

УДК 316.344

**РАБОТАЮЩАЯ МОЛОДЕЖЬ: ОЦЕНКА ВОЗМОЖНОСТИ
ПАРТНЕРСКИХ ОТНОШЕНИЙ С РАБОТОДАТЕЛЕМ****Ильиных Светлана Анатольевна¹,**
ili.sa@mail.ru**Камешкова Вероника Григорьевна¹,**
kvg85@mail.ru¹ Новосибирский государственный университет экономики и управления,
Россия, 630099, г. Новосибирск, ул. Каменская, 56**Ильиных Светлана Анатольевна**, доктор социологических наук, профессор, заведующая кафедрой социологии Новосибирского государственного университета экономики и управления.**Камешкова Вероника Григорьевна**, аспирант Новосибирского государственного университета экономики и управления.

Актуальность исследования обусловлена тем, что молодежь относится к числу выраженных «групп риска» на рынке труда по причинам малого опыта работы и из-за перенасыщенности рынка труда более конкурентоспособными категориями населения. Молодежь является своего рода маркером современного рынка труда, поскольку более всех возрастных групп подвержена влиянию изменений на рынке труда. **Цель работы:** исследовать малоизученную тему – проблематику партнерства и оценку возможных партнерских отношений с работодателем, которая характеризует широкий спектр активных социальных взаимодействий, направленных на удовлетворение некоторых общих интересов и потребностей при условии отказа от конфронтации (противоборства) и избрания социальными субъектами стратегии достижения оптимального компромисса и выработки взаимовыгодного соглашения. **Методы.** Основу исследования составляют фундаментальные идеи социологии, сравнительный анализ, междисциплинарный подход. Теоретическое исследование базируется на концептуальных работах и результатах исследований российских и зарубежных авторов, посвященных анализу положения молодежи на рынке труда и проблематике партнерства. Эмпирическое исследование базировалось на анкетировании молодых респондентов. **Результаты.** На основании эмпирического исследования были выделены три типа респондентов – «хозяин», «партнер», «работник». В отношении каждого типа был проведен корреляционный анализ между типом респондента и идеальным типом работодателя. Для более глубокой оценки исследуемой проблематики была проведена корреляция между типом респондента и такими видами взаимоотношений с работодателем, как «начальник–подчиненный», демократичность, авторитарность, наставник, партнерство, дружеские отношения, отношения соратников.

Ключевые слова: Партнерство, партнер, молодежь, рынок труда, работодатель, работник.

Актуальность исследования проблемы профессионального самоопределения работающей молодежи не снижается в течение последнего десятилетия. Эта проблематика затрагивается в работах Ж.Н. Авиловой и Н.В. Шамаева [1], А.А. Арслановой [2], М.А. Будановой, С.Ю. Иванова, Д.В. Ивановой [3], Н.Г. Вишневской [4], Л.Я. Дятченко и Т.И. Морозовой [5], В.Б. Родионова [6], и других. Значительно дополняют научную базу социологические исследования проблем современного образования и молодежной занятости. Особенно можно выделить работы таких ученых, как В.П. Бабинцев, С.Д. Лебедев [7], Ю.А. Зубок, В.И. Чупров [8, 9], В.Б. Тарабаева [10], М.Ф. Мизинцева,

А.Р. Сардарьян, А.А. Петроченко, М.А. Чавыкина [11]. Среди западных социологов, занимающихся проблемой трудовой занятости молодежи, можно отметить таких исследователей, как S. Curtis, N. Shani [12], C. McInnis [13], A. Hunt, I. Lincoln, A. Walker [14], M. Caliendo, R. Schmidl [15].

О взаимодействии работодателей с персоналом можно отметить работы D. Holtbrugge, H. Kreppel [16], В.Н. Бобкова, А.А. Литвинюк, С.А. Ледневой [17]. Проблематикой предпринимательства занимались такие ученые, как С.А. Ильиных, М.В. Удальцова [18, 19].

Обращаясь к основной проблематике нашего исследования, укажем, что молодежь относится к числу выраженных «групп риска» на рынке труда по причинам малого опыта работы и из-за перенасыщенности рынка труда более конкурентоспособными категориями населения. Молодежь является маркером современного рынка труда, поскольку более всех возрастных групп подвержена влиянию изменений на рынке труда, данное обстоятельство объясняется тем, что ей присущи такие характеристики, как высокий уровень трудовой мобильности и обучаемости, творческая инициативность, способность к предпринимательской деятельности и установлению деловых контактов, позитивное отношение к нововведениям.

Стоит отметить, что чаще всего исследователи изучают негативные аспекты занятости работающей молодежи. В рамках представленной статьи нам бы хотелось обратиться к малоизученной теме – проблематике партнерства, которая рассматривается в отношении работающей молодежи. Укажем, что в той или иной мере проблемами партнерских отношений занимались отечественные ученые Н.А. Андреев, В.Б. Коробов, О.В. Филимонов [20], Е.М. Осипов [21], К.Н. Хафизова [22], а также зарубежные ученые M. Mund, C. Finn, B. Hagemeyer, F. Neyer [23], Amy By Blackburn [24], Yu.N. Pak, Zh.S. Nuguzhinov, D.Yu. Pak, I.O. Shilnikova [25].

