

**В.Ю. Бочаров, Самарский университет,
Социологический институт РАН – филиал ФНИСЦ РАН;
Т.В. Гаврилюк, Тюменский государственный университет;
В.В. Гаврилюк, Тюменский индустриальный университет,
Тюменский государственный университет**

ПРОФИЛИ МОЛОДЫХ РАБОТНИКОВ СЕРВИСНОЙ ЭКОНОМИКИ¹

В статье анализируется влияние рабочей среды на социальное самочувствие и профессиональную идентичность российской молодежи (18–30 лет) занятой в сервисной экономике. С помощью факторного и кластерного анализа выделены четыре профиля работников: «маргиналы», «интегрированные», «профессионалы» и «прагматики». Доказано, что основную дифференциацию определяют нематериальные факторы: 1) профессиональной автономии и участия в управлении, 2) содержания работы и клиентоориентированности, 3) корпоративного климата и вертикальных отношений.

Ключевые слова: молодые работники, социальное самочувствие, профессиональная идентичность, сервисная экономика, факторный анализ, кластерный анализ.

**V.Yu. Bocharov, Samara University,
Sociological Institute of FCTAS RAS;
T.V. Gavrilyuk, University of Tyumen;
V.V. Gavrilyuk, Industrial University of Tyumen,
University of Tyumen**

PROFILES OF YOUNG WORKERS IN THE SERVICE ECONOMY²

This article analyzes the influence of the work environment on the social well-being and professional identity of Russian youth (aged 18–30) employed in the service economy. Using factor and cluster analysis, four employee profiles were identified: "marginalized," "integrated," "professionals," and "pragmatists." It is proven that the primary differentiation is determined by non-material factors: 1) professional autonomy and participation in management, 2) job content and customer orientation, and 3) corporate climate and vertical relationships.

Keywords: young workers, social well-being, professional identity, service economy, factor analysis, cluster analysis.

В рамках исследования среди российских молодых работников сервисной экономики нами изучалось как индивидуально воспринимаемая рабочая среда влияет на социальное самочувствие [1] и профессиональную идентичность [2] сотрудников. Эмпирическое исследование было проведено в городе Тюмени весной 2025 года. В качестве объекта исследования выступи-

¹Статья подготовлена при поддержке гранта РНФ № 25-28-00071 «Молодежь сервисной сферы экономики: профессиональная идентичность и социальное самочувствие» <https://rscf.ru/project/25-28-00071/>.

²The article has been prepared with the support of the RSF (Russian Science Foundation) grant No. 25-28-00071 «Youth in the service sector of the economy: professional identity and social well-being» <https://rscf.ru/project/25-28-00071/>.

ла молодежь в возрасте от 18 до 30 лет, занятая в сфере интерактивного клиентского сервиса ($N = 1\,866$). Выборка является репрезентативной по полу и четырем ключевым сферам сервисной экономики: торговля (23,7%), бытовое обслуживание и логистика (32,6%), образование (23,5%) и здравоохранение, уход и благополучие (20,2%) [3]. Технология факторного и кластерного анализа идентична использованной в наших предыдущих исследованиях [4].

Проведенный с помощью метода главных компонент факторный анализ позволил выделить следующие факторы удовлетворенности рабочей средой:

- Фактор технологических условий и организации труда;
- Фактор стабильности и уверенности в завтрашнем дне;
- Фактор профессиональной автономии и участия в управлении;
- Фактор содержания работы и клиентоориентированности;
- Фактор корпоративного климата и вертикальных отношений;
- Фактор устойчивости занятости и формального статуса найма.

В свою очередь, перечисленные факторы явились основанием для выделения кластерных профилей обследованных работников сервисной экономики.

Кластер 1. «Маргиналы» (доля в массиве опрошенных: 15,5%).

Характеристика профиля: Это самая проблемная группа. У них наблюдаются крайне низкие значения удовлетворенности (самые высокие положительные числа) по фактору «Содержание работы и клиентоориентированности» (1,69), что указывает на высокую неудовлетворенность самой сутью своей работы и взаимодействием с клиентами. Также низко (положительные значения) они оценивают факторы «Стабильности и уверенности в завтрашнем дне», «Технологических условий и организации труда» и «Корпоративного климата и вертикальных отношений» (0,16–0,17). Материально-техническая база, организация процессов и отношения в коллективе для них являются зонами неудовлетворенности. Фактор «Профессиональной автономии и участия в управлении» у них близок к нейтральному (0,03), что указывает не столько на ее наличие, сколько на безразличие к ней на фоне тотальной неудовлетворенности другими аспектами. Фактор «Устойчивости занятости и формального статуса найма» также оценивается негативно (0,07). Это группа тотального неблагополучия по всем характеристикам удовлетворенности работой.

