

Доклад
Закрепление и мотивация молодёжи в сельскохозяйственном производстве
Назарова У.А.

В рамках пилотного исследования проблем территориального маркетинга трудовых ресурсов, которое проводила кафедра «социологии труда и экономики предпринимательства» Института экономики, финансов и бизнеса Башкирского государственного университета в 2016 – 2017 г.г. выпускникам школ задавался вопрос: хотели бы они уехать из родного населённого пункта. Результаты получились пугающие: в городах уехать хотели больше половины опрошенных, а в сельской местности – более двух третей.

Безусловно, такое желание не всегда ведёт реализуется на практике. При этом отток как из сельской местности, так и из сельскохозяйственной отрасли лучших выпускников, увы, тенденция, которая уже несколько десятков лет присуща как нашей стране, так и в целом мировому сообществу. Пока это не сильно отразилось на доли сельскохозяйственного населения (с 2012 по 2015 год она уменьшилась в нашей стране всего на 1 %), но качественный состав трудовых ресурсов, к сожалению, страдает.

Глубинная причина такой ситуации на наш взгляд в том, что современные работники, а особенно молодёжь, стремятся к таким параметрам трудовой среды, которые слабо совместимы с сельскохозяйственным производством, а именно:

- благоприятные условия труда
- низкая напряжённость физического труда
- карьерный рост
- престижность занятости

Добавим сюда стремление молодёжи к развлечениям и путешествиям, для реализации которого необходима развитая инфраструктура и высокий уровень дохода.

Именно поэтому для сохранения отрасли становится всё более актуальным поиск технологий, способных закрепить людей в сельском хозяйстве и смотивировать на плодотворный труд на данном поприще.

Действительно, выбирая место приложения своего труда удовлетворение человека конечно же не попадает в единственную зависимость от заработной платы, и об этом говорили ещё классики теорий мотивации. Так, исконная характеристика рабочей силы - зависимость работника от окружающей обстановки: привычка к людям, месторасположение, условия труда и т.п. Ещё классик экономической мысли А.Маршалл совершенно справедливо писал о том, что продавцу кирпича совершенно все равно, где используется его товар – при постройке дворца или канализации, чего нельзя сказать о работнике. Чтобы молодой человек был мотивирован на производительный труд, мало сойтись в цене, ведь для работника будут важны и место расположения, и окружение, и престиж выполняемой деятельности, а также много других социально-психологических параметров. И вот здесь появляется задача: найти привлекательные параметры сельскохозяйственного труда, связать их с глубинными ценностями и преподнести их молодёжи. К таким привлекательным параметрам можно отнести:

- экологичность среды для жизни и работы,
- гуманную и теплую среду межличностных отношений,
- возможность продолжать дело своих родителей,
- вклад в жизнеобеспечение людей.

Очень часто молодые люди не осознают ценностей, лежащих глубоко, а видят красочную «обертку» таких факторов, как деньги, престижность, веселье шумного города. К сожалению, телевидение поддерживает интерес молодёжи отнюдь не к сельскохозяйственной жизни.

В ходе кадрового форума, проходившего в Республики Башкортостан в 2017 г. удалось провести эксперимент. Проводя мотивационный тренинг, в самом начале я спросила у молодёжи: кто хочет уехать из своего района? Таких было 80%. После того, как мы вместе искали аргументы «за» и «против» и вскрыли данные глубинные ценности, желающих уехать стало более чем в два раза меньше. Таким образом, аргументация с использованием тренинговых технологий, на наш взгляд, была бы весьма действенным инструментом для решения задачи удержания молодёжи на селе. При этом важно не только ярко очертить ценности работы в сельском хозяйстве, но и вскрыть призрачность благ карьеры в городе, показав в цифрах и фактах степень конкуренции, с которой придётся столкнуться молодёжи.

Однако аргументацию будет проводить тем легче, чем больше будет соответствия условий работы на селе ожиданиям современной молодёжи. И даже при ограничении ресурсной базы, на наш взгляд, кое-что можно сделать. Например, у молодёжи высока потребность путешествовать. Значит, руководителю организации следует сделать упор на организацию стажировок и командировок. И даже если у сельхозорганизации нет средств на зарубежные поездки, вполне можно разработать программу по обмену опытом в пределах страны. Другой пример: молодёжь стремится к новому и любит социальный престиж. Чтобы удовлетворить эту потребность, руководитель может поискать варианты внедрения новых интересных должностей, а образовательное учреждение – к внедрению новых профессий.

Возьмём, к примеру, Атлас профессий, разработанный коллективом СКОЛКОВО. Там мы увидим такие профессии сельского хозяйства, как: сити-фермер, ГМО-агроном, архитектор живых систем и др.

К сожалению, современное состояние мотивационной среды молодёжи вызывает всё большую тревогу у работодателей. По мнению работодателей, выступающих на открытых площадках Республики Башкортостан, именно излишняя амбициозность, сочетающаяся с глубокой пассивностью и отсутствием интереса к трудовой деятельности современной молодёжи служит тормозом к росту производительности труда и, как следствие, к росту заработной платы. Как справедливо пишет профессор Института бизнеса и делового администрирования РАНХиГС А. Кочеткова «Поколение Y российского образца росло в семьях, где родители всеми силами старались создать типичные условия. В этой среде появился пласт молодёжи, не способной принимать жизнь, как она есть, требующей угождения и даже услужения себе... Так сложилась базовая установка игреков: не напрягаться, которая часто соседствует с сильным эгокомплексом... даже изначально игреки предложения о найме воспринимают буквально: их пригласили – значит работодатель должен испытывать заведомую благодарность ... и создать им тепличные условия».

Для того, чтобы поднять мотивационный уровень, можно использовать немногочисленные методы, например:

1. Мотивационные тренинги, где реализуется методика регресса до 5 лет (игры с фантастической реальностью, объясняшки, угадки, трансовые техники и т.п.), которые способны скорректировать мотивационную картину.
2. Воздействие авторитетом и давлением группы: молодёжные форумы, школы по саморазвитию, контакт с молодёжью значимых лиц и признанных авторитетов, тренинги профориентации и социальной адаптации и т.п.
3. Вовлечение (основано на привыкании человека к параметрам трудовой среды): стажировки, производственные практики, инновационный автобус профориентации, дуальное обучение, неделя открытых предприятий (немецкий опыт), World skills - олимпиада мастерства в рабочих профессиях и т.п.

Кроме того, непосредственно в организации можно реализовать множество мотивационных инструментов, вопрос только в грамотности и системности работы служб персонала.

В заключении стоит отметить, что если объективные параметры внешней среды не способствуют мотивации на сельскохозяйственные профессии, эффективно реализовать данные инструменты проблематично. Так, пока наибольшие темпы роста будет демонстрировать средняя заработная плата в отраслях «финансы» и «государственное управление», не о какой существенной мотивации молодёжи в закрепление на селе говорить не приходится.