

Слайд 1

Добрый день, уважаемые коллеги!

В рамках проекта Российского Союза Молодежи «Работающая молодежь. Перезагрузка» были организованы исследования для акцентирования внимания на проблемах работающей молодежи. Одним из главных инструментов исследования стал социологический опрос.

Слайд 2

Опрос был проведен с 09 октября по 05 ноября 2023 года в Свердловской области. В роли инструмента анкетирования была использована площадка Яндекс. Формы.

Письма об участии в опросе были направлены в 107 организаций.

Было опрошено 523 чел. в возрасте от 14 до 35 лет.

Слайд 3

Для того, чтобы перейти к анализу отношения к работе среди молодежи необходимо выявить ядро целевой аудитории исследования.

Ядро целевой аудитории – молодые люди в возрасте 18-25 лет. (156 чел.- около 30%).

По гендерному признаку большинство – девушки – 75 % (396 чел.), мужчины 24% – (127 чел.).

Большую часть из опрошенных либо не состоят в официальных отношениях 242 чел. (46%), либо официально зарегистрированы в браке 191 чел. (36%).

Слайд 4

Из числа респондентов:

27% имеют средне-специальное образование

27% неоконченное высшее (бакалавриат)

23% специалитет и магистратура

При этом почти 55% молодых людей уже работает (338 чел.), почти 25% совмещает работу с учебой (129 чел.).

Незначительная часть, всего 51 чел. только учится и только 5 чел. ответили, что не занимается ни тем, ни другим, что говорит о различной целевой аудитории респондентов, разнообразии социального опыта и жизненных приоритетов.

Слайд 5

Одной из важных характеристик целевой аудитории является ее социальная активность, а именно участие молодежи в общественных объединениях и политических партиях. В средствах массовой информации все чаще содержатся сообщения об акциях, проводимых молодежными общественными объединениями. На основе их у людей далеких от молодежной проблематики создается впечатление о тотальном участии молодежи в акциях и ее самоорганизации на различные события. Если взглянуть на респондентов опроса, то можно отметить, что 71% никогда не имели опыт управления общественной или молодежной организацией (374 чел.), почти 70% не принимали участия в реализации социальных проектов (362 чел.), **не участвовали в грантовых конкурсах для молодежи (445 чел.)**, что говорит о низком уровне информирования подобных проектов/институций среди молодежи (наших респондентов) или низкой активности в участии в молодежных акциях, также это подтверждается ответами на данные вопросы.

Слайд 6

В опросе заложены основные акценты на определение жизненной позиции молодежи, отражающие взгляды молодежи, убеждения, действия личности молодого человека, отражающие его отношения к окружающему миру и месту, где живет и работает молодой человек.

И важно отметить, что большинство респондентов чувствуют себя довольно безопасно в местах проживания (195 чел – 4 балла из 5 возможных, 172 чел. – 3 балла), при этом молодые люди обращают внимание на криминогенную обстановку в своих населенных пунктах, так, 190 чел. из опрошенных пугают пьяные водители и нарушители ПДД, 163 чел. отмечают, что видят на улицах людей в состоянии сильного алкогольного/наркотического опьянения, все это приводит к тому, что отмечается средний уровень преступности (293 чел. – 3 балла из 5 возможных).

Слайд 7

Но при этом 59% (326 чел.) из опрошенных никогда не сталкивались с действиями преступного характера, как уже было описано выше, являются лишь свидетелями (113 чел.) – 20%.

Слайд 8

Наиболее жестким и легальным регулятором поведения граждан в современном обществе являются законы. И предназначение делать нашу жизнь более предсказуемой, упорядочить жизнь. Законопослушность молодежи зависит от отношения к законам страны, оценки правовой реальности.

Большинство респондентов отмечают средний уровень знания законов Российской Федерации (212 чел. – 3 балла из 5 возможных), также 434 чел. отмечают, что никогда не отстаивали свои права в суде.

Безусловно вопросов в анкете недостаточно для определения основных факторов, влияющих на отношения к закону, но можно отметить, что на ответы влиял личный правовой опыт респондентов.

Слайд 9

Коллеги!

Формирование здорового образа жизни в молодёжной среде - сложный системный процесс, который охватывает различные компоненты образа жизни современного молодого человека и включает основные сферы и направления жизнедеятельности.

Современная молодежь интересуется ЗОЖ, большинство их анкетированных, для поддержания здоровья используют: позитивный настрой (318 чел.) и физическую активность 23% (269 чел.). Это доказывает, что ЗОЖ для молодежи – это регулярные занятия физическими нагрузками.

Также важной частью поддержания правильного образа жизни является наличие свободного времени, в основном у респондентов есть от двух до четырех часов в день, (161 чел.), или же от часа до двух часов (140 чел.), которое они посвящают: проведению с семьей, друзьями (378 чел.), активному отдыху (267 чел.), либо любимым хобби (266 чел.).

