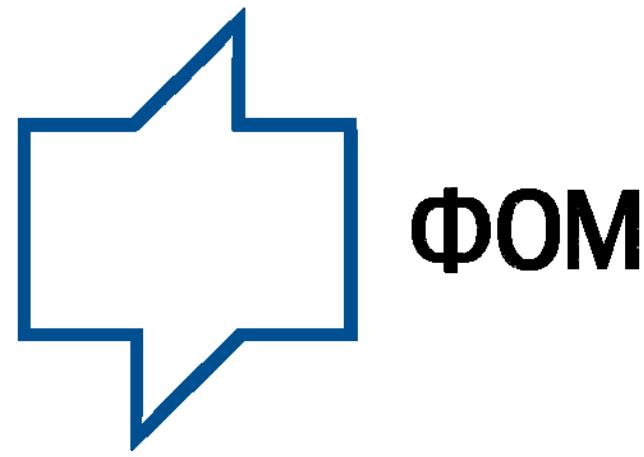
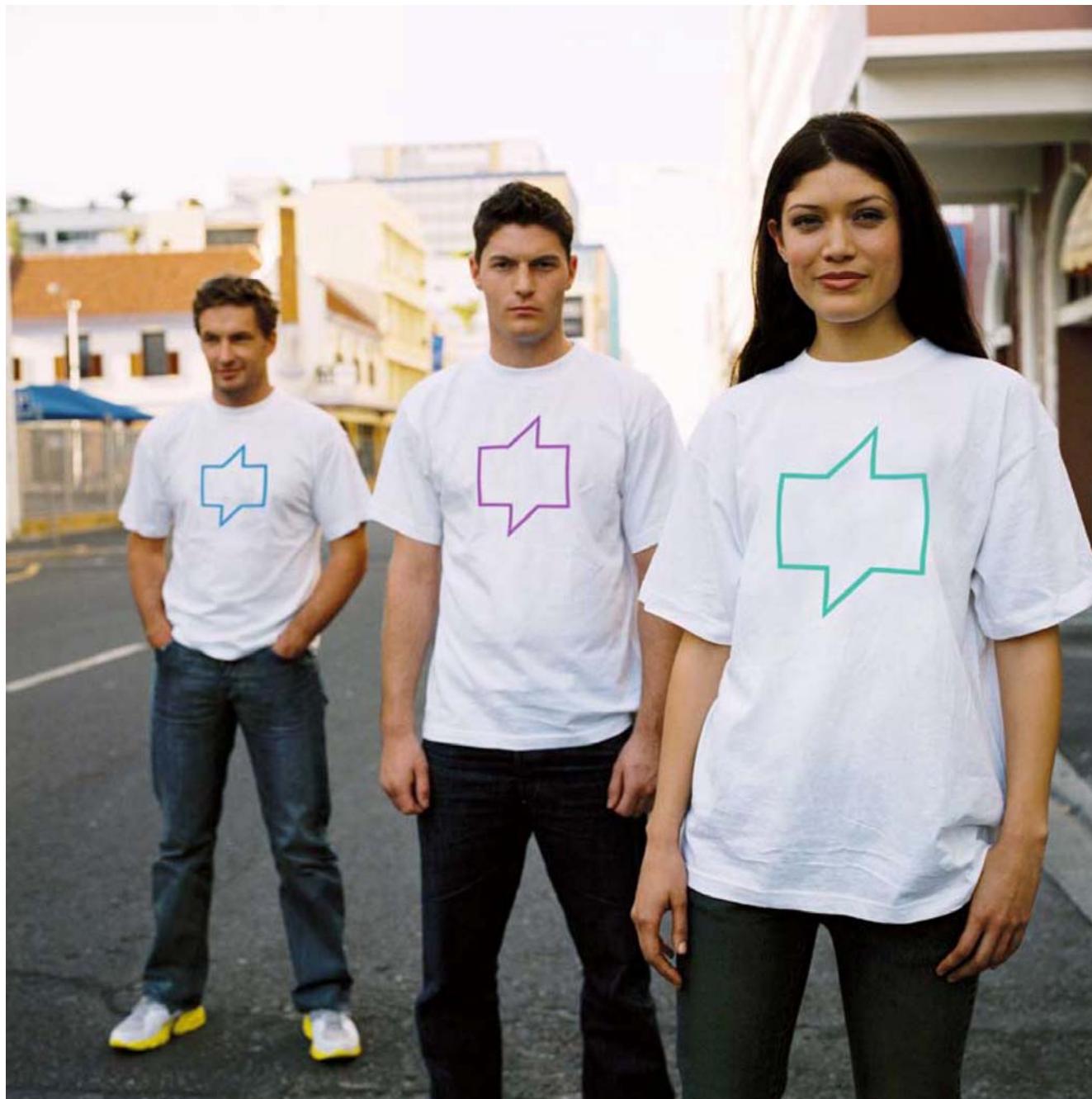


