

ЛИТЕРАТУРА

1. Потапова, С.А. Социальная активность студенческой молодежи современного молодого города (на материалах г. Нижнекамска) / С.А. Потапова. – СПб.: «Инфо-да», 2005. – С. 34.
2. Джери, Д., Джери, Дж. Большой толковый социологический словарь: основные термины и понятия по социологии. В 2 т.: Т. 2: П-Я / пер. с англ. Н.Н. Марчук. – М.: Вече, АСТ. – 1999. – С. 67.
3. Асеева, О.В. Социологический анализ социальной активности молодежи в сетевых сообществах Интернет / О.В. Асеева // Современные исследования социальных проблем [Электронный ресурс]. – 2011. – № 4. – Режим доступа: <http://sisp.nkras.ru/issues/2011/4/aseeva.pdf>. – Дата доступа: 18.06.2013.

SUMMARY

The article proves necessity of social activity in students. It considers types and features of manifestation of social activity in relation to students' way of life as special social group and analyzes the results of sociological research of social activity of students of BGEU. The author emphasizes the importance of educational sociological researches for improvement of teaching of sociology in higher educational institutions for formation in future experts of a «sociological» view of social reality.

Поступила в редакцию 24.06.2013 г.

УДК 316.334.22

Н.Н. Сечко,

кандидат социологических наук, доцент, старший научный сотрудник
Института социологии НАН Беларуси

ТРУДОУСТРОЙСТВО НА БЕЛОРУССКОМ РЫНКЕ ТРУДА: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Практически каждый день мы сталкиваемся с объявлениями о найме на работу, размещенными в общественном транспорте, магазинах, средствах массовой информации. Результаты социологических исследований, проведенных Институтом социологии НАН Беларуси в 2008 и 2012 гг., позволяют получить ответы на вопрос о том, как трудоустраиваются наши граждане на белорусском рынке труда и какая динамика наблюдается в данных процессах за последние пять лет.

Конечной целью процесса трудоустройства для человека является обретение статуса занятого и попадание на внутренний рынок труда предприятия (организации). *Внутренний рынок труда* предприятия – это система социально-трудовых отношений по поводу условий найма и использования работников в общественном производстве, ограниченных рамками конкретного предприятия (организации), где уровни занятости и заработной платы определяются набором административных правил и процедур. *Внутренний рынок труда* предприятий (на основе различий в характеристиках занятости) подразделяется на *первичный* сегмент с высоким статусом работ, требующих долговременного обучения, с высокой заработной платой, хорошими условиями и режимом труда, стабильной занятостью, гарантиями и перспективами продвижения. И на *вторичный* сегмент, предлагающий работы в основном низкого класса (статуса), не требующие длительного обучения, с низкими гарантиями и малыми перспективами профессионального и карьерного роста [1–2].

Стратегия трудоустройства складывается из совокупности используемых каналов трудо-

устройства. *Канал трудоустройства (найма)* – это способ взаимодействия работника и работодателя по поводу трудоустройства (найма), то есть согласования предложения и спроса на труд. *Выделяют формальные каналы* трудоустройства, использующие при трудоустройстве помощь формальных (официальных) посредников, – трудоустройство посредством государственной службы занятости, кадровых агентств, рекламы в СМИ, рекламных объявлений в Интернет, распределение после окончания учебных заведений. Прямой набор через отделы кадров относится к *формальным каналам* трудоустройства, так как базируется на индивидуальной инициативе соискателей и не прибегает к ресурсам социальных сетей, хотя и осуществляется без участия формальных (официальных) посредников в традиционном понимании.

К *неформальным каналам* трудоустройства, характеризующимся отсутствием формальных посредников при трудоустройстве и использованием ресурсов социальных сетей, относятся: рекомендации знакомых, рекомендации родственников и рекомендации деловых партнеров.