Проанализировав удовлетворенность молодежи своим здоровьем, можно сделать вывод, что наша молодежь готова вести ЗОЖ, смотрит на жизнь с оптимизмом, ценность здоровья выделяет как одну из наиболее важных и стараются формировать у себя культуру ведения ЗОЖ.

Слайд 10

Это связано с тем, что уже с ранних лет задумываются о сохранности здоровья. Большинство 56% отмечают отсутствие хронических заболеваний (296 чел.), в меньшей степени 20% одно заболевание (108 чел.).

Очень важно, что в целом 41% из опрошенных молодых людей Свердловской области либо не удовлетворены (209 чел.), либо удовлетворены, но не полностью (217 чел.) медицинским обслуживанием в своих населенных пунктах.

Слайд 11

Также стоит проанализировать отношение к семье и семейным ценностям современной молодежи. Семья — одна из важнейших жизненных ценностей человека. На протяжении многих веков роль семьи и брака была ведущей, они занимали главное место в жизни каждого индивида и всего общества. В последнее время можно заметить, что отношение к браку и семье в молодёжной среде стало более упрощённым и легкомысленным.

По данным опроса только 77% респондентов (400 чел.) создание семьи является одной из основ общества. Можно проследить такую тенденцию, что большинство из них не стремятся к созданию семьи и официальной регистрации своих отношений.

Слайд 12

Среди тех, кто отметил себя как **состоящим в браке 258 чел.** отмечают, что их доход средний (хватает на покупку одежды и мелкой бытовой техники, но на покупку крупнее денежных средств уже не остается). Нехватка денежных средств является одним из факторов распада молодой семьи (этот фактор отметили 335 человек из 523).

Невысокий уровень дохода, на втором месте – 315 чел.

жилищный вопрос (бытовая неустроенность),

на третьем – 269 чел. супружеская неверность.

Еще раз отметим, что на первый план выступает финансовая обеспеченность...

Слайд 13

Обращаем внимание на то, как поделились голоса при опросе о состоянии семьи (половина примерно не состоит в официальных отношениях/ состоит) 175 чел. не планирует детей (в том числе, возможно,

это связано с финансовым состоянием), 115 чел. имеют по 1 ребенку в семье, по 95 чел. либо планируют, либо уже имеют по двое детей.

Для комфортного воспитания детей важны доступность/наличие детских садов (383 чел.), 365 чел. увеличение выплат по уходу за ребенком.

Для молодых людей важны и нужны гос. поддержка, такие как: улучшение жилищных условий (400 чел.), в меньшей степени (290 чел.) квоты на бесплатное заочное образование, целевое образование.

Это самые востребованные меры, сформулированные нашими респондентами.

Слайд 14

А теперь переходим к изучению отношения молодых людей к работе.

Молодёжь, на современном этапе, становится одной из главных производительных сил, которая обладает как высоким трудовым потенциалом, так и социальной и трудовой мобильностью. Молодёжный рынок труда характеризуется энергичностью, стремлением к инновациям, быстротой обучаемости, и новым, творческим мышлением.

Молодым людям довольно быстро удается найти работу,

262 чел. смогли устроиться на текущее место работы меньше, чем за неделю, 95 чел. – меньше, чем, за месяц.

Чаще всего работодатели сами выходили на соискателей (279 чел.), либо были использованы стандарты сайты для поиска работы (142 чел.). Наиболее частым ответом респондентов на вопрос о трудностях в поисках работы был ответ – отсутствие опыта и подходящих вакансий для молодых людей.

Слайд 15

Молодежный рынок характеризуется неустойчивостью спроса и предложения, обусловленной изменчивостью ориентаций молодёжи, её социально-профессиональной неопределенностью. Положение усугубляется

обострением социальных проблем молодёжи, связанных с коренным изменением социокультурных и политических условий развития личности, что влечёт за собой возрастающие трудности самоопределения молодых людей, в том числе и в профессиональном плане.

Молодёжный рынок труда характеризуется большой вариантностью. Это обусловлено тем, что на него выходят выпускники учебных заведений, осуществляющих подготовку специалистов по всем возможным профессиям. Отсутствие спроса на региональном рынке труда на многие из них, приводит к тому, что большая часть ищущих работу молодых людей, в том числе недавних выпускников учебных заведений, трудоустраивается по специальностям, крайне далёким от базового образования, для многих переподготовка является единственной возможностью получить работу. Ежегодно из числа выпускников каждый четвёртый становится потенциальным кандидатом на переобучение или получение второй профессии. Кроме того, пятая часть молодых людей увольняется из-за неудовлетворённости профессией, характером труда уже в первый год работы после окончания учебного заведения.

Слайд 16

В целом, 366 респондентов считают, свою организацию важной частью социально-экономической отрасли Свердловской области. Но 9% (50 чел.) так не считает, и 20% (107 чел.) затрудняются ответить.

Очень интересно рассматривать этот аспект под призмой отраслей профессиональной деятельности наших респондентов.