Карьерные и профессиональные устремления нового поколения

Автор Лариса Паутова,
директор проекта
e-mail: pautova@fom.ru







Источник данных

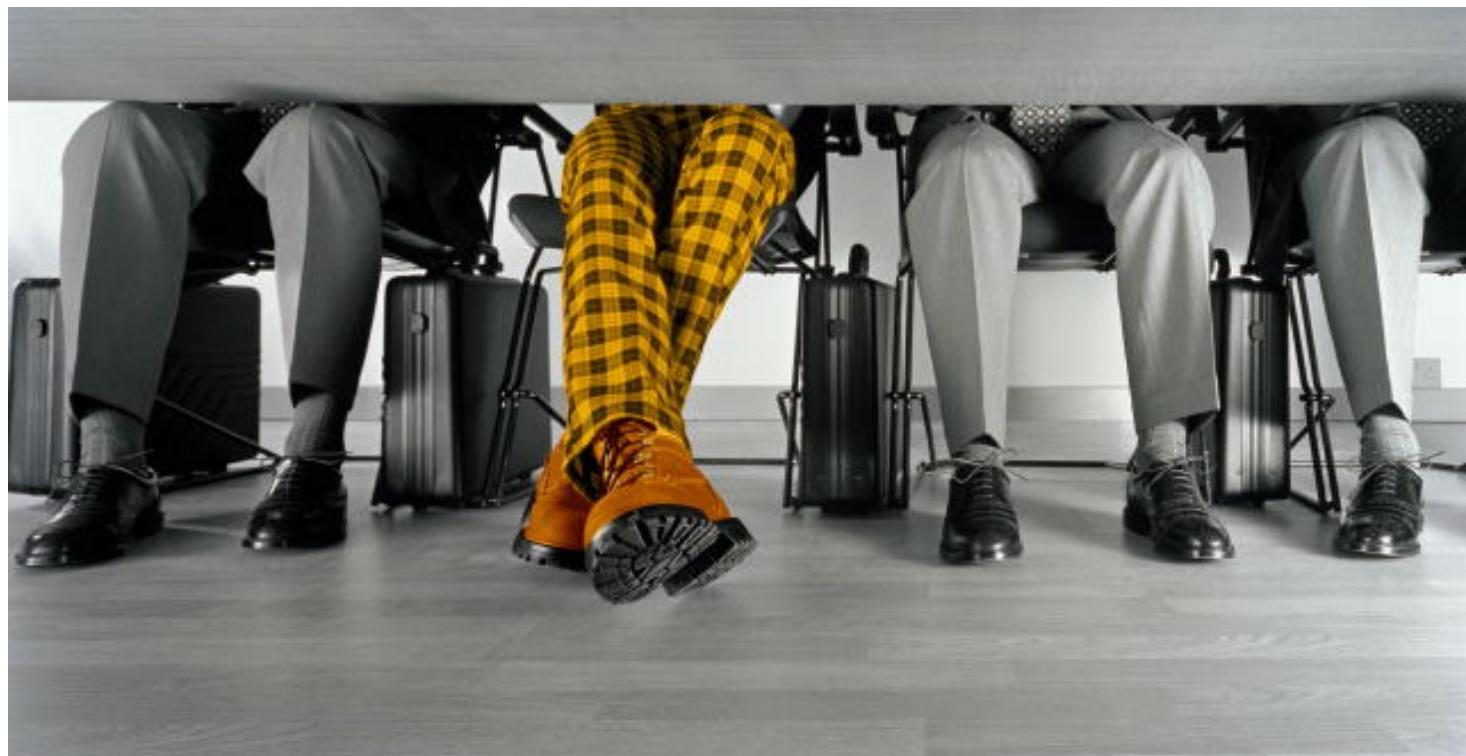
Два общероссийских опроса молодежи 16–25 лет:
по 1500 человек каждый опрос
+36 фокус-групп