К основным характеристикам каналов трудоустройства относятся: *частота использования* – характеризует численность работников, использовавших данный канал для поиска рабочего места; *результативность (эффективность) канала трудоустройства* – характеризуется долей работников, трудоустроившихся с помощью данного канала; *дифференциация каналов трудоустройства по обслуживаемым сегментам рынка труда* – характеризует принадлежность рабочих мест,

на которые преимущественно можно устроиться через данный канал, к определенному сегменту рынка труда.

Чтобы проанализировать основные характеристики и динамику функционирования каналов трудоустройства на белорусском рынке труда обратимся к результатам социологических исследований ГНУ «Институт социологии НАН Беларуси»¹. Согласно полученным результатам, наиболее эффективными каналами трудоустройства за последние 5 лет на белорусском рынке труда являются прямые обращения к работодателю (2008 г. – 33,3 %, 2012 г. – 43,8 %), использование социальных сетей, то есть трудоустройство через знакомых, родственников (2008 г. – 40,1 %, 2012 г. – 30,8 %), и распределения после окончания учебного заведения (2008 г. – 15,0 %, 2012 г. – 10,2 %), эффективность других каналов трудоустройства значительно ниже (таблица 1).

Таблица 1 – Распределение ответов на вопрос: «Как Вы устроились на свою нынешнюю работу?», %

	2008 г.	2012 г.
1. Через государственную службу занятости населения	5,0	5,8
2. Использовал объявления в СМИ, Интернет	5,2	4,1
3. Распределился после окончания учебного заведения	15,0	10,2
4. Напрямую обращался к работодателю, в отделы кадров	33,3	43,8
5. Через кадровые агентства	1,0	3,2
6. Через знакомых, родственников	40,1	30,8
7. Другое	0,4	2,1
Всего	100	100

Государственные службы занятости населения. Министерством труда и социальной защиты Республики Беларусь создана структура Комитетов по труду, занятости и социальной защите при каждом облисполкоме и Мингорисполкоме. Структурными подразделениями комитетов являются Управления занятости населения, осуществляющие реализацию государственной политики в области

¹ Социологическое исследование «Роль социальных сетей в формировании моделей экономического поведения индивидов на белорусском рынке труда», 2008 г., при поддержке БРФФИ, выборочная совокупность составила 520 работников предприятий г. Минска, выделенных по критериям отрасли, размера и формы собственности. Республиканское исследование «Социологический анализ эффективности функционирования рынка труда Республики Беларусь в условиях экономических преобразований», 2012 г., выборочная совокупность составила 2530 респондентов, репрезентативна по полу, возрасту, образованию и регионам.

занятости населения и обеспечивающие соответствующие гарантии временно незанятых граждан. В состав Управлений занятости населения входят территориальные отделы трудоустройства, именуемые также государственными службами занятости населения (далее – ГСЗН). Управления занятости населения и территориальные отделы трудоустройства устанавливают контакты с нанимателями, содействуют в трудоустройстве граждан, обеспечивают обучение безработных, участвуют в создании для них новых рабочих мест, оказывают поддержку малому бизнесу, проводят работу по информационному обслуживанию населения в сфере занятости. В рамках деятельности данных органов функционирует Общереспубликанский банк вакансий. Данные о деятельности служб занятости населения представлены в открытом публичном доступе в статистической отчетности Национального статистического комитета Республики Беларусь и Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь.

Согласно имеющимся статистическим данным, в 2008 г. обратились в органы по труду, занятости и социальной защите 322,3 тыс. человек, были трудоустроены 199,0 тыс. чел., направлено на профессиональное обучение, переобучение и повышение квалификации 22,9 тыс. чел. Из обратившихся в органы по труду, занятости и социальной защите в качестве безработных были зарегистрированы 200,0 тыс. чел., из них были трудоустроены 131,0 тыс. чел., и было оказано содействие 2685 безработным в организации предпринимательской деятельности.