Слайд 17

363 респондента из опрошенных являются работающими по профессии (316 чел. – место работы соответствует образованию) и это важно, из них 266 – специалисты среднего звена (на втором месте рабочие – 88 чел.), чей

уровень дохода составляет от 45 до 100 тыс. руб. в месяц (от 35 до 45 тыс. – 115 чел.).

Профессиональную жизнь связывают с работой гуманитарных направлениях: образование и наука – 141 чел., органы гос. и муниципальной службы – 49 чел., культура и искусство – 41 чел. Отмечая средний уровень благосостояния, находясь в этой сфере и на текущем месте работы (293 чел. оценивает на 3 из 5 баллов).

Общий трудовой стаж 212 чел. отмечают более 10 лет, что говорит о том, что уже с раннего возраста люди определяются с профессией. (120 чел. – стаж от 4 до 10 лет).

Слайд 18

Большинство молодых людей не совмещают работу ни с чем (285 чел.), что может указывать на 2 аспекта. С одной стороны, на огромную занятость, с учетом наличия свободного времени два-четыре часа или наоборот, нежелания работать), тем не менее 134 чел. отмечают, что совмещают работу с учебой.

Слайд 19

67% опрошенных устраивает работа, на которой они находятся, одним из ключевых факторов, которые держат на месте молодых людей это: заработная плата (белая, стабильная, уровень оплаты) – отмечает 23% (402 чел.), а также дружный коллектив и график работы по 18,7% (319 чел.). Но есть и куда стремиться и что развивать. Так отсутствие роста заработной платы (14%), постоянные стрессы на работе (12%) или получение более выгодного предложения (11%), могут повлиять на то, чтобы молодые люди сменили работу.

Слайд 20

Молодые люди постоянно повышают свой уровень путем самообразования (34% – 337 чел.), а также с помощью курсов повышения квалификации, мастер-классов, тренингов (29% - 282 чел.).

Переходя к анализу отношения молодых людей к работе, большинство респондентов отмечают, что им вполне комфортно и безопасно работать на месте (26%). В организации соблюдают и контролируют охрану труда (23%) и сами соблюдают правила техники безопасности на рабочем месте (22%).

38,2% не знают про наличие или отсутствие в их организации коллективного договора. 31,4% - отмечают, что договор есть, а также в нем выделен раздел «Работа с молодежью».

Слайд 21

На слайде вы видите основные возможные причины смены работы, отмеченные респондентами.

Это 2 больших блока: недостаточный уровень заработной платы и наличие временной работы на период обучения. Это полностью соответствует более глубоким исследованиям Дидковской. И нам необходимо искать способы уравнивания ожиданий и возможностей молодежи на рынке труда.

Слайд 22

Возможно один из таких способов активная деятельность профсоюзных и молодежных организаций на предприятиях.

Почти 50% (238 чел.) состоят в профсоюзных организациях на своих предприятиях, не являются членами молодежных организаций работающей молодежи (79% - 413 чел.), но выразили желание об их наличие в организациях или в городе (60,2%).

Слайд 23

Если говорить про молодежные организации на предприятиях, то в большинстве случаев, администрация организаций выделяет бюджет для молодежных организаций (49,5%), а также специальные места для сбора коллектива (67,6%). Молодежные организации занимают призовые места в городских или областных мероприятиях (56,8%).

Слайд 24

Респонденты, отвечая на вопрос «Что дает деятельность в молодежных организациях» - отмечают возможность общения (12,7%) – что является важным для молодежи, а также возможность творческой самореализации (11,5%), опыт управленческой деятельности и возможность выстроить деловые связи (по 10,5%).

Одно из последних веяний времени – это организация внутренней работы в организациях, таким образом, многие отмечают, что на предприятиях организована адаптация молодых специалистов (75%), наставничество (73,6%), никто не бросает их в гущу событий.

Слайд 25

При этом есть и поддержка со стороны руководства – отмечают 220 чел. (42,1%), - 38,5% затрудняются ответить на этот вопрос. Но почти единогласно (33,2%) респонденты отмечают, что именно со стороны руководства должна идти поддержка для работающей молодежи. В меньшей степени от профсоюзов (21,4%) и органов власти (20,5%).

Слайд 26

При проведении опроса мы выделили весьма знакомое противоречие. Молодежь умеет пользоваться современными технологиями передачи и получения информации, но при этом испытывает информационный голод в

об информировании, о формах государственной поддержки, работающей молодежи.

При опросе было замечено, что на предприятиях либо совсем отсутствует информирование специалистов (26,8% - 140 чел.), либо информируют в полном объеме (22,8% - 119 чел.).

Слайд 27

Наиболее удобными средствами распространения информации о формах и видах государственной поддержки для работающей молодежи являются социальные сети (34,1%) и мессенджеры (21,1%).

Актуальными проблемами для работающей молодежи являются: Уровень заработной платы (23,6%—402 чел.), обеспеченность жильем (о чем уже писалось выше - 22,4% (382 чел.) и сложности трудоустройства (при этом меньше недели потребовалось, чтобы найти работу?? – 11% (187 чел.)