В социологическом словаре подчёркивается, что «партнер – это один из равноправных участников совместной деятельности (в игре, танце, бизнесе, на сцене и т. д.)» [26]. Для более развернутого представления о партнерстве используем определение М.С. Лашёновым понятия «социальное партнёрство». Оно характеризует широкий спектр активных социальных взаимодействий, направленных на удовлетворение некоторых общих интересов и потребностей при условии отказа от конфронтации (противоборства) и избрания социальными субъектами стратегии достижения оптимального компромисса и выработки взаимовыгодного соглашения [27]. Социальное партнёрство – это интегративный (объединяющий в своем единстве различные аспекты совместной деятельности), сложносоставной (имеющий определённую структуру), полисубъектный и многофункциональный феномен, проявляющийся в различных сферах жизнедеятельности общества, специфическая сущность которого ещё не до конца исследована. В анализе современной научной литературы социальное партнёрство предстает как явление и процесс, идея и факт, абстракция и институт, оно не имеет конкретной реальности, но его присутствие в общественной жизни чувствуется постоянно.

Партнерство как особый вид общественных отношений имеет свои особенности. К их числу С.С. Стаурский, З.В. Глухова относят следующие. Во-первых, наемные работники и работодатели как субъекты партнерства имеют не только общие, но и принципиально различные, а нередко противоположные социально-экономические интересы. Наемные работники в системе партнерских отношений выступают в основном как носители и продавцы своей рабочей силы в целях получения необходимых средств для своего жизнеобеспечения. Работодатель, собственник заинтересован в получении более высокого уровня прибыли, дохода. Интересы и позиции работников и работодателей,

предпринимателей во многом могут совпадать, но никогда не могут полностью слиться. Каждый из субъектов партнерства выполняет свою, присущую только ему социальную функцию.

Во-вторых, партнерство – это взаимовыгодный процесс взаимодействия работников, работодателей и властных структур, в котором объективно заинтересованы все стороны. Посредством регулирования социально-трудовых отношений оно направлено на обеспечение оптимального баланса интересов в реализации главных вопросов, на создание благоприятных экономических, политических и социальных условий для стабильного социально-экономического и политического развития. Но эту сторону в рамках представленной статьи мы не будем рассматривать.

В-третьих, партнерство есть альтернатива диктатуре, так как реализуется на основе договоров и соглашений, взаимных – разумных уступок, путем достижения компромисса, консенсуса, согласия и установления социального мира. Вместе с тем социальное партнерство антипод социальному соглашательству, т. е. приспособленчеству, беспринципным уступкам одной из сторон в пользу другой, или пренебрежению интересов какой-либо из сторон.

В-четвертых, отношения социального партнерства могут быть деструктивными и регрессивными, если доминирующей основой их являются опора на силовые методы, «клановая солидарность» с соответствующей закрытостью, замкнутостью не только по принципу родства [28].

Итак, опираясь на представленные характеристики феномена партнерства укажем, что это интегративный (объединяющий в своем единстве различные аспекты совместной деятельности), сложносоставной (имеющий определенную структуру), полисубъектный и многофункциональный феномен. Каждый из субъектов партнерства выполняет свою, присущую только ему социальную функцию.

Для проверки того, как воспринимает работающая молодежь партнерство, нами было проведено эмпирическое исследование.

Метод исследования

В 2016 г. был проведен анкетный опрос молодых респондентов в возрасте до 29 лет в г. Новосибирске. Выборка целенаправленная. Опрос анкетный. Анкета состояла из нескольких блоков. В рамках данной статьи будет представлен блок – исследование представлений о партнерских отношениях.

В опросе приняли участие 111 респондентов, из них 55,9 % мужчин и 44,1 % женщин в возрасте от 18 до 24 лет (43,2 %) и от 25 до 29 лет (56,8 %). Уровень образования представлен в табл. 1.

Таблица 1. *Уровень образования работающей молодежи (в %)*
Table 1. *Level of education of labouring youth (%)*

Уровень образования/Level of education	Распределение/Distribution, %
среднее полное (11 классов) secondary school	4,5
начальное профессиональное (ПТУ, ПУ) elementary vocational education	4,5
среднее профессиональное (техникум, колледж) intermediate vocational education	22,5
незаконченное высшее incomplete higher education	18,0
высшее higher education	50,5

Как видим, половина респондентов имеют высшее образование, что в дальнейшем анализе сыграет определенную роль. При этом каждый третий опрошенный (34,2 %) имеет техническое образование; 27,9 % – гуманитарное, 14,4 % – экономическое; 9,9 % – юридическое, 5,4 % – естественно-научное, 3,6 % – управленческое, 2,7 % – художественное и 1,8 % имеют «другое» образование.

Пятая часть респондентов занята в сфере торговли (22,9 %) и здравоохранения (19,3 %). Существенно меньше трудится в сфере финансов (7,3 %), рекламы (6,4 %), легкой и пищевой промышленности (5,5 %), обрабатывающей промышленности (5,5 %) и т. д. (табл. 2).