В 2012 г. обратились в органы по труду, занятости и социальной защите 290,3 тыс. чел., были трудоустроены 195,2 тыс. чел., направлено на профессиональное обучение, переобучение и повышение квалификации 15,4 тыс. чел. Из обратившихся в органы по труду, занятости и социальной защите в качестве безработных были зарегистрированы 179,6 тыс. чел., из них были трудоустроены 129,4 тыс. чел., и было оказано содействие 3064 безработным в организации предпринимательской деятельности [3].

Согласно данным социологических исследований, при поиске работы в ГСЗН в 2008 г. обращались 10,8 % опрошенных, результативным данный канал трудоустройства был для 5,0 % респондентов, в 2012 г. через службу занятости трудоустроились 5,8 % респондентов. Среди трудоустроившихся через службы занятости преобладают респонденты с общим средним образованием (34,0 %) и средним специальным (39,4 %). По категориям работников среди трудоустроившихся через ГСЗН преобладают рабочие (44,6 %) и служащие без специального образования (не относящиеся к специа-

листам) – 13,0 %, а лица, занимающие руководящие должности, отсутствуют. Наибольшая численность трудоустроившихся через ГСЗН занята следующими видами экономической деятельности: промышленность (17,0 %), строительство (13,8 %), торговля и общественное питание (11,7 %), транспорт и связь (6,4 %), ЖКХ (6,4 %).

Полученные данные выявили, что использование службы занятости в качестве канала трудоустройства на современном белорусском рынке труда в большей степени соответствует ожиданиям соискателей, претендующих на занятость во *вторичном* сегменте рынка труда.

Во многом такая *дифференциация* по обслуживаемым *сегментам* рынка труда объясняется тем, что в общереспубликанском банке и единых общегородских банках вакансий, имеющихся в территориальных отделах трудоустройства и формируемых на основании заявок, предоставленных предприятиями, преобладают вакансии производственной сферы государственных предприятий. В профессиональном разрезе общий заявленный спрос в основном представлен вакансиями для рабочих массовых строительных профессий, водителей, рабочих-станочников, электриков и т. д.

Кадровые агентства – это юридические лица либо индивидуальные предприниматели, занимающиеся трудоустройством граждан (как белорусских, так и иностранных) на территории Республики Беларусь и за рубежом. Согласно данным исследований, в 2008 г. в кадровые агентства *обращались* 5,2 % опрошенных наемных работников, *результативным* данный канал трудоустройства тогда был для 1,0 % респондентов. По данным 2012 г., численность трудоустроившихся с помощью кадровых агентств возросла до 3,2 % занятого населения. В возрастном разрезе наибольшую долю от трудоустроившихся через кадровые агентства составляет молодежная группа в возрасте от 18 до 33 лет – 47,4 % и возрастная группа 40–50 лет – 26,5 %. По категориям работников, среди трудоустроившихся через кадровые агентства, преобладают рабочие – 52,8 %, служащие – 20,7 %, руководители среднего и низшего звена – 11,3 %.

Кадровые агентства указывают на оптимальное выполнение функций за счет точного подбора работников и рабочих мест в соответствии с требованиями и запросами работодателей и наемных работников. Они часто позиционируют себя на контрасте с государственными службами занятости, отмечая, что *службы занятости* решают *социальные задачи* – трудоустроить, *кадровые агентства* работают с конкретными заказчиками – *подбирают персонал и место работы*. Кадровые агентства как канал трудоустройства на белорусском

рынке труда находятся в стадии становления, все активнее используя возможности Интернета для своего продвижения на рынок, предоставляя соискателю возможность отправлять резюме и регистрироваться в их банках данных.