Социально-демографический портрет: В этом кластере немного выше доля мужчин (51,6%), чем в среднем по выборке. Возрастной состав близок к среднему, но с небольшим преобладанием самой молодой возрастной группы (18–22 года) – 46,4%. Значительная доля занята в торговле (39,1%) и бытовом обслуживании (32,5%). Они чаще других работают в частных предприятиях (60,9%). Это самый «бедный» кластер: здесь самая высокая доля тех, кому не хватает денег на самое необходимое (5,5%) и на ежедневные расходы (24,9%). Сами они чаще респондентов других профилей относят себя либо к рабочему (40,8%), либо к низшему классу (6,2% – максимум по выборке). Это кластер с наименьшим уровнем высшего образования (22,5%) и максимальной долей тех, кто считает, что профессиональное образование в их сфере не нужно (28,0%). Отношения с работодателями они оценивают хуже всех: только 53,9% видят сотрудничество, а 26,2% отмечают отчужденность.

Работников этого профиля мы будем называть «**маргиналы**», которые разочарованы, отчуждены и оторваны от коллектива и содержания своей работы.

Кластер 2. «Интегрированные» (доля в массиве опрошенных: 43,1%).

Характеристика профиля: Самый многочисленный и наиболее благополучный кластер. У представителей этой группы наблюдаются высокие значения удовлетворенности (отрицательные числа, согласно нашей методике) по всем шести факторам. Наиболее сильно выражены (низкие значения) факторы «Профессиональной автономии и участия в управлении» (–0,50) и «Корпоративного климата и вертикальных отношений» (–0,49). Это работники, которые чувствуют себя автономными, способными влиять на рабочий процесс и при этом высоко оценивают отношения с коллегами и руководством. Также на высоком уровне находятся факторы «Технологических условий и организации труда» (–0,29), «Содержания работы и клиентоориентированности» (–0,22) и «Устойчивости занятости и формального статуса найма» (–0,22).

Социально-демографический портрет: Гендерный состав близок к среднему (57,1% женщин), возрастное распределение равномерное. Они чаще других работают в малом бизнесе (48,6%) и частных предприятиях (46,5%). Это самый «обеспеченный» кластер: здесь максимальная доля тех, кто может купить все, что захочет (14,6%), и тех, у кого покупка товаров длительного пользования не вызывает затруднений (51,4%). Субъективно они относят себя к высшему (5,1%) и среднему классу (58,6%). Это кластер с самым высоким уровнем высшего образования (34,1%). Они демонстрируют образцовые отношения с работодателями: 88,6% оценивают их как сотрудничество.

Работников этого профиля мы будем называть «**интегрированные**», которые успешно встроены и приспособлены к своим нынешним трудовым отношениям.

Кластер 3. «Профессионалы» (доля в массиве опрошенных: 23,9%).

Характеристика профиля: Отличительная черта этого кластера – очень низкая удовлетворенность (самое высокое положительное значение) фактором «Профессиональной автономии и участия в управлении» (0,94). Для этих работников свобода принятия решений и возможность влиять на процессы практически отсутствуют, и они этим крайне недовольны. Также фактор «Технологических условий и организации труда» оценивается достаточно низко (0,72), что говорит о глубокой неудовлетворенности материально-технической базой. При этом фактор «Содержания работы и клиентоориентированности» (–0,36) и «Корпоративного климата и вертикальных отношений» (–0,28) находятся на высоком уровне, указывая на любовь к своей работе и хорошие отношения с руководством. Такой работник с большой долей вероятности любит свою работу и коллег, имеет определенные гарантии, но страдает в условиях жесткой бюрократии, отсутствия самостоятельности и плохой организации труда.

