут представлять интерес для руководителей рекламных агентств и заказчиков рекламных проектов. Для рекламных агентств полученные данные дают в первую очередь представление о том, что формируемая во время работы промоутером структура ценностей определяет качество работы промоперсонала, а также будущие перспективы профессионально-трудовой самореализации молодежи, работающей промоутером.

Предлагаемый автором проект содержания сайта создаст предпосылки к построению конструктивного диалога между работодателем и соискателем вакансии «промоутер», предоставляя возможность взаимного выбора и развития научно обоснованных взаимодействий.

Авторские рекомендации и проект содержания сайта были предложены на рассмотрение руководителям рекламных агентств, от двух из которых *получены акты о внедрении* результатов диссертационного исследования в работу организации.

Сформулированные рекомендации могут быть использованы в рамках реализации молодежной политики, способствуя созданию ценностного потенциала молодежи, а также повышению эффективности трудовой адаптации и социализации.

Теоретическая и эмпирическая база исследования. Основными концепциями, на которых базируется настоящее диссертационное исследование, являются концепция ценностей М. Вебера, теории социализации Ф. Гиддингса, Э. Дюркгейма, Ч.Х. Кули, М. Вебера, П. Бурдье, Р. Линтона, Дж. Мида, Т. Парсонса, О. Конта, П. Сорокина, В.А. Ядова, Е.И. Головаха, а также теория изменения ценностей Р. Инглхарта.

Диссертантом осуществлен анализ вторичных данных социологических исследований, посвященных изучению трудовых ценностей, а также их изменению, проведенных такими социологами как М.К. Горшков (Всероссийский мониторинг 1997 – 2009 гг.), Н.И. Лапин (мониторинг «Наши ценности сегодня», Москва, 1990 – 2006 гг.), В.И. Чупров и Ю.А.

Зубок (Всероссийского социологического мониторинга «Социальное развитие молодежи» 1990 – 2002 гг.), В.С. Магун (Всероссийское социологическое исследование «Динамика притязаний и изменение ресурсных стратегий молодежи: 1985 – 2005 годы», «World Values Survey»), В.А. Ядов, А.Г. Здравомыслов, а также Н.В. Корж, С.Н. Богачев, С.В. Скутнева, О.В. Олисова, Д.Л. Константиновский, Е.Б. Константинова, Н.А. Журавлева, Е.Л. Азарникова, Г.И. Осадчая, В.А. Макаров, А.Г. Махмутова, Ю.В. Лясникова, Н.Е. Сарапова, Ж.Г. Озерникова, С.И. Бояркина, Т.И. Самсонова, Т.В. Хлопова, а также рядом зарубежных социологов.

Методы и методика эмпирического исследования.

В разведывательном диссертационном исследовании применялись методы сбора эмпирических данных (анкетирование, интервьюирование, анализ вторичных данных) и методы описательной статистики (таблицы распределения частот, таблицы сопряженности).

При проведении исследования были сформированы две целевые группы, по 100 респондентов в каждой. Критерием формирования целевых групп стали возраст, вид трудовой деятельности в настоящее время и наличие опыта работы промоутером.

Первая группа – 100 человек – молодые люди в настоящее время работающие промоутером.

Вторая группа – 100 человек – молодые люди – бывшие промоутеры, вторично трудоустроенные *не в качестве промоутера*.

С целью повышения репрезентативности данных методом «снежного кома» было осуществлено построение выборки работодателей – 16 человек, чьи организации являются *местом вторичного трудоустройства* молодых людей после работы промоутером.

Эмпирическое исследование включало в себя три взаимосвязанных этапа:

1. Анализ трудовых ценностей, актуальных для представителей молодежи, работающих на момент проведения исследования в

качестве промоутера (метод анкетирования – группа 1 – 100 респондентов). На данном этапе выявлялись причинно-следственные связи трудовых ценностей и факторов, оказывающих влияние на их формирование во время работы промоутером.