Два опроса студентов ведущих вузов:
по 1500 человек каждый опрос
+ 24 онлайн-групп

Время проведения исследований:
февраль и сентябрь 2008 года

Проект поддержан Фондом подготовки кадрового резерва «Государственный клуб» в соответствии с распоряжением президента РФ № 367-РП от 30 июня 2007 года о государственной поддержке некоммерческих неправительственных организаций, участвующих в развитии гражданского общества.

Они другие! А какие другие?

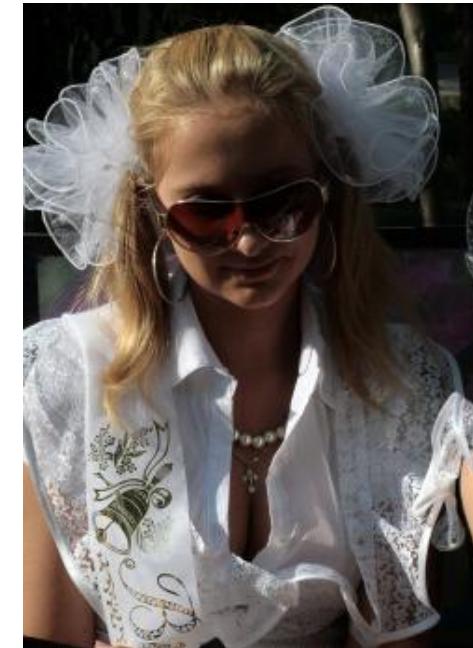


Завтра будут совсем другие



В них нет ничего советского

Хотя новое поколение легко поддается моде на советское



Контрреволюция притязаний

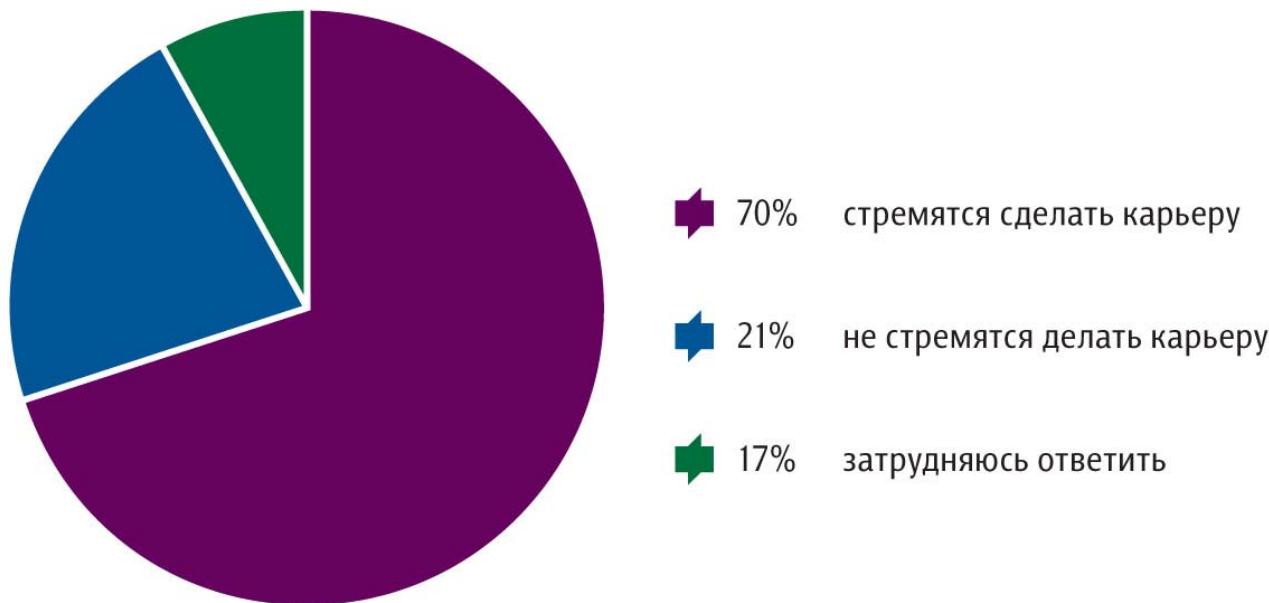
Открытый вопрос о жизненных целях.

