

## Ленинградская область: в поисках путей развития трудовых ресурсов региона

Анна Сафонова

руководитель исследовательского отдела

Агентства Социальной Информации

*В статье рассматриваются некоторые результаты эмпирического социологического исследования, посвященного ключевым характеристикам трудовых ресурсов Ленинградской области с точки зрения трудовой мобильности. Представлены данные о месте фактической и желательной занятости, а также факторах, влияющих на активность жителей региона в поиске возможностей повышения своего благосостояния.*

На протяжении ряда лет Ленинградская область находится в фазе активного экономического роста. Регион оценивается как привлекательный для инвестирования, развиваются высокотехнологичная промышленная база и сельское хозяйство, туристическая и многие другие отрасли. Соответственно, возрастает спрос на трудовые ресурсы, отвечающие потребностям обновляющегося региона. Что, в свою очередь, формирует условия для повышения благополучия местного населения и иммигрантов.

Актуальным становится вопрос, – в какой мере Ленинградская область в целом и ее отдельные районы в частности могут рассчитывать на ключевой ресурс любой системы – человеческий капитал, – и какие способы эффективного управления трудовыми ресурсами могут использовать, чтобы сохранить и увеличить набранные темпы роста.

Данная проблема является многопрофильной и включает в себя несколько измерений:

- Обеспеченность региона трудовыми ресурсами – наличие в регионе достаточного числа потенциальных работников, соответствующих потребности работодателей по критериям образования, квалификации, физиологических характеристик.
- Трудовая мобильность – психологическая готовность трудоспособного населения региона планировать модель своего трудоустройства в зависимости от ожидаемой выгоды и способность самостоятельно искать возможности для улучшения своего благосостояния.
- Адаптивность поведения государственных и негосударственных работодателей – гибкое стимулирование существующих трудовых ресурсов и привлечение дополнительной рабочей силы извне, влияние на миграционные процессы.

В исследовании, проведенном Агентством Социальной Информации в феврале – апреле 2005 года, основной целью ставилось выявить возможности и ограничения социально-экономического роста Ленинградской области в ближайшей перспективе с точки зрения существующих тенденций модификации качественных характеристик трудовых ресурсов региона.

Для составления по возможности полной и объективной картины рынка труда Ленинградской области, было решено провести два принципиально разных опроса:

1. Экспертный – в качестве экспертов были приглашены представители следующих сфер деятельности, имеющие влияние на социально-экономическое развитие соответствующих районов:
  - Главы муниципальных образований
  - Депутаты ЗАКСа Ленинградской области
  - Представители отдельных комитетов Правительства Ленинградской области, обладающие информацией по проблематике исследования
  - Главы крупных коммерческих предприятий и общественных организаций районов

- Представители печатных средств массовой информации

2. Массовый – исследование проводилось методом телефонных интервью по квотной выборке, репрезентирующей городское население Ленинградской области в возрасте 18 лет и старше. Всего было опрошено 400 респондентов в четырех районах – Выборгском, Гатчинском