Социально-демографический портрет: В кластере выше доля женщин (57,6%) и самых старших молодых работников 27–30 лет (33,6%). Это самый «зрелый» кластер. Значительная часть занята в сферах здоровья (31,6%) и образования (27,1%). Это кластер с самой высокой долей работающих в государственных (муниципальных) учреждениях (41,7%), что объясняет высокий уровень бюрократии и отсутствие автономии. Уровень дохода выше среднего (46,2% не испытывают проблем с покупкой товаров длительного пользования), а субъективно они чаще относят себя к рабочему классу (38,3%), что может быть связано с самоидентификацией «бюджетников». Это самый образованный кластер (38,3% с высшим образованием).

Работников этого профиля мы будем называть «**профессионалы**», ориентированные на содержание труда и высокую квалификацию, даже несмотря на неудовлетворенность его условиями. Именно профессия, а не место работы, является для них центром идентичности.

Кластер 4. «Прагматики» (доля в массиве опрошенных: 17,5%).

Характеристика профиля: Главная особенность этого кластера – экстремально низкая удовлетворенность (самое высокое положительное значение) фактором «Корпоративного климата и вертикальных отношений» (1,46). Для этих работников отношения с руководством и коллегами являются зоной острой неудовлетворенности, что критично, учитывая их занятость. При этом фактор «Содержания работы и клиентоориентированности» оценивается очень высоко (–0,45), что говорит о том, что они любят свою работу и взаимодействие с клиентами. Высоко оценивается и фактор «Технологических условий и организации труда» (–0,38). Однако факторы «Стабильности и уверенности в завтрашнем дне» (0,31) и «устойчивости занятости и формального статуса найма» (0,08) имеют положительные значения, что указывает на неудовлетворенность карьерными перспективами, социальным пакетом и стабильностью. Это профиль работника, которому нравится его работа и условия, но он глубоко разочарован отношениями в коллективе (или не имеет их, работая самозанятым) и не чувствует себя защищенным.

Социально-демографический портрет: Это самая молодая группа (54,4% в возрасте 18–22 лет) с высокой долей женщин (57,8%). Они чаще других заняты в бытовом обслуживании и логистике (43,7%) и образовании (28,1%). Ключевая особенность – это кластер, где максимальна доля самозанятых (44,0%), а также работающих неофициально или на себя. Уровень дохода выше среднего (47,4% не испытывают проблем с покупкой товаров длительного пользования). Это кластер с самой высокой долей тех, кто считает, что профессиональное образование в их сфере не нужно (35,2%).

Работников этого профиля мы будем называть «**прагматики**», которые ориентированы на практическую сторону работы (доход, отношения «здесь и сейчас») при относительном безразличии к формальным гарантиям и долгосрочным перспективам.

Таким образом, проведенный анализ позволил выделить четыре устойчивых профиля, опираясь на факторный анализ удовлетворенности элементами работы среди российской молодежи, занятой в сервисной экономике. Наибольший вклад в дифференциацию молодежи вносят нематериальные факторы: содержание работы, корпоративный климат и профессиональная автономия. Именно они, а не только уровень дохода, определяют принадлежность к тому или иному кластерному профилю. Выделенные профили значительно различаются по социально-демографическим характеристикам, уровню социального самочувствия и структуре профессиональной идентичности, что указывает на необходимость дифференцированного подхода к решению проблем занятой молодежи сервисной экономики.

Список литературы:

1. Гаврилюк В.В., Бочаров В.Ю., Гаврилюк Т.В. Концепт «социального самочувствия» в исследовании молодежи, занятой в сервисной сфере экономики // Семиотические исследования. *Semiotic studies*. 2025. Т. 5(1), С. 115–129. DOI: 10.18287/2782-2966-2025-5-1-115-129.
2. Бочаров В.Ю., Гаврилюк Т.В. Профессиональная идентичность и мотивация тьюторов: вызовы и перспективы в образовательном пространстве российского университета // *Godišnjak za sociologiju*. 2025. Vol. 21.No. 35, P. 33–53. DOI: 10.46630/gsoc.35.2025.02.
3. Гаврилюк Т.В., Гаврилюк В.В., Бочаров В.Ю. Социальная идентичность молодежи, занятой в сервисной сфере экономики // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. 2025. Том 11. № 4 (44). С. 44–58. DOI: 10.21684/2411-7897-2025-11-4-44-58.
4. Жизненные стратегии молодежи нового рабочего класса: коллективная монография / под ред. Т.В. Гаврилюк. М.: ФЛИНТА, 2020. 408 с.