Сравнение с результатами опроса ФОМа 2002 года, данными других опросных центров

Снижение и переориентация притязаний молодых:

- **более выраженное** стремление к хорошей работе, карьере, образованию
- **чаще** выражаемое желание создать семью и воспитать детей
- **менее** выраженный акцент на материальных ценностях

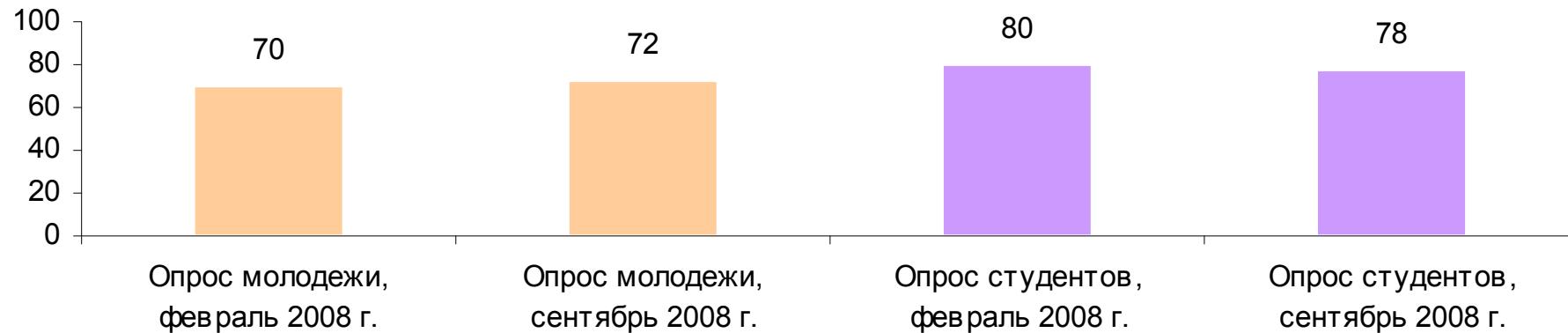
Цифры: карьерные устремления



Карьерные устремления

Решимость сделать карьеру у студентов выражена сильнее, чем у молодежи в целом.

Доли желающих сделать карьеру:



Стремление к успеху: цифры

Большинство участников опроса (92%)
заявляют, что они **стремятся к успеху**



Должностные притязания нового поколения

Должностные притязания сегодняшних молодых людей **снизились** по сравнению с притязаниями молодежи 90-х

Только треть респондентов выражают желание занять две наиболее высокие позиции в должностной иерархии:
руководитель предприятия и руководитель более высоких звеньев управления.



«Работа мечты»



Рейтинг работодателей, сентябрь 2008 г.

Тренд: «Газпром» – самая популярная компания среди молодежи, «работодатель мечты».

В качестве «работодателя мечты» «Газпром» отметил 4% молодых людей. Ни одна из компаний не обладает среди молодежи такой популярностью.



Рейтинг работодателей мечты

Молодежь целом:

- 1 место – Газпром
- 2 место – Лукойл
- 3 место - Microsoft
- 4 место – РЖД
- 5 место – Сбербанк России
- 6 место – Сургутнефтегаз,
- 7 место – Тойота Мотор
- 8 место – Банк ВТБ

Студенты:

- 1 место – Газпром
- 2 место – Microsoft
- 3 место - Лукойл
- 4 место - BBDO, рекламное агентство
- 5 место – Google
- 6 место – BP
- 7 место – Роснефть
- 8 место – PricewaterhouseCoopers
- 9 место – Apple
- 10 место – Hilton, Mirax Group, Балтика