2. Анализ изменения трудовых ценностей, актуальных при вторичном трудоустройстве для представителей молодежи с опытом первичного трудоустройства в качестве промоутера (метод анкетирования – группа 2 – 100 респондентов) и их влияние на процессы вторичной трудовой адаптации и социализации. На данном этапе подвергались анализу трудовые ценности вторично трудоустроенных бывших промоутеров на предмет актуальности сформированных трудовых ценностей во время работы промоутером на месте вторичного трудоустройства. Особое внимание уделялось их изменению, влиянию на процессы адаптации и социализации.
3. Анализ оценок работодателей, выступающих в роли экспертов по подбору персонала в своих организациях, ставших местом вторичного после работы промоутером трудоустройства, на предмет специфики трудовых ценностей бывших промоутеров, их актуальности и изменению на данном месте работы (метод полуструктурированное интервью – 16 респондентов). На данном этапе также сопоставлялись оценки работодателей с результатами, полученными на предшествующих этапах.

Обработка количественных данных проведена с использованием программы SPSS Statistics 19.0. Все полученные результаты проверены на адекватность применения и уровень статистической значимости.

Положения, выносимые на защиту:

1. Трудовые ценности актуальные для современной российской молодежи, являются комбинированным набором ценностей молодежи стран Азии и Европы.

2. Работа в сфере услуг является одной из наиболее распространенных видов трудовой занятости среди учащейся молодежи, взаимовыгодным как для представителей молодежи, так и для работодателей.
3. Длительная занятость молодежи в качестве неквалифицированной, но высокооплачиваемой рабочей силы создает предпосылки к нарушениям процессов адаптации, социализации и восходящей вертикальной мобильности при вторичном трудоустройстве.
4. Работа в качестве промоутера является видом трудовой занятости, относящимся к сфере услуг, предлагающим привлекательные для молодежи условия труда.
5. На настоящее время должность промоутера не отражена ни в Едином тарифно-квалификационном справочнике должностей, ни в прочих официальных документах Российской Федерации, что определяет необходимость узаконивания данного типа трудовой деятельности, с целью формирования систем по регулированию и контролю занятости в качестве промоутера, способствующих эффективной трудовой социализации молодежи.
6. Социально-экономическая ситуация в России создает специфические условия для формирования трудовых ценностей у молодежи, в частности первично трудоустроенной в сфере услуг в качестве промоутера.
7. Промоутеры – это социальная группа, выделение которой возможно на основании таких критериев как: единый тип трудовой деятельности (профессиональный критерий), взаимодействие, членство и единство.
8. Трудовые ценности молодежи с опытом первичного трудоустройства промоутером отличаются от трудовых ценностей молодежи, не имеющей подобного опыта.

9. После окончания работы промоутером, при вторичном трудоустройстве, происходит изменение трудовых ценностей от непрофессионально ориентированных в сторону профессионально ориентированных.

Апробация исследования. Основные положения и выводы, изложенные в диссертационном исследовании, были представлены и обсуждены на V Межвузовской научно-практической конференции студентов, магистрантов и аспирантов «Социально-экономические аспекты сервиса: современное состояние и перспективы развития» (Санкт-Петербург, 2011), I Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов и аспирантов «Молодежь и наука XXI века: экономика и управление в сфере услуг» (Санкт-Петербург, 2012), II Всероссийской научно-практической конференции «Молодежь и наука XXI века: техника и технология в сервисе» (Санкт-Петербург, 2013), международной научно-практической конференции ученых, аспирантов, студентов «Молодежь в современном мире: проблемы и перспективы» на базе Государственного университета морского и речного флота имени адмирала С.О. Макарова (Санкт-Петербург, 2013), Всероссийской научно-практической конференции «Современное общество и труд» (Санкт-Петербург, 2013).

По теме диссертационного исследования опубликовано 15 статей (в том числе три работы в изданиях, рекомендованных ВАК России) общим объемом 5 п.л.

Структура диссертации состоит из введения, двух глав, содержащих 6 параграфов, выводов и рекомендаций, заключения и библиографии, включающей 289 наименований, а также четырех приложений. Текст диссертации содержит 7 таблиц и 20 рисунков. Общий объем диссертации составляет 224 страницы.