Таблица 2. Распределение респондентов по сферам занятости, %
Table 2. Dispensation of respondents by sectors of employment, %

Сфера занятости Sector of employment	Распределение, % Distribution, %	Сфера занятости Sector of employment	Распределение, % Distribution, %
Торговля/Trade	22,9	Юридические услуги Juristic service	4,6
Здравоохранение/Health service	19,3	Культура, спорт Culture, sport	4,6
Финансы, банковское дело Finances	7,3	Связь, интернет Communicate, Internet	3,7
Реклама/Publicity	6,4	Туризм/Tourism	3,7
Легкая и пищевая промышленность Consumer goods & food manufacturing	5,5	Общественное питание Foodservice	3,7
Обрабатывающая промышленность Manufacturing industry	5,5	Образование, наука Education, science	2,8

Что касается уровня доходов, то 52,3 % респондентов оценивают свой ежемесячный уровень дохода как низкий (от 10000 до 20000 т. р.), 45 % опрошенных – как средний (от 20000 до 30000 т. р.), 2,7 % – как высокий (более 30000 т. р.).

Итак, общая социально-демографическая картина респондентов такова: 55,9 % мужчин и 44,1 % женщин в возрасте от 18 до 29 лет преимущественно трудятся в сфере торговли здравоохранения, имеют низкий уровень дохода. Половина из них имеет высшее образование.

Описание результатов

Один из блоков вопросов исследования был посвящен вопросам «партнерства».

Для эмпирического изучения явления партнер и партнерские отношения и сопоставления с оценкой ощущения себя на рабочем месте респондентам был задан вопрос, «что они понимают под партнерскими отношениями»? (Можно было выбрать несколько вариантов ответов). 59,6 % опрошенных ответили, что в партнерских отношениях участники договариваются для взаимной выгоды и долгосрочных отношений. 48,6 % указали, что партнеры – участники, имеющие общую цель. 43,1 % считают, что в партнерских отношениях участники полагаются друг на друга. 40,4 % ответили, что в таких отношениях каждый имеет возможность реализовать свои интересы. Для 17,4 % опрошенных участники вдохновляют друг друга, им комфортно взаимодействовать. 12,8 % полагают, каждый участник готов рисковать ради выгодных результатов.

Для выявления реальной картины партнерских отношений респондентам был задан вопрос «Как Вы себя воспринимаете на рабочем месте?» При этом респондентам была предложена широкая шкала ответов – от партнерства до «мальчика на побегушках». Большинство опрошенных считают себя «работниками, выполняющими свои

обязанности» (63,9 %). 10,2 % воспринимают себя «службой барина». «Партнерами» считают себя только 4,6 % респондентов. По 7,4 % опрошенных оценивают себя «свободным человеком» и «работником, отрабатывающим рабочее время». 3,7 % – «мальчиком на побегушках». 2,8 % респондентов – «хозяином». Из всех вариантов ответа выделим три категории – «хозяин», «партнер», «работник», поскольку они будут нам полезны для дальнейшего анализа.

Партнерские отношения, безусловно, выстраиваются с работодателем. Поэтому респондентам было предложено описать идеального работодателя, оценив 16 личностных и профессиональных характеристик (можно было выбрать несколько характеристик). В табл. 3 представлено распределение ответов.

Таблица 3. Распределение ответов на вопрос «Опишите идеального, с Вашей точки зрения, работодателя (собственника предприятия)»

Table 3. Answers to the question «Ideal work-giver (owner of business) in your opinion»

Характеристика Characteristic	Распределение Distribution (%)	Характеристика Characteristic	Распределение Distribution (%)
Дает возможность для карьерного и профессионального роста Gives a chance for career and professional advance	54,1	Ценит, поддерживает своих работников Values his employees	25,7
Надежный Reliable	53,2	Наставник Tutor	22,9
Объективный Objective	48,6	Обеспечивает социальные гарантии Assures social guaranties	13,8
Справедливый Rightful	47,7	Предоставляет льготы, компенсации Gives preferences, compensations	11,0
Честный Honest	43,1	Дает свободу действий Gives liberty's acts	9,2
Четко структурирующий цели и задачи Structures goals and tasks clear	42,2	Умеет формировать и поддерживать корпоративную культуру Can form and support corporative culture	9,2
Щедрый Liberal	28,4	Узнаваемый, обладает высоким статусом Famous, has higher status	4,6
Прогнозирует события, думает и действует наперед Can forecast events	25,7	Дает возможность работать на международном уровне Gives a chance to work for international level	4,6

Воспользуемся выделенной нами типологией «хозяин», «партнер», «работник» и сравним, как оценивает каждый из представителей названных групп идеального работодателя (рис. 1).

Что касается респондентов типа «хозяин», то они преимущественно выделяют такие характеристики, как «прогнозирует события, думает и действует наперед», наставник, четко структурирует цели и задачи, надежный, честный, щедрый, поддерживает работников, предоставляет льготы, формирует корпоративную культуру. Анализируя предложенные характеристики, можно отметить, что они вбирают в себя как управленческие, деловые, так и социальные, социально-психологические свойства. Малая доля

этих качеств в общем массиве данных может говорить лишь о том, что тип «хозяин» крайне мало представлен среди молодых респондентов.