Рейтинг работодателей мечты

Молодежь целом:

- 1 место – Газпром
- 2 место – Лукойл
- 3 место - Microsoft
- 4 место – РЖД
- 5 место – Сбербанк России
- 6 место – Сургутнефтегаз,
- 7 место – Тойота Мотор
- 8 место – Банк ВТБ

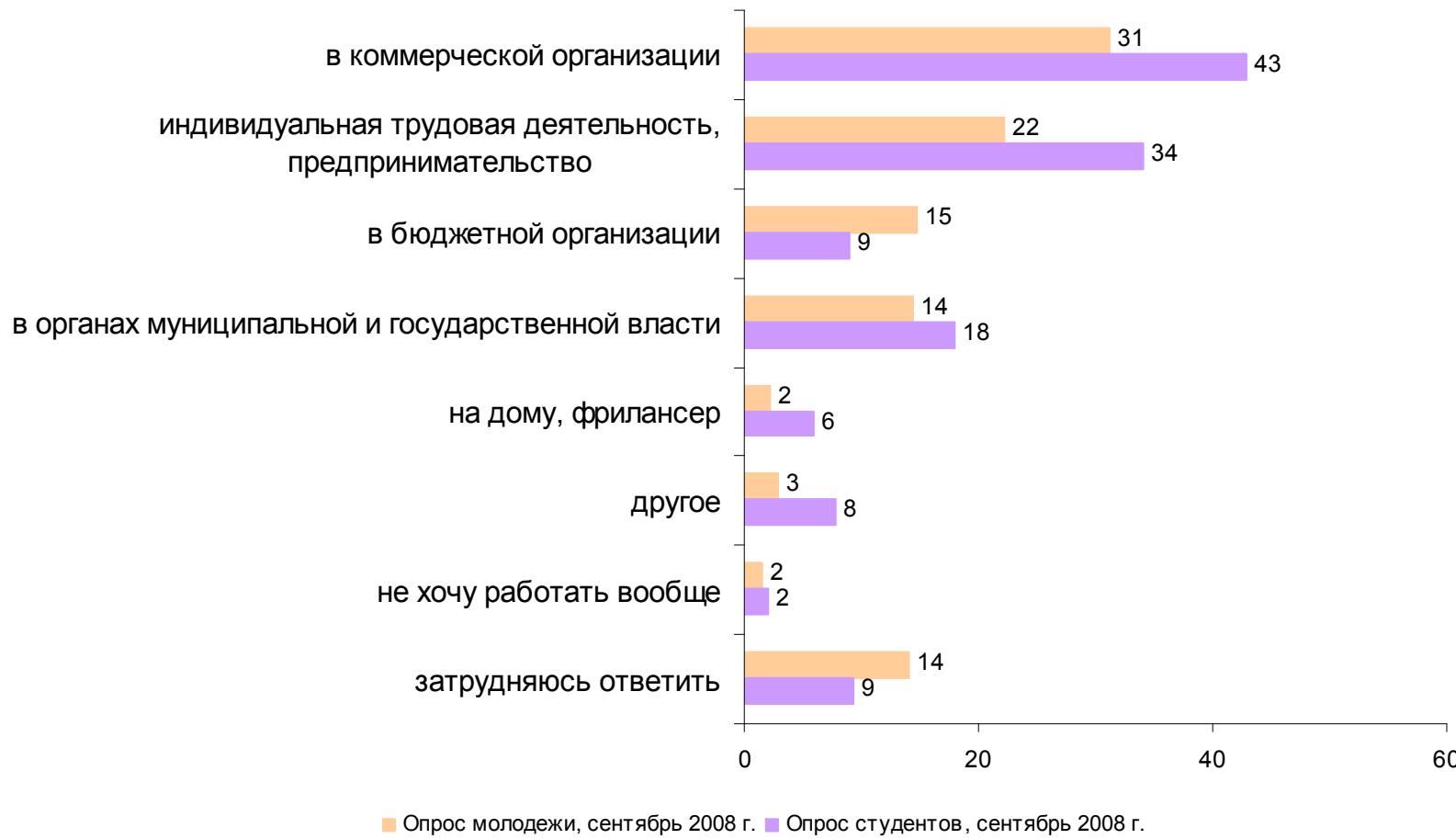
Студенты:

- 1 место – Газпром
- 2 место – Microsoft
- 3 место - Лукойл
- 4 место - BBDO, рекламное агентство
- 5 место – Google
- 6 место – BP
- 7 место – Роснефть
- 8 место – PricewaterhouseCoopers
- 9 место – Apple
- 10 место – Hilton, Mirax Group, Балтика

Сфера занятости

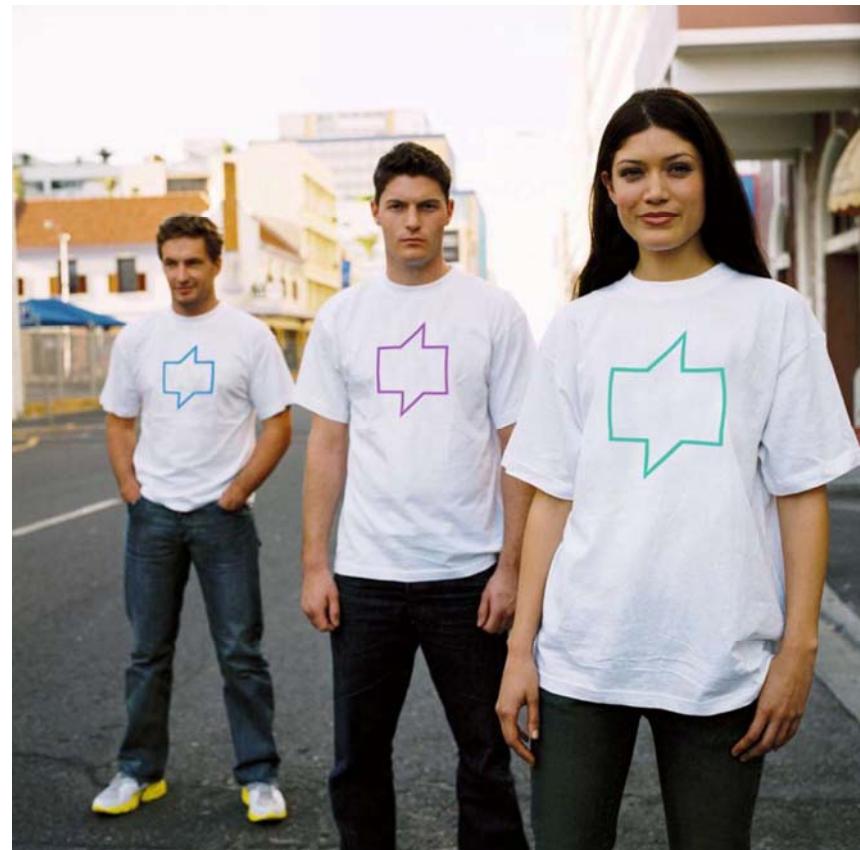


Сфера занятости, студенты



Какие другие? «Знаки» поколения:

- имеют деньги, считают себя людьми со средним достатком
- более лояльные к власти чем тридцатилетние
- индивидуалисты



Они разные! Какие разные?



Что определяет различия в целях и притязаниях? Семья!

Чем выше статусно-образовательный и материальный уровень семьи, тем сильнее проявляются:

- установка на получение высшего образования
- установка на карьеру
- установка на достижение позиции руководителя компании
- готовность рисковать и идти на жертвы ради цели



Место жительства

Жители сел демонстрируют
более низкие образовательные,
карьерные и должностные притязания
по сравнению с жителями городов
особенно мегаполисов и Москвы



Типология нового поколения



Типы выявлены на основе
ответов на вопросы:

- об образовательных планах
- о карьерных планах
- о предпочтительной сфере занятости