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обосновывается актуальность темы диссертационного исследования, показывается степень ее научной разработанности,

формулируются цель и задачи диссертационного исследования, его объект, предмет, теоретико-методологическая основа. Приводится научная новизна, положения, выносимые на защиту, обосновывается теоретическая и практическая значимость диссертационного исследования.

В главе 1 «Теоретико-методологические основания изучения трудовых ценностей молодежи» выявлена значимость трудовых ценностей, сформированных при первичном трудоустройстве при социализации и адаптации на месте вторичного трудоустройства.

В параграфе 1.1. «Молодежь как социальная группа: стратегии профессионально-трудовой адаптации и социализации» социальная группа молодежь проанализирована как носитель профессионально-трудовых стратегий. Молодые люди подвергаются воздействию различного рода агентов социализации, под влиянием которых формируются их жизненные и трудовые ценности. Система ценностей играет ведущую роль в выборе профессионально-трудовых и жизненных стратегий личности, а также ходе процессов социализации и адаптации. Выявлено, что одной из наиболее популярных трудовых стратегий является совмещение процесса обучения и трудовой занятости. Определена роль ценностей в выборе профессионально-трудовых стратегий и их влияние на эффективность процессов профессионально-трудовой адаптации и социализации.

В параграфе 1.2. «Трудовые ценности молодежи России, стран Европы и Азии: анализ результатов социологических исследований» категория ценность проанализирована как предмет понятийного анализа. В рамках концепции ценностей М. Вебера проведена типологизация трудовых ценностей молодежи России, стран Азии и Европы. На основании концепции ценностей М. Вебера, проведена типологизация трудовых ценностей молодежи России, стран Европы и Азии. В рамках данной концепции, трудовые ценности молодежи России можно трактовать как «традиционные», стран Европы – «целерациональные», Азии – «ценностно-рациональные».

В параграфе 1.3. «Российская молодежь на современном рынке

труда», на основании анализа результатов социологических исследований, определены требования, которые выдвигают российские работодатели к молодежи при приеме на работу. Сформирован перечень трудовых качеств, по мнению руководителей организаций, характерных для представителей молодежи.

Сфера услуг рассмотрена как сфера трудовой деятельности, создающая предпосылки к осложнению процессов адаптации и социализации на месте вторичного трудоустройства. Работа промоутером является одним из новых типов трудовой занятости на российском рынке труда, относящимся к сфере услуг. Отмечена необходимость законодательного оформления и институционализации данного типа трудовой занятости, что позволит оказывать положительное влияние на процессы социализации и адаптации молодежи с опытом первичного трудоустройства промоутером.

В главе 2 «Результаты эмпирического исследования трудовых ценностей молодежи с опытом первичного трудоустройства в сфере услуг» проведен анализ трудовых ценностей двух целевых групп, представителей молодежи с опытом первичного трудоустройства промоутером (молодежи работающей на момент исследования промоутером и бывших промоутеров), а также анализ мнения работодателей, чьи организации являются местом вторичного трудоустройства после работы промоутером, о трудовых ценностях бывших промоутеров.

В параграфе 2.1. «Анализ результатов анкетирования представителей социальной группы промоутеров: трудовые ценности и качества» представлены результаты анкетирования молодежи с опытом первичного трудоустройства промоутером, работающей промоутером на момент проведения исследования.

Молодежь, осуществляющая трудовую деятельность в качестве промоутера, как правило, представлена учащимися и студентами. Выявлено, что в трудовой занятости в качестве промоутера для молодежи представляют ценность: гибкий график, возможность работы неполный рабочий день,

отсутствие постоянного коллектива и начальства на месте работы, высокий уровень заработной платы, а также отсутствие необходимости официального оформления.

В результате разведывательного исследования трудовых ценностей молодежи работающей промоутером, выявлено, что при увеличении сроков работы промоутером наблюдается снижение активности трудовой деятельности, уровня коммуникабельности, влияния качества работы на размер оплаты труда, отклонение от требований работодателей по соблюдению целевой аудитории.