Картина характеристик идеального руководителя респондентов типа «партнер» другая. Здесь доминируют такие качества, как структурирование целей и задач, объективность, надежность, щедрость и умение быть наставником. Далее существенно уменьшается доля социальных качеств – предоставление гарантий, социальных льгот. Показательно, но респонденты не отмечают такого качества, как формирование и поддержка корпоративной культуры.

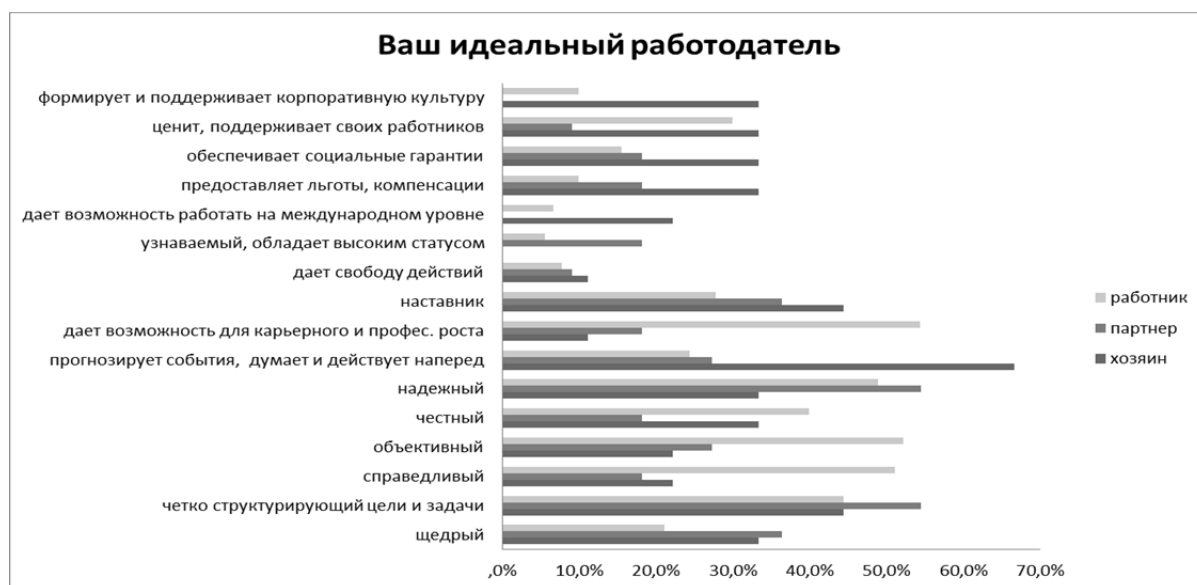


Рис. 1. Корреляции типов работников и характеристик идеального работодателя (%)
Fig. 1. Correlation between an employee type and characteristics of ideal work-giver (%)

И совершенно другое распределение можно отметить у респондентов типа «работник». Главными качествами они указывают возможность профессионального роста, честность, надежность, объективность, справедливость. Выбор именно этих качеств вполне объясним. Так, возможность профессионального роста необходима в большей мере работнику, так как он находится в подчиненном положении к работодателю. Интересно, что возможность профессионального роста находится в числе малозначимых у респондентов типа «хозяин».

Честность, объективность и справедливость также существенно доминируют у типа «работник» по сравнению с другими двумя типами. Это отражает социальную роль респондента в организации. Для работника гораздо важнее такая черта, как объективность, чем такая черта работодателя, как щедрость.

Поэтому еще одним интересным распределением характеристик можно считать то, что щедрость, наставничество, социальные гарантии и льготы респонденты типа «работник» отмечают значительно реже, чем респонденты типа «хозяин» и «партнер». С нашей точки зрения, в данном случае мы можем говорить о восприятии себя в качестве подчиненного с более низким статусом, не владеющего всей совокупностью ресурсов руководителя, о неразвитости управленческих качеств, а значит и меньшей социальной ответственности «работников», поскольку щедрость и социальные льготы – это показатель умения заботиться не только о себе, но и персонале, подчиненных, создавая им комфортную среду жизнедеятельности.

Для более глубокой оценки исследуемой проблематики респондентам был задан вопрос «Охарактеризуйте Ваш тип взаимоотношений с работодателем» и предложена шкала из 7 вариантов – авторитарный, демократичный, партнер, соратник, наставник, друг, начальник. Респондентам необходимо было выбрать лишь один вариант ответа. Согласно результатам исследования, оценили свои взаимоотношения с работодателем как «начальник–подчиненный» 38,9 % опрошенных. «Демократичный» тип взаимоотношений выделили 22,2 % респондентов, «авторитарный» – 13 %. Отношения по типу «наставнических» отметили 10,2 % опрошенных. «Партнерские» – 7,4 % респондентов, «дружеские» – 5,6 %, отношения «соратников» – 0,9 %. Такое распределение позволяет нам говорить о том, что молодые респонденты в большей мере оценивают свои взаимоотношения с работодателем по вертикали – как отношения с начальством. Еще меньшая доля приходится на партнерские и дружеские отношения.