Реклама в СМИ. Рекламные объявления в Интернете. Поиск работы через средства массовой информации (рекламные объявления в СМИ, Интернете) относится к *формальным каналам* трудоустройства, использующим при трудоустройстве помощь формальных институциональных посредников – СМИ, публикующих на своих печатных или web-страницах объявления о вакансиях. По данным исследований в 2008 г., рекламные объявления в СМИ для поиска вакансий *использовали* 7,7 % респондентов, *результативным* данный канал трудоустройства был для 4,2 % респондентов. Работники *первичного* сегмента более активно использовали СМИ для поиска работы. Среди респондентов, использовавших данный канал трудоустройства, 52,5 % составили работники с высшим образованием, 30,0 % – со средним специальным. Менее активно использовали в 2008 г. данный канал работники *вторичного* сегмента – среди использовавших данный канал трудоустройства 12,5 % составили работники с общим средним и 5,0 % со средним специальным образованием. Работники с общим базовым образованием не использовали СМИ для поиска работы. Полученные данные показывают, что среди тех, кто использовал СМИ в качестве канала трудоустройства в 2008 г., 4/5 составили работники первичного сегмента и 1/5 – вторичного сегмента.

Традиционные печатные издания (прежде всего газеты) обслуживают как первичный, так и вторичный сегменты рынка труда. Однако происходит *дифференциация СМИ по обслуживаемым сегментам рынка труда*: СМИ, ориентированные на специализированную профессиональную аудиторию (бухгалтерские, юридические, финансовые, компьютерные и т. п. издания), нацелены на обслуживание *первичного* сегмента (там представлены вакансии, требующие определенного уровня профессионально-квалификационной подготовки, опыта работы, специализированных навыков и т. д.).

Использование Интернета в качестве канала трудоустройства, в отличие от рекламных объявлений в СМИ, позволяет экономить временные ресурсы соискателя, так как даже для публикации бесплатного объявления должно пройти некоторое время. В 2008 г. использовали ресурсы Интернета для поиска работы 5,2 % респондентов, *результативным* данный канал трудоустройства был для 1,0 %. Наиболее активно Интернет использовали соискатели с высшим – 81,5 % и средним специальным образованием – 14,8 % респон-

дентов из всех использовавших данный канал в 2008 г. Работники с профессионально-техническим образованием составили 3,7 %, работники с общим средним и общим базовым образованием вообще не использовали Интернет для поиска работы. Во многом это объяснялось тем, что белорусские предприятия в 2008 г. недостаточно активно осваивали электронные ресурсы и даже имеющиеся web-страницы не использовали в должной мере как каналы найма работников.

По данным исследования 2012 г., 4,2 % респондентов отметили, что они трудоустроились через объявления в СМИ, Интернет. Анализ *возрастного распределения* выявил, что наиболее активно данные каналы для поиска работы использует молодежная группа (18–30 лет) – около 1/2 от всех трудоустроившихся через СМИ, Интернет (2008 г. – 55,5 %, 2012 г. – 47,6 %). Представители старших возрастных групп в значительно меньшей степени используют данный канал (в 2012 г. среди использовавших данные каналы респонденты в возрасте 50–59 лет составили 11,9 %, а лица старше вообще ими не пользовались) в связи с большей укорененностью на *внутреннем* рынке труда предприятий, меньшей потребностью в смене и поиске работы, наработанной системой социальных связей.

На сегодняшний день определенную статистику по использованию Интернета в качестве канала трудоустройства можно получить через сервисы статистики поисков Яндекс, Google, Tut.by и др. Так, статистика ключевых слов Яндекс по состоянию на 04.06.2013 г. показывает, что за месяц по региону Беларусь по ключевым словам «работа», «вакансии» и сопутствующим словосочетаниям и запросам было 468 647 поисков [4].

Распределение после окончания учебных заведений. Система распределения выпускников учебных заведений была одним из основных перераспределительных механизмов