В процессе работы промоутером развиваются такие трудовые качества как: коммуникативность, общий уровень эрудиции, навыки грамотного общения с потенциальными клиентами.

Трудовые ценности молодежи первично трудоустроенной в качестве промоутера подвергаются влиянию факторов трудовой среды: отсутствие начальства на месте работы, отсутствие четкой системы контроля, возможность работы в удобном месте на условиях удобного графика, возможность выбора напарников, высокий уровень оплаты труда.

В целом, совокупность трудовых ценностей, имеющиеся у молодежи на момент трудоустройства промоутером, и факторов трудовой среды создает предпосылки к формированию непрофессионально ориентированных трудовых ценностей, а также риска неэффективности процессов адаптации и социализации на месте вторичного после окончания работы промоутером трудоустройства.

В параграфе 2.2. «Анализ результатов анкетирования вторично трудоустроенных представителей молодежи с опытом первичного трудоустройства в сфере услуг в качестве промоутера: трудовые ценности и их изменение» выявлено, что на месте вторичного трудоустройства трудовые ценности, сформированные при первичном трудоустройстве в качестве промоутера, являются причиной возникновения ряда проблем, таких как сложности при усвоении и воспроизводстве норм и

правил, несоответствие личных трудовых ценностей общеколлективным, что зачастую является причиной увольнения с места вторичного трудоустройства.

Происходит изменение структуры трудовых ценностей. Непрофессиональные трудовые ценности становятся менее значимыми, в то время как профессионально ориентированные становятся преобладающими. Наиболее значимыми становятся такие трудовые ценности как:

- грамотная управленческая политика руководства;
- перспектива достижения высокого общественного положения;
- перспективы собственного развития;
- профессионального роста, карьеры.

Изменение структуры трудовых ценностей приводит к тому, что молодые люди-бывшие промоутеры сталкиваются со сложностями, связанными с социализацией и адаптацией на месте вторичного трудоустройства, в том числе с несоответствием личных ценностей общеколлективным, трудностями в усвоении и воспроизводстве ценностей, а также норм и правил поведения, актуальных на месте вторичного трудоустройства. При этом, чем более длительный срок молодые люди заняты данным типом трудовой деятельности, тем с более существенными трудностями им приходится сталкиваться при вторичном трудоустройстве.

В результате разведывательного исследования выявлено, что при увеличении продолжительности работы промоутером возрастает длительность поиска подходящего места работы для вторичного трудоустройства не в качестве промоутера, а также возрастает значимость изменения отношения к труду.

В параграфе 2.3. «Анализ результатов интервьюирования работодателей» выявлена оценка работодателей, чьи организации являются местом вторичного трудоустройства бывших промоутеров, трудовых ценностей представителей молодежи с опытом первичного трудоустройства в качестве промоутера. Работодатели отмечают, что трудовые ценности

бывших промоутеров отличаются от трудовых ценностей молодежи, не имеющей подобного опыта работы несоответствующей трудовым навыкам финансовой заинтересованностью, нежеланием вникать в потребности организации, неудовлетворительным качеством работы в команде, поверхностным отношением к работе.

Полученные результаты свидетельствуют о формировании в социальной группе промоутеров структуры трудовых ценностей, оказывающих неблагоприятное влияние на процесс адаптации и социализации на месте вторичного трудоустройства.

Заключение. Первичное включение молодых людей в трудовые отношения имеет высокую значимость, так как на основании сформированных на данном этапе, трудовых ценностей происходит дальнейшее построение профессионального пути. Для учащейся молодежи наиболее привлекательной является трудовая занятость на условиях гибкого графика при высоком уровне оплаты труда. Сфера услуг включает в себя виды занятости, удовлетворяющие данным требованиям, предлагая широкий ряд должностей, относящихся к неквалифицированному, но высоко оплачиваемому труду. Сочетание высокого уровня оплаты труда и отсутствия требований по квалификации создает риски торможения процессов профессионально-трудовой социализации, адаптации, а также восходящей вертикальной мобильности.