Мы провели корреляцию трех выделенных типов работников – «хозяин», «партнер», «работник» с видами взаимоотношений с работодателем (рис. 2).

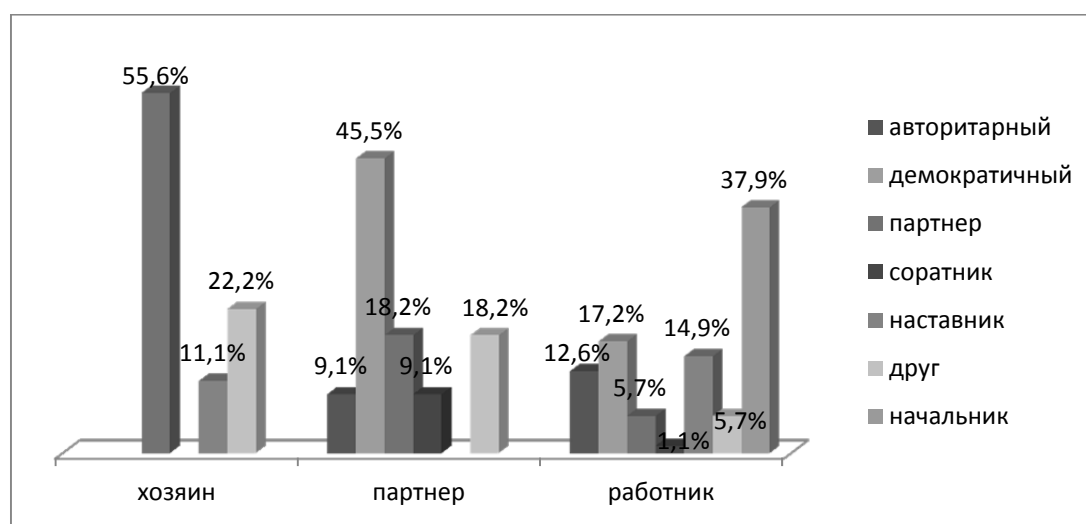


Рис. 2. Корреляции типов работников и видов отношений с работодателем
Fig. 2. Correlation between an employee type and kinds of relations with a work-giver

Показательно, что респонденты типа «хозяин» вообще не выделяют таких видов отношений, как авторитарные, демократичные, отношения по типу «соратники» и отношения по типу «начальник–подчиненный». Во главе угла располагаются «партнерские» отношения (55,6 %), затем по убывающей – «дружеские» отношения (22,2 %) и отношения по типу «наставник» (11,1 %). Полученные данные вновь отражают выделенную нами особенность – оценка любых социальных практик сквозь призму восприятия своего социального статуса и социальной роли. «Хозяин» не оценивает отношения ни в контексте вертикальных – как «начальник–подчиненный», ни в контексте горизонтальных – как «соратники». «Хозяин» воспринимает отношения как отношения совладельца – партнера.

Респонденты типа «партнер» во главу угла ставит «демократичные» отношения (45,5 %). Показательно, что респонденты типа «партнер» не оценивают отношения с работодателем как дружеские. Вероятно, в данном случае можно говорить о том, что представители этого типа не воспринимают работодателя с позиции дружеских отношений, что связано с большей направленностью на выстраивание деловых отношений. Показательно, что лишь каждый пятый респондент типа «партнер» оценивает свои вза-

имоотношения с работодателем как партнерские. С нашей точки зрения, это связано, скорее всего, с тем, что «партнеры» не всегда видят проявления партнерских отношений со своим работодателем.

Интересно, что тип «работник» выделяет все виды взаимоотношений с работодателем. При этом выделяет в качестве преимущественного вида отношения «начальник–подчиненный» (37,9 %). Вдвое реже – «демократичный» тип (17,2 %). Работодатель как соратник выделен всего в 1,1 % случаев. Двадцатая часть «работников» оценивает отношения как отношения друзей и соратников.

Представленные результаты позволяют нам сделать вывод о том, что тип «хозяин» выстраивает отношения с работодателем по виду «партнерских» в силу восприятия своего социального положения. Тип «партнер» – по виду «демократичных», тип «работник» – по виду «начальник–подчиненный». Каждый из воспринимаемых видов отражает внутреннее состояние респондента.