на советском рынке труда. С развитием рыночных отношений система связей между учебными заведениями и предприятиями оказалась разорванной. Согласно имеющимся статистическим данным, из выпускаемых специалистов с высшим образованием около 1/3 – 1/4 подлежат распределению (2008 г. – 30,3 %, 2010 г. – 28,6 %, 2011 г. – 26,6 %), из подлежащих трудоустройству практически 90 % трудоустраивают (2008 г. – 86,1 %, 2012 г. – 88,6 %). Из выпускаемых специалистов со средним специальным образованием около 1/2 – 2/5 подлежат распределению (2008 г. – 47,3 %, 2010 г. – 43,2 %, 2011 г. – 39,4 %), из подлежащих трудоустройству около 80 % трудоустраивают (2008 г. – 79,8 %, 2012 г. – 82,4 %). Наиболее налажена система распределения и трудоустройства рабочих (служащих) с профессионально-техническим образованием, среди них трудоустраивают через систему распределения практически 80 % всех подготовленных рабочих (служащих): 2008 г. – 81,2 %, 2010 г. – 69,7 %, 2011 г. – 71,5 % (таблица 2) [5, с. 138–141].

По данным социологических исследований в 2008 г., респонденты указали, что они трудоустроились посредством системы распределения (15,0 %), в 2012 г. – 10,2 %. Данный канал в равной степени охватывает как первичный, так и вторичный сегменты рынка труда: в 2012 г. среди отметивших, что они трудоустроились через систему распределения, в равной степени представлены все категории работников: 9,1 % руководителей высшего звена, 12,0 % руководителей среднего звена, 10,9 % руководителей низшего звена, 13,9 % служащих и специалистов производственной сферы, 6,5 % рабочих и т. д.

В ходе проведения исследования была выявлена следующая *особенность*: использование данного формального канала трудоустройства *поддерживается использованием* таких каналов как обращение к знакомым и родственникам (неформальный), а также пря-

Таблица 2 – Выпуск и распределение специалистов в Республике Беларусь, тыс. чел.

Показатели	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.
Выпущено специалистов с высшим образованием	68,8	74,0	73,3	75,8
Численность выпускников с высшим образованием, подлежащих распределению	20,9	20,8	21,0	20,2
из них трудоустроено	18,0	17,6	17,9	17,9
Выпущено специалистов со средним специальным образованием	44,0	42,5	45,3	46,2
Численность выпускников со средним специальным образованием, подлежащих распределению	20,8	19,8	19,6	18,2
из них трудоустроено	16,6	16,0	15,6	15,0
Выпущено рабочих (служащих) с профессионально-техническим образованием	49,5	48,9	40,9	43,8
из них трудоустроено	40,2	35,1	28,5	31,3

мым обращением к нанимателю (формальный). Более 1/2 респондентов в возрастной группе до 25 лет, распределенных после окончания учебного заведения, использовали и неформальные каналы трудоустройства. Использование распределения после окончания учебного заведения в качестве *единственного и самостоятельного* канала в большей степени соответствует ожиданиям выпускников, не претендующих на престижные места с высоким уровнем оплаты.

Прямой набор через отделы кадров (непосредственное обращение к работодателю) относится к формальным каналам трудоустройства без участия формальных (официальных) посредников, базирующийся на индивидуальной инициативе соискателей и не использующий ресурсы социальных сетей. По данным проведенных исследований, в 2008 г. прямые обращения к работодателю, в отделы кадров *использовали* 37,1 % респондентов, *результативным* данный канал трудоустройства оказался для 33,3 % респондентов. Наиболее активно использовали данный канал работники *вторичного* сегмента: среди респондентов с общим базовым образованием 42,9 % использовали данный канал, с общим средним – 39,6 %, с профессионально-техническим образованием – 42,1 %. Для данной группы работников прямые обращения в отдел кадров, к нанимателю были *результативным* каналом трудоустройства: из обратившихся работников с общим средним образованием трудоустроились 4/5, а с профессионально-техническим – 3/4.