В настоящей работе «промоутеры» представлены как социальная группа. Дано определение термину «промоутер». Обоснована необходимость институционализации данного типа трудовой занятости и разработки официальных методов управления.

В рамках концепции М. Вебера, определено место молодежи с опытом первичного трудоустройства промоутером как носителя ценностей целерационального типа, целью деятельности, которой является получение материального вознаграждения за выполненные работы. В то время как для молодежи, не имеющей опыта работы промоутером, характерны трудовые

ценности смешанного типа (традиционный тип), сочетающего в себе материальные трудовые ценности (целерациональный тип), а также ценности карьерного и профессионального роста (ценностно-рациональный тип).

При сопоставлении теоретических и эмпирических данных, выявлены факторы, влияющие на формирование проблем вторичной трудовой адаптации и социализации учащейся молодежи, с опытом работы промоутером:

- материалистические ценности молодежи;
- недостаточный уровень воздействия на молодежь со стороны таких агентов социализации, как учебные заведения, семья;
- трудовая стратегия, предполагающая сочетание обучения с трудовой деятельностью;
- доступность видов трудовой занятости, соответствующих специфике учащейся молодежи;
- отсутствие требований к квалификации и высокая оплата труда в ряде видов трудовой занятости в сфере услуг.

На основании полученных результатов, можно сделать вывод о том, что длительная занятость молодежи в качестве неквалифицированной, но высоко оплачиваемой рабочей силы в сфере услуг, в частности в качестве промоутера, создает предпосылки к нарушениям процессов адаптации, социализации и восходящей вертикальной мобильности при вторичном трудоустройстве. Диссертантом разработаны *рекомендации* агентам социализации молодежи, первично трудоустроенной в качестве промоутера, а так же проект содержания сайта для промоутеров и рекламных агентств, которые в совокупности смогут оказывать благоприятное влияние на процесс формирования трудовых ценностей молодых людей, работающих в качестве промоутера. Предлагаемый автором проект содержания сайта создаст предпосылки к построению конструктивного диалога между работодателем и соискателем вакансии «промоутер», предоставляя возможность взаимного выбора и развития научно обоснованных взаимодействий. Авторские

рекомендации и проект содержания сайта были предложены на рассмотрение руководителям рекламных агентств, от двух из которых *получены акты о внедрении* результатов диссертационного исследования в работу организации.

Основные положения диссертационного исследования опубликованы в следующих работах:

В журналах, рекомендованных ВАК РФ

1. Чистякова, Л. А. Трудовые ценности молодежи с опытом первичного трудоустройства промоутером [Текст] / Л. А. Чистякова // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Гуманитарные и общественные науки. – 2013. – 4 (184). – С. 43–47.
2. Чистякова, Л. А. Проблемы трудовой адаптации бывших промоутеров: экспертное мнение [Текст] / Л. А. Чистякова // Общество. Среда. Развитие. – 2013. – № 2. – С. 118–122.
3. Чистякова, Л. А. Специфика ценностно-мотивационной структуры трудовой деятельности современной российской молодежи [Текст] / Л. А. Чистякова // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии». – 2012. – № 3 (13). – С. 56 – 63.

В других изданиях

1. Чистякова, Л. А. Социальная молодежная политика и ценностные ориентиры современной молодежи [Текст] / Л. А. Чистякова. – «Российская культура глазами молодых ученых». Сборник научных статей. Выпуск 22. – СПб.: ГОУ ДПО ЦПКС СПб «Региональный центр оценки качества образования и информационных технологий», 2011. – С. 180–184.
2. Чистякова, Л. А. Молодежь в промоиндустрии [Текст] / Л. А. Чистякова // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. – 2011. – № 2 (8). – С. 180–184.
3. Чистякова, Л. А. Профессиональные ориентиры и мотивация молодых россиян [Текст] / Л. А. Чистякова. – Актуальные проблемы технико-технологического и социально-экономического обеспечения сферы сервиса.