Подведем итоги. Исследование восприятия партнерских отношений с работодателем в среде работающей молодежи практически не проводилось, поэтому представленная статья имеет определенную степень новизны. На основании проведенного исследования нами были выделены три типа респондентов – «хозяин», «партнер», «работник». На основании полученной типологии были проведены корреляции с идеальным типом работодателя и корреляции типов работников и видов отношений с работодателем. Полученные результаты позволяют представить развернутую картину партнерских отношений.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Авилова Ж.Н., Шамаева Н.В. Исследование социально-трудовых отношений молодых специалистов // Содействие профессиональному становлению личности и трудоустройству молодых специалистов в современных условиях: сб. матер-лов Всеросс. заочн. научно-практич. конф-и. – Белгород, 2009. – С. 18–24.
2. Арсланова А.А. Подготовка компетентного специалиста для регионального рынка труда: проблемы и пути их решения // Теория и практика образования в современном мире: материалы междунар. заоч. науч. конф. – Санкт-Петербург, февраль 2012. – СПб.: Реноме, 2012. – С. 1–3.
3. Буданова М.А., Иванов С.Ю., Иванова Д.В. Особенности адаптации выпускников на современном рынке труда в условиях изменяющегося социума // Ценности и смыслы. – 2016. – № 4. – С. 30–42.
4. Вишневская Н.Г. Молодежь на рынке труда крупного города: проблемы эффективного трудоустройства // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: История. Политология. Экономика. Информатика. – 2014. – № 15 (186). – Вып. 31/1. – С. 38–47.
5. Дятченко Л.Я., Морозова Т.И. Технологии регулирования процессов самоорганизации молодежи в регионе // Теория и практика общественного развития. – 2013. – № 4. – С. 35–40.
6. Родионова А.В. Трудовая занятость студентов в условиях реформирования системы высшего образования в России: автореф. дис. ... канд. соц. наук. – СПб, 2012. – 26 с.
7. Бабинцев В.П., Лебедев С.Д. К формированию специалиста новой формации // Социологические исследования. – 2011. – № 3. – С. 145–146.
8. Зубок Ю.А., Чупров В.И. Молодежь на рынке труда: транзитивные процессы в условиях постсоветской трансформации // Социально-гуманитарные знания. – 2012. – № 3. – С. 3–27.
9. Чупров В.И., Зубок Ю.А. Тенденции социального развития молодежи в сфере труда // Научное обозрение. Серия 2: Гуманитарные науки. – 2011. – № 6. – С. 44–51.
10. Тарабаева В.Б. Ключевые компетенции как основа модели личности выпускника вуза // Международный журнал экспериментального образования. – 2014. – № 8 (Ч. 3). – С. 51–55.
11. Problems and Trends of the Youth Labor Market and Youth Labor Mobility in the World / M.F. Mizintseva, A.R. Sardarian, A.A. Petrochenko, M.A. Chavykina // Espacios. – 2017. – V. 38. – № 54. URL: <http://www.revistaespacios.com/a17v38n54/a17v38n54p18.pdf> (дата обращения 15.03.2018).
12. Curtis S., Shani N. The Effect of Taking Paid Employment during Term-time on Students' Academic Studies // Journal of Further and Higher Education. – 2002. – V. 26. – № 2. – P. 20–23

13. McInnis C. New realities of the student experience: How should universities respond? // A report at the 25th Annual Conference European Association for Institutional Research. – Limerick, 24–27 August 2003. – P. 24–27.
14. Hunt A., Lincoln I., Walker A. Term-time employment and academic attainment: evidence from a large-scale survey of undergraduates at Northumbria University // Journal of Further and Higher Education. – 2004. – V. 28. – № 1. – P. 33–40.
15. Caliendo M., Schmidl R. Youth unemployment and active labor market policies in Europe 2015. URL: <https://izajolp.springeropen.com/articles/10.1186/s40173-016-0057-x> (дата обращения 15.03.2018).
16. Holtbrugge D., Kreppel H. Employer attractiveness of Chinese, Indian and Russian firms in Germany signaling effects of HR practices // Corporate Reputation Review. – 2015. – V. 18. – № 3. – P. 223–242.
17. Bobkov V.N., Litvinyuk A.A., Ledneva S.A. Moscow metropolis labour market features: the requirements of employers and the quality of young specialists // R-Economy. – 2016. – V. 2. – № 4. – P. 509–517.
18. Ильиных С.А. Предпринимательство в России: анализ факторов влияния // Проблемы современной экономики. – 2015. – № 2 (54). – С. 153–156.
19. Ilinykh S.A., Udaltsova M.V. Gender aspects of entrepreneurship in Russia // Ecology, Environment and Conservation. – 2014. – V. 20. (Suppl.). – P. 499–505.
20. Андреев Н.А., Коробов В.Б., Филимонов О.В. Социальное партнёрство в правоохранительной сфере: монография. – М.: Академия управления МВД России, 2016. – 171 с.
21. Осипов Е.М. Институционализация социального партнёрства как условие развития малого бизнеса в России: автореф. дис. ... д-ра наук. – М., 2013. – 34 с.
22. Хафизова К.Н. Социальное партнёрство в экологической сфере: организационно-управленческий аспект: дис. ... канд. наук. – Казань, 2009. – 163 с.
23. Understanding Dynamic Transactions between Personality Traits and Partner Relationships / M. Mund, C. Finn, B. Hagemeyer, F. Neyer // Current Directions in Psychological Science. – 2016. – V. 25(6) – P. 411–416. URL: <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0963721416659458> (дата обращения 15.03.2018).
24. Blackburn By Amy. How to Improve Relations Between Your Managers and Employees // Business.com. URL: <https://www.business.com/articles/how-to-improve-relations-between-your-managers-and-employees/> (дата обращения 15.03.2018).
25. Strategy of partnership between higher school and employer in education modernization context / Yu.N. Pak, Zh.S. Nuguzhinov, D.Yu. Pak, I.O. Shilnikova // Университет Енбектегі-Труды университета. – 2016. – № 1 (62). – С. 5–9.
26. Значение слова партнёр в социологическом словаре: URL: <http://diclist.ru/slovar/sociologicheskij/p/partner.html> (дата обращения: 20.02.2018).
27. Лащёнов М.С. Формирование социального партнёрства в правоохранительной сфере: дис. ... канд. наук. – М., 2018. – 24 с.
28. Стаурский С.С., Глухова З.В. Влияние партнерских отношений на развитие предпринимательства: монография. – Омск: Изд-во СибАДИ, 2009. – 152 с.