По данным 2012 г., устроились на работу, напрямую обращаясь в отделы кадров и к нанимателю, 43,8 % занятого населения Беларуси. Следует отметить возросшую результативность данного канала по сравнению с 2008 г. (+10,5 %) и более активное использование данного канала нанимателями для поиска работников. Среди тех, кто трудоустроился, используя данный канал, работники с общим средним образованием составили 22,8 %, средним специальным – 39,5 %, высшим – 21,3 %. Возрастное распределение устроившихся на работу посредством данного канала практически в равной мере представлено всеми возрастными группами (30–34 г. – 11,3 %, 35–39 л. – 10,3 %, 40–44 г. – 12,1 %, 45–49 л. – 14,0 %, 50–54 г. – 19,4 %, 55–59 л. – 11,3 %), только в молодежной группе показатели ниже (18–24 г. – 8,1 %, 25–29 л. – 9,0 %) в связи с тем, что в данной группе молодежь либо еще учится, либо трудоустраивается на первое рабочее место через систему распределения после окончания учебного заведения. Наиболее часто прямые обращения в отделы кадров для трудоустройства используют такие категории работников, как

рабочие в сфере промышленности, транспорта, торговли (31,8 % от трудоустроившихся через данный канал), служащие и специалисты непромышленной сферы (21,4 %), рабочие сельского хозяйства (11,4 %), руководители среднего и низшего звена (11,9 %), в отраслевом разрезе представлены практически все сферы.

Таким образом, данный канал трудоустройства является эффективным и в наибольшей мере соответствует ожиданиям соискателей, претендующих на занятость во *вторичном* сегменте *внутреннего* рынка труда на *крупных и средних* предприятиях независимо от формы собственности. Трудоустройство в первичный сегмент через данный канал ограничено. В первую очередь, предприятия предоставляют в открытый доступ данные о вакансиях *вторичного* сегмента *внутреннего* рынка труда – вакансиях рабочих средней и низкой квалификации, разнорабочих, в связи с наличием четких критериев найма и меньшим влиянием на результаты хозяйственной деятельности, оказываемым данной категорией работников. Высокая частота использования данного канала свидетельствует о достаточной эффективности согласования требований к соискателям и ожиданий соискателей.

Рекомендации знакомых. Рекомендации родственников. Трудоустройство с помощью знакомых и родственников опирается на существующие социальные связи, «сетевую укорененность» и социальный капитал соискателей. Социальная связь рассматривается социологами и социальными психологами как совокупность осознанных и неосознанных, необходимых и случайных, устойчивых и спонтанных зависимостей одних социальных субъектов от других [6, с. 406–407]. Данные социологического исследования 2008 г. выявили, что при поиске работы к знакомым *обращались* 39,6 %. Трудоустроились с их помощью 35,1 % респондентов, к родственникам обращались 14,4 %, а трудоустроились 5,0 % респондентов, то есть ресурсы социальных сетей при поиске работы использовали 55,0 % опрошенных респондентов. Большая результативность обращений к знакомым, чем к родственникам, при трудоустройстве объясняется тем, что *социальные связи* подразделяются на «*сильные связи*» (strong ties) – с близкими друзьями и родственниками и «*слабые связи*» (weak ties) – с дальними знакомыми и коллегами. «Слабые» связи являются более эффективными в процессе трудоустройства, нежели «сильные» за счет значительного расширения масштабов привлекаемой информации. «Сильные» связи могут быть более эффективны в экстремальных случаях, например, когда нет запаса времени на поиск работы [7].

Данный канал использовали работники как *первичного, так и вторичного* сегментов рынка труда: среди респондентов с высшим образованием – 44,5 %, со средним специальным – 31,7 %, с общим средним – 34,0 % и с профессионально-техническим образованием – 35,6 %. *Роль социальных сетей дифференцирована для различных возрастных групп:* в возрастной группе 18–30 лет ресурсы социальной сети при поиске работы использовали 2/3 респондентов, а в возрастной группе от 50 и старше данный ресурс задействовали менее 1/10 респондентов. Для молодежи использование социальных связей при трудоустройстве более значимо, поскольку объем их социального капитала невелик.

