

## МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЙ ПОДХОД К СЕГМЕНТАЦИИ БЕЗРАБОТНЫХ ПРИ РАЗРАБОТКЕ ПРОГРАММ ЗАНЯТОСТИ: ПОСТАНОВКА ВОПРОСА

Нехода Е. В.<sup>1</sup>, Кучинова Э. С.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Томский государственный университет, Томск, Россия, (634050, Томск, пр. Ленина, д.36), e-mail: sheyna@sibmail.ru

<sup>2</sup>Горно-Алтайский государственный университет, Горно-Алтайск, 649000, ул. Ленкина, д.1, e-mail: kuchinova.es@yandex.ru

---

Статья носит постановочный характер. Представлены подходы к сегментированию безработных на основе междисциплинарного синтеза. Обоснована необходимость применения социологических и психологических подходов к исследованию рынка труда и сегментации субъектов рынка труда. Расширены субъективные факторы (признаки) сегментации – типы и модели поведения безработных – с целью разработки мер в отношении целевых сегментов. С учетом субъективных и традиционных факторов предложены примеры использования множественной сегментации и последовательной разработки мероприятий к конкретной целевой группе-сегменту. Объектом сегментирования должны стать не только зарегистрированные безработные, но и безработные по методологии МОТ и потенциальные безработные. Множественная сегментация на основе междисциплинарного подхода позволяет сформировать эффективный комплекс мер по содействию занятости населения и разработать оптимальную стратегию развития рынка труда.

---

Ключевые слова: экономическая социология, сегментация рынка труда, сегментация безработных, программа содействия занятости населения.

## THE INTERDISCIPLINARY APPROACH TO THE SEGMENTATION OF THE UNEMPLOYED IN THE DEVELOPMENT OF EMPLOYMENT PROGRAMMES: THE FORMULATION OF THE PROBLEM

Nechoda E. V.<sup>1</sup>, Kuchinova E. S.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Tomsk State University, Russia, (634050, Tomsk, Lenina avenue, 36), e-mail: sheyna@sibmail.com

<sup>2</sup>Gorno-Altaysk State University, Russia (649000, Gorno-Altaysk, Lenkina street, 1), e-mail: kuchinova.es@yandex.ru

---

The article is of a demonstrative character. There are presented approaches to segmentation of the unemployed on the basis of interdisciplinary synthesis in the article. Authors described the necessity of application of sociological and psychological approaches to study labor market and segmentation of actors in labor market. Subjective factors (signs) segmentation have been supplemented with the types and behaviors of the unemployed. It helps to develop measures for the target segments. Given the subjective and traditional factors there are offered examples of the using of multiple segmentation of actors in the labour market. After that we can develop activities for a particular target segment. Object segmentation should not be the only registered unemployed, but also the unemployed, according to ILO and potential unemployed. Multiple segmentation is based on an interdisciplinary approach, you create an effective set of measures to promote employment and to develop an optimal strategy for the development of the labor market.

---

Key words: economic sociology, labour market segmentation, segmentation of the unemployed, employment programme.

**Введение.** 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. Тем самым возникает необходимость применения междисциплинарных подходов при разработке программ занятости населения. Целью исследования является описание возможности использования экономических, социологических и психологических подходов при сегментации

безработных с целью последовательной разработки мер программ занятости в отношении выявленных целевых групп-сегментов на муниципальном или региональном уровне.

**Текст статьи.** 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.

Еще будучи начинающим ученым, Макс Вебер, исследуя положение крестьян в остэльбской Германии, использует 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, то есть классификацией, типологизацией и т.п. и в конечном итоге формулировкой выводов. Значение такой методологии, уже имеющей контуры «понимающей (экономической) социологии», актуально и на сегодняшний момент [3]. Отмечая значимость экономико-социологических подходов при исследованиях локальных рынков труда и разработке программ занятости, можно привести слова Карло Тригилия, ведущего итальянского экономсоциолога: «Экономическая социология может принести немало ценного в области проблем локального хозяйственного развития» [4, С.10].

Разработке программ занятости предшествует оценка и прогнозирование ситуации на рынке труда той или иной территории. При этом большое значение имеет выбор целевых сегментов, на которые будут ориентированы те или иные мероприятия.

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 [5]). Отечественные экономисты-трудовики характеризуют сегментирование как разделение работников и рабочих мест на устойчивые замкнутые сектора, зоны, которые ограничивают

мобильность рабочей силы своими границами. Такой точки зрения придерживается известный исследователь рынка труда А. С. Булатов [2, 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 немногочисленных исследованиях, посвященных именно маркетингу рынка труда. В то же время в общетеоретических работах, посвященных рынку труда, также отражаются проблемы сегментации.