Дата поступления 20.03.2018

UDC 316.344

**LABOURING YOUTH: ASSESSMENT OF CAPABILITIES
OF PARTNER RELATIONS WITH WORK-GIVER****Svetlana A. Ilynykh¹,**
ili.sa@mail.ru**Veronika G. Kameshkova¹,**
kvg85@mail.ru¹ Novosibirsk State University of Economics and Management,
56, Kamenskaya street, Novosibirsk, 630099, Russia.

Svetlana A. Ilynykh, Dr. Sc., professor, head of department, Novosibirsk State University of Economics and Management.

Veronika G. Kameshkova, postgraduate student, Novosibirsk State University of Economics and Management.

*Relevance of the research is caused by such important aspects as stance of youth on «risk group» on labour market because they have little practice and there are a lot of competitive categories of populace on labour market. The youth is marker of mordent labour market, because it is exposed to transformation on labour market very much. **The aim** of the research is to study so little explored theme as problematics of partnership and oportuning partner relations regard with work-giver. It characterizes wide range of active social interactions focused on satisfaction of some general interests and wants refusing of confrontation and choosing the strategy of optimal compromise and giving mutually beneficial convention as the social subjects. **Methods.** The fundamental sociological ideas, comparative analyze, interdisciplinary approach are the foundation of the research. The theoretical research is based on conceptual workers and researches' results of Russian and foreign authors, dedicated to analyze of youth on labour market and to problematics of partnership. The empirical research is based on questionnaire of young respondents. **Results.** The empirical research has given three types of respondents. They are «owner», «partner», «labourer». The correlational analyze has been done between respondent's type and work-giver's type according to each kind of the type. The authors carried out the correlation between respondent types and such kind of relations with work-giver as «chief-subordinate», democratic, authority, mentor, partnership, friendship, fellows for further estimation of the studied problematics.*

Key words: Partnership, partner, youth, labour market, employee, work-giver.

REFERENCES

1. Avilova Zh.N., Shamaeva N.V. Issledovanie sotsialno-trudovykh otnosheny molodykh spetsialistov [Research of social and labor relations of young specialists]. *Sodeystvie professionalnomu stanovleniyu lichnosti i trudoustroystvu molodykh spetsialistov v sovremennykh usloviyakh: sbornik materialov Vserossiyskoy zaochnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii* [Promoting the professional development of the individual and employment of young professionals in modern conditions: Proc. All-Russian scientific and practical conference]. Belgorod, 2009. pp. 18–24.
2. Arslanova A.A. Podgotovka kompetentnogo spetsialista dlya regionalnogo rynka truda: problemy i puti ikh resheniya [Training of a competent specialist for regional labor market: problems and solutions]. *Teoriya i praktika obrazovaniya v sovremennom mire: materialy mezhdunarodnoy zaochnoy nauchnoy konferentsii* [Theory and practice of education in the modern world: materials of the International scientific conference]. St-Petersburg, 2012 February. St-Petersburg, Renome Publ., 2012. pp. 1–3.