Сборник научных статей аспирантов и молодых ученых. / Под общ. ред. В.А.Черненко. – СПб.: Изд-во СПбГУСЭ, 2011. – С. 160–162.

4. Чистякова, Л. А. Современные рыночные условия и их воздействие на положение молодежи на рынке труда [Текст] / Л. А. Чистякова. – Социально-экономические аспекты сервиса: современное состояние и перспективы развития. Сборник научных статей по итогам V Межвузовской научно-практической конференции студентов, магистрантов и аспирантов (18-21 апреля 2011). Том V. – СПб.: Изд-во СПбГУСЭ, 2011. – С. 131–133.

5. Чистякова, Л. А. Актуальные требования работодателей на современном рынке труда [Текст] / Л. А. Чистякова. – Актуальные проблемы социологии. Сборник научных трудов преподавателей, аспирантов и студентов кафедры «Социология» // Под ред. Костина Р.А., Крыловой М.А., Бояркиной С.И. – СПб.: Изд-во СПбГУСЭ, 2012. – С. 206–213.

6. Чистякова, Л. А. Ценностные трудовые ориентиры российской молодежи – промоутеров [Текст] / Л. А. Чистякова. – Молодежь и наука XXI века: экономика и управление в сфере услуг. Сборник научных статей по итогам I Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов и аспирантов (23-26 апреля 2012г.). Том IV. – СПб.: Изд-во СПбГУСЭ, 2012. – С. 144–146.

7. Чистякова, Л. А. Профессионально-трудовая социализация и адаптация – дифференциация и общие черты понятий [Текст] / Л. А. Чистякова. – Актуальные проблемы социологии. Сборник научных трудов преподавателей, аспирантов и студентов кафедры «Социология». / Под ред. Р.А. Костина, С.И. Бояркиной. – СПб.: Изд-во СПбГУСЭ, 2013. – С. 227–234.

8. Чистякова, Л. А. Формирование трудовых ценностей в процессе трудовой социализации [Текст] / Л. А. Чистякова. – Сборник научных статей аспирантов, докторантов и молодых ученых. Выпуск 3. Актуальные проблемы технико-технологического и социально-экономического обеспечения сферы сервиса. / Под общ. ред. Черненко В.А. – СПб.: Изд-во СПбГУСЭ, 2012. – С. 288–290.

9. Чистякова, Л. А. Социальная дифференциация: к вопросу операционализации понятия [Текст] / Л. А. Чистякова. – Современные проблемы социологии. Сборник научных трудов преподавателей и аспирантов кафедры «Социология». / Под ред. Костина Р.А., Бояркиной С.И. – СПб.: Изд-во СПбГУСЭ, 2011. – С. 244–251.
10. Чистякова, Л. А., Бояркина, С. И. Проблемы трудовой адаптации молодежи [Текст] / Л. А. Чистякова, С. И. Бояркина. – Молодежь в современном мире. Проблемы и перспективы: материалы докладов и выступлений IV Международной научно-практической конференции ученых, аспирантов, студентов и курсантов. – СПб.: ГУМРФ им. адмирала С.О. Макарова, 2014. – С. 84–88.
11. Чистякова, Л. А. Комплексное исследование трудовых ценностей представителей профессиональной группы промоутеров [Электронный ресурс] / Л. А. Чистякова. – Сборник статей Всероссийской научно-практической конференции «Современное общество и труд» (28–29 ноября 2013 г.). – 910 с. – С. 365–369. – Режим доступа: http://soc.spbu.ru/nauka/publications/Sbornik_trud_i_obshestvo.pdf
12. Чистякова, Л.А. Работодатели и молодежь на современном рынке труда: совместные требования и ожидания [Электронный ресурс] / Л. А. Чистякова. – Сборник научных статей по итогам II Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов и аспирантов «Молодежь и наука XXI века: техника и технологии в сервисе» (22-25 апреля 2013 г.). Том III. – СПб.: Изд-во СПбГУСЭ, 2013. – 238 с. – С. 225–227. – Режим доступа: http://spbsseu.ru/sites/default/files/2013_molodnaukaxxiveka_tom_3_1.pdf