При *нормальном функционировании рынка труда* практика использования рекомендаций не замещает требований, предъявляемых к уровню квалификации, и не является механизмом дискриминации. Они могут дать *преимущество*, но лишь *ceteris paribus (при прочих равных условиях)*, то есть после того, как будут учтены те характеристики кандидатов на рабочие места, на которые можно формально опираться при найме. В этом случае социальные отношения работают как *поддерживающая рыночный обмен структура, дополняющая рыночные отношения работников и нанимателей*, порождая тем самым «резонансный» тип экономического поведения. Если рекомендации и связи становятся единственно определяющим фактором трудоустройства, фактически превращаясь в протекцию, не поддерживая, а *замещая рыночный обмен*, это ведет к развитию таких негативных социальных последствий на рынке труда, как закрытость определенных сегментов рынка, «блат» и т. д., порождая «диссонансный» тип экономического поведения [8].

В 2012 г. результативность использования социальных сетей (обращений к знакомым, родственникам) как канала трудоустройства снизилась, по сравнению с 2008 г. (2008 г. – 40,1 %, 2012 г. – 30,8 % респондентов), за счет возрастания эффективности прямых обращений

к работодателю, в отделы кадров. Однако данные исследования показали, основной функцией социальных сетей на белорусском рынке труда является информационное посредничество, направленное на *дополнение* рыночных отношений работников и нанимателей, и порождающее тем самым «резонансный» тип экономического поведения. В качестве основных причин найма их на работу 2/3 респондентов, использовавших ресурсы социальных сетей, указали на «знания и опыт работы», 2/5 – на «деловые качества, коммуникабельность», и только менее 1/10 – на «связи и знакомства».

ЛИТЕРАТУРА

1. Edwards, R. Market Segmentation / R. Edwards, M. Reich, D. Gordon. – N.Y., 1975. – 467 p.
2. Loveridge, R. Theories of Labour Market Segmentation / R. Loveridge, A. Mok. – Brussels, 1979. – 328 p.
3. Реализация активных мер политики занятости // Министерство труда и социальной защиты населения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mintrud.gov.by/system/extensions/spaw/uploads/files/Kopija-Realizatsija-aktivnyx-mer.pdf>. – Дата доступа: 02.05.2013.
4. Статистика поиска // Яндекс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://wordstat.yandex.ru/>. – Дата доступа: 02.05.2013.
5. Труд и занятость в Республике Беларусь: стат. сб. / Е.И. Кухаревич [и др.] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск, 2012 г. – 278 с.
6. Сивуха, С.В. Социальная связь / С.В. Сивуха // Социология: энциклопедия / сост. А.А. Грицанов, В.Л. Абушенко и др. – Минск: Книжный Дом, 2003. – С. 406–407.
7. Экономическая социология: новые подходы к институциональному и сетевому анализу / сост. и науч. ред. В.В. Радаев. – М.: РОССПЭН, 2002. – 280 с.
8. Соколова, Г.Н. Социальные сети в системе трудовых отношений / Г.Н. Соколова, Н.Н. Сечко, Е.В. Таранова, О.В. Кобяк. – Минск: Право и экономика, 2008. – 135 с.

SUMMARY

The main characteristics and methodological approaches to the study of the channels of employment have been described in the article. The analysis of the functioning of the channels of employment in the Belarusian labor market has been carried out on the basis of national case studies of the Institute of Sociology of NAS of Belarus in 2008 and in 2012. Their main characteristics and differentiation of the segments of the labor market have been identified.

Поступила в редакцию 17.06.2013 г.

УДК 316.334.22–053.6

Е.В. Таранова,

кандидат социологических наук, старший научный сотрудник
Института социологии НАН Беларуси

СТАБИЛЬНОСТЬ ЗАНЯТОСТИ И ТРУДОВОЕ ПОВЕДЕНИЕ МОЛОДЕЖИ НА БЕЛОРУССКОМ РЫНКЕ ТРУДА

Молодежь как социально-демографическая часть населения является более активной и мобильной в своем трудовом поведении по сравнению с другими возрастными

группами трудовых ресурсов и может характеризоваться менее стабильной занятостью на белорусском рынке труда. Последнее приобретает важное значение, поскольку сохране-