3. Budanova M.A., Ivanov S.Yu., Ivanova D.V. Features of adaptation of graduates in the modern labor market in the conditions of a changing society. *Tsennosti i smysly*, 2016, no. 4, pp. 30–42. In Rus.
4. Vishnevskaya N.G. Youth on the labor market of a big city: problems of effective employment. *Belgorod State University Scientific Bulletin. History. Political science. Economics. Information technologies*, 2014, no. 15 (186), Iss. 31/1, pp. 38–47. In Rus.
5. Dyatchenko L.Ya., Morozova T.I. Methods of youth self-organizational processes management in the region. *Theory and practice of social development*, 2013, no. 4, pp. 35–40. In Rus.
6. Rodionova A.V. *Trudovaya zanyatost studentov v usloviyakh reformirovaniya sistemy vysshego obrazovaniya v Rossii*: Avtoreferat Dis. Kand. nauk [The employment of students in the conditions of reforming the system of higher education in Russia. Cand. Diss. Abstract]. St-Petersburg, 2012. 26 p.
7. Babintsev V.P., Lebedev S.D. Professional of a new formation. *Sociological Studies*, 2011, no. 3, pp. 145–146. In Rus.
8. Zubok Yu.A., Chuprov V.I. Youth in the labor market: transitive processes in the conditions of post-Soviet transformation. *Sotsialno-gumanitarnye znaniya*, 2012, no. 3, pp. 3–27. In Rus.
9. Chuprov V.I., Zubok Yu.A. Trends in the social development of youth in the world of work. *Scientific review. Series 2. Human sciences*, 2011, no. 6, pp. 44–51. In Rus.
10. Tarabaeva V.B. Key competencies as the basis of the personality model of the university graduate. *Mezhdunarodny zhurnal eksperimentalnogo obrazovaniya*, 2014, no. 8 (P. 3), pp. 51–55. In Rus.
11. Mizintseva M. F., Sardarian A. R., Petrochenko A.A., Chavykina M.A. Problems and Trends of the Youth Labor Market and Youth Labor Mobility in the World. *Espacios*, 2017, vol. 38, no. 54. Available at: <http://www.revistaespacios.com/a17v38n54/a17v38n54p18.pdf> (accessed 15 March 2018).
12. Curtis S., Shani N. The Effect of Taking Paid Employment during Term-time on Students' Academic Studies. *Journal of Further and Higher Education*, 2002, vol. 26, no. 2, pp. 20–23.
13. McInnis C. New realities of the student experience: How should universities respond? *25th Annual Conference European Association for Institutional Research*. Limerick, 24–27 August 2003. pp. 24–27.
14. Hunt A., Lincoln I., Walker A. Term-time employment and academic attainment: evidence from a large-scale survey of undergraduates at Northumbria University. *Journal of Further and Higher Education*, 2004, vol. 28, no. 1, pp. 33–40.
15. Caliendo M., Schmidl R. *Youth unemployment and active labor market policies in Europe 2015*. Available at: <https://izajolp.springeropen.com/articles/10.1186/s40173-016-0057-x> (accessed 15 March 2018).
16. Holtbrugge D., Kreppel H. Employer attractiveness of Chinese, Indian and Russian firms in Germany signaling effects of HR practices. *Corporate Reputation Review*, 2015, vol. 18, no. 3, pp. 223–242.
17. Bobkov V.N., Litvinyuk A.A., Ledneva S.A. Moscow metropolis labour market features: the requirements of employers and the quality of young specialists. *R-Economy*, 2016, vol. 2, no. 4, pp. 509–517.
18. Ilinykh S.A. Entrepreneurship in Russia: analysis of the factors of influence. *Problems of modern economics*, 2015, no. 2 (54), pp. 153–156. In Rus.
19. Ilinykh S.A., Udaltsova M.V. Gender aspects of entrepreneurship in Russia. *Ecology, Environment and Conservation*, 2014, vol. 20 (Suppl.), pp. 499–505.
20. Andreev N.A., Korobov V.B., Filimonov O.V. *Sotsialnoe partnerstvo v pravookhranitel'noy sfere: monografiya* [Social partnership in law enforcement: monograph]. Moscow, Academy of Management of the Ministry of Internal Affairs of Russia, 2016. 171 p.
21. Osipov E.M. *Institutsionalizatsiya sotsialnogo partnerstva kak uslovie razvitiya malogo biznesa v Rossii*. Avtoreferat Dis. Dokt. nauk [Institutionalization of social partnership as a condition for the development of small business in Russia. Dr. Sc. Diss. Abstract]. Moscow, 2013. 34 p.
22. Khafizova K.N. *Sotsialnoe partnerstvo v ekologicheskoy sfere: organizatsionno-upravlenchesky aspekt*. Dis. kand. nauk [Social partnership in the environmental sphere: organizational and managerial aspect. Dis. Cand. Sc.]. Kazan, 2009. 163 p.
23. Mund M., Finn C., Hagemeyer B., Neyer F. Understanding Dynamic Transactions between Personality Traits and Partner Relationships. *Current Directions in Psychological Science*, 2016, vol. 25 (6), pp. 411–416. Available at: <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0963721416659458> (accessed 15 March 2018).
24. Blackburn By Amy. How to Improve Relations between Your Managers and Employees. *Business.com*. Available at: <https://www.business.com/articles/how-to-improve-relations-between-your-managers-and-employees/> (accessed 15 March 2018).
25. Rak Yu.N., Nuguzhinov Zh.S., Rak D.Yu., Shilnikova I.O. Strategy of partnership between higher school and employer in education modernization context. *Universitetin enbekteri- University's works*, 2016, no. 1 (62), pp. 5–9.
26. Znachenie slova partner v sotsiologicheskoy slovar' [The meaning of the word partner in the sociological dictionary]. Available at: <http://diclist.ru/slovar/sociologicheskiy/f/partner.html> (accessed: 20 February 2018).

27. Lashchenov M.S. *Formirovanie sotsialnogo partnerstva v pravookhranitel'noy sfere*. Dis. Kand. nauk [Formation of social partnership in law enforcement. Dis. Cand. Sc.]. Moscow, 2018. 24 p.
28. Staursky S.S., Glukhova Z.V. *Vliyaniye partnerskikh otnosheniy na razvitiye predprinimatel'stva: monografiya* [Influence of partnership relations on development of entrepreneurship: monograph]. Omsk, SibADI Publ. House, 2009. 152 p.

Received: 20 March 2018.