Метод: интегральная типизация

Углубленный анализ данных –
ведущий аналитик ФОМа
Ефим Галицкий



Различия целей, притязаний, рисков



Госрезерв
12-16%



Яппи
16-19%



Офисный
планктон
20-22%



Бюджетники
11-19%

Типы, ориентированные на высшее образование и карьеру

«Пролетарии»
17%



**НЕ ориентированы на образование
и карьеру**

Различия в стилях жизни



Госрезерв
16%



Яппи 19%



Офисный
планктон 20%



Бюджетники 19%

«Продвинутый» досуг

Чтение, театр, музыка



«Пролетарии»
17%

Чаще всех говорят о том, что у них
нет никаких увлечений

Психологические различия



Консерваторы



Инноваторы



Промежуточные



Консерваторы

Инициативность +

Инициативность -

Консерваторы



Низкая инициативность

Тип 1. «Госрезерв» – 12-16%

Цель – высшее образование
и карьера

Ориентируются на работу в
органах **муниципальной**
и государственной власти

Среди них **больше женщин**,
респондентов **21–23 лет**

Чаще являются выходцами
из высокоресурсных семей



Характерные черты «госрезерва»

Ориентируются на **продвижение по службе**, престижную работу

Социально активны, **политизированы**

Значительно чаще других мечтают занять **самые высокие** должности

Готовы отказывать себе в отдыхе и развлечениях ради достижения целей, готовы рисковать

Трудоголики. Инициативны

Скорее **консерваторы**, нежели инноваторы



Досуг «госрезерва»

«Госрезерв» **чаще**, чем молодежь
других типов, проявляют интерес
к музыке и пению

Среди наиболее **часто** посещаемых
«госрезервом» мест можно отметить:

- библиотеки
- театры и концертные залы
- кинотеатр
- парки
- стадионы
- боулинг, бильярд

Практики «госрезерва»

«Госрезерв» **чаще других** молодых
людей водят автомобиль

Поскольку среди представителей этого
типа больше девушек, они **чаще**
других пользуются услугами
косметических салонов

Чаще других

читает «Комсомольскую правду»
слушает «Русское радио»
смотрит Муз-ТВ

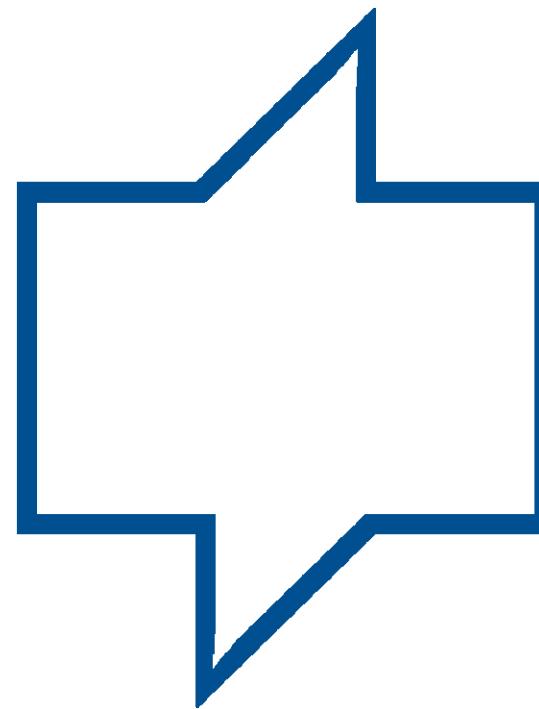
Новая социальная реальность...



Что будет с молодежью?!



Будем изучать! Будем помогать!



ФОМ

Спасибо за внимание!

Контактное лицо:

Лариса Паутова

Директор проекта
«Новое поколение»
Доктор социологических наук

Фонд «Общественное мнение»

pautova@fom.ru

Приложение

Тип 2. «Яппи» – 16-19%

Цель – высшее образование и карьера

Ориентируются на **индивидуальное частное предпринимательство**

Несколько **моложе остальных** респондентов

Чаще являются выходцами из высокоресурсных семей



Характерные черты «яппи»

Ориентированы на **высокие должности**

Стремятся к **самореализации**

Готовы **жертвовать многим**

Слабо политизированы,
но потенциально готовы
к политической активности

Мобильны, инициативны

Склонны к **индивидуализму**, уверены
в себе

Скорее **инноваторы**, нежели
консерваторы



Досуг «яппи»

Они **чаще**, чем участники опроса в среднем, посещают следующие места отдыха:

- кафе, ресторан
- зал для бильярда, боулинга
- баня, сауна
- спортивный клуб, спортсекции,
бассейн
- танцы, дискотеки
- ночные клубы
- музеи, выставки, экскурсии
- кружки, клубы по интересам, курсы

Среди своих увлечений «яппи» **чаще** прочих называют **спорт и туризм**

Практики «яппи»

«Яппи» в **большой степени**, нежели молодежь в среднем, освоили такие современные практики, как:

вождение автомобиля

работа за компьютером
пользование Интернетом,
ведение переписки
по электронной почте

пользование услугами
косметических салонов

получение дополнительного
образования, повышение
квалификации

Тип 3. «Офисный планктон» (клерки) – 20%

Цель – высшее образование и карьера

Ориентируются на работу
в коммерческой организации

Чаще, чем в среднем, это молодые
люди **18–20 лет**

Семьи, в которых воспитывались эти
молодые люди, могут быть отнесены
скорее к «**среднему слою**»



Характерные черты «офисного планктона»

Должностные притязания **умеренные**

Занимают **среднюю позицию** между консерваторами-«госрезервом» и инноваторами-«яппи»

Среди них инициативных людей **меньше**, чем среди «госрезерва» и «яппи»

Чаще молодежи других типов **декларируют желание** добиться материального благополучия

Скорее **аполитичны**



Досуг «оффисного планктона»

Специфичных увлечений у «клерков»
нет

«Офисные» **чаще**, чем молодые люди
других типов, проводят время:

в кафе или ресторане

в ночном клубе

в интернет-кафе

Практики «офисного планктона»

От **среднестатистического** молодого человека их отличает:

более активное пользование
Интернетом, ведение переписки
по электронной почте

работа за компьютером

Тип 4. «Бюджетники» – 13%

Цель – высшее образование

Ориентируются на работу
в бюджетной сфере

Говоря о работе своей мечты, чаще
других упоминают такие профессии,
как врач, медик, учитель,
преподаватель, научный работник

Среди «бюджетников» заметно
больше женщин (64% против 36% мужчин), жителей села

Выходят из семей самого разного
типа



Характерные черты «бюджетников»

Ориентируются на интересную работу

Амбиции **ниже**, чем у предыдущих типов

Демонстрируют **умеренную** готовность рисковать

Большие трудоголики, нежели все остальные типы молодых людей

Инициативность **ниже**, чем в среднем по опросу

Консерваторы, чаще предпочитают быть похожими на остальных

Аполитичны, но **социально отзывчивы**

Чаще других **декларируют ценности семьи**



Досуг «бюджетников»

Молодые люди этой категории предпочитают занятия, вполне **соответствующие** образу сотрудника бюджетной организации:

чтение
музыка и пение

Они **чаще** других посещают:

библиотеку
дом культуры
клуб

Тип достаточно **противоречив**: сочетает в себе черты традиционной советской достижительной культуры, и новые качества

Тип 4. «Пролетарии» – 17%

Не ставят цели получить высшее
образование

Не ориентируются
на профессиональный рост

Группа преимущественно **мужская**
(65% мужчин против 35% женщин)

Среди молодых людей этого типа
больше, чем в целом по выборке,
жителей села, молодых людей
24–25 лет

Как правило, представители этого типа
воспитывались в **низкоресурсных**
семьях



Характерные черты «пролетариев»

Работа должна быть хорошо **оплачиваемой**, начальник должен **быть хорошим**, работа должна быть **близко от дома**

Меньше всего рассчитывают получить работу во власти

Готовность идти на риски – **самая низкая**

Чаще всех заявляют, что не стремятся к успеху

Меркантильны, чаще всех выбирают в качестве наиболее важного в жизни понятия **«деньги»**

Наименее инициативны

Не любят выделяться из толпы, **консерваторы**

Не откладывают рождение детей



Досуг «пролетариев»

Представители данной группы **чаще всех говорят** о том, что у них нет никаких увлечений

Среди их специфических увлечений можно назвать только **рыбалку и охоту**

Реже всех посещают библиотеку, боулинг и бильярд, интернет-кафе, кафе и ресторан, кинотеатр, кружки и курсы, спортивные клубы, танцы и дискотеки, ночные клубы, парки, театры и концертные залы