При исследованиях рынка труда и впоследствии – разработке региональных и муниципальных программ занятости, под сегментацией рынка труда следует понимать 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 (выступающие 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.

Наиболее изучаемым объектом сегментации в экономической литературе выступает предложение труда. Общеизвестными 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.

Мы предлагаем «множественную» сегментацию рынка труда и его субъектов исходя из традиционных факторов, описанных выше и нетипичных для сегментирования в экономиче-

ской науке субъективных факторов, а именно субъективных оценок труда и трудовой деятельности.

Рассмотрим возможность применения множественного сегментирования категории безработных с учетом субъективных факторов при разработке программ занятости. При этом следует отметить, что подходы к признанию лица безработным и, как следствие, определению уровня безработицы по методологии Международной организации труда (МОТ) и органов власти, уполномоченных в области занятости, существенно отличаются. При этом уровень безработицы, рассчитанный по методологии МОТ (уровень общей безработицы), является гораздо выше регистрируемого уровня безработицы.

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, то есть 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 [6] – 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 годы (администратор – Минобрнауки России) обозначен ожидаемый результат – «будут полностью обеспечены потребности экономики России в кадрах высокой квалификации по приоритетным направлениям модернизации и технологического развития» [7]. 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, в целях 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 применение мер по отношению к зарегистрированным безработным имеет исключительно индивидуальный характер и предполагает собой предоставление индивидуальной государственной услуги. Кроме того, 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, то есть недостаток информации о вероятных будущих событиях. В отличие от платных услуг, государственные услуги предо-

ставляются бесплатно и являются гарантированными в случае обращения за данными услугами. Непредставление данной услуги является нарушением законодательства, кроме особых случаев, установленных законодательством [8].

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 определен тип экономического поведения на рынке труда – «псевдорыночный» («максимум дохода ценой минимума трудовых затрат»). Также выделяют «дориночный» («гарантированный доход ценой минимума трудовых затрат») и рыночный («максимум дохода ценой максимума трудовых затрат») (по методологии А. Смита) [9]. 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 описанных в экономической и социологической литературе моделей и типов поведения (помимо описанных нами дориночного, рыночного и псевдорыночного типов) позволяет дополнить перечень субъективных факторов сегментирования следующими: по оценке прежней работы как ценности (стратегия прагматического поведения, профессионального поведения, безразличного поведения) [9]; по степени профессиональной самоопределенности (неустойчивая модель поведения, полужесткая модель поведения, ригидная модель поведения (жесткая, резистентная) [1]. Указанные факторы могут быть применены также для сегментации незарегистрированных безработных. В таком случае сегменты будут иметь менее четкие границы, по сравнению с регистрируемой безработицей, однако подход имеет смысл в целях выработки отдельных мероприятий в отношении целевых сегментов, поскольку объектом, в отношении которого разрабатываются мероприятия, является не индивид, а социальная группа с определенным типом поведения.

Множественная сегментация безработных может быть осуществлена 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 факторов 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, сегмент «не определившихся в профессии» необходимо стимулировать к наиболее востребованным на рынке труда направлениям подготовки. Способов может быть несколько. Например, необходимо регулярно освещать результаты долгосрочных прогнозных оценок наиболее востребованных на рынке труда профессий и рекламировать их, указывая их сильные стороны и возможности. Здесь возможно 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 целесообразно 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.

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

### **Список литературы**

1. 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.

2. 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>.
3. 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>.
4. 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)
5. Томилов 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).
6. 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).
7. Проект Государственной программы Российской Федерации «Развитие образования» на 2013–2020 годы [Электронный ресурс] / Режим доступа: (свободный). – URL: [http://минобрнауки.рф//документы/2474/файл/901/Госпрограмма\\_Развитие\\_образования\\_\(Проект\).pdf](http://минобрнауки.рф//документы/2474/файл/901/Госпрограмма_Развитие_образования_(Проект).pdf) (дата обращения: 29.08.2012).
8. Приложение к Приказу Министерства здравоохранения и социального развития РФ от 30 сентября 2010 г. N 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).
9. Экономическое Поведение. – Социологический словарь. – Энциклопедии & Словари [Электронный ресурс] / Режим доступа: (свободный). – URL:<http://enc-dic.com/sociology/JEkonomicheskoe-Povedenie-10577/> (дата обращения: 20.08.2012).

#### **Рецензенты:**

Глотко А. В., д.э.н., профессор, доцент кафедры экономической теории и национальной экономики Горно-Алтайского государственного университета, г. Горно-Алтайск.

Шваков Е. Е., д.э.н., профессор, проректор по учебной части Горно-Алтайского государственного университета, г. Горно-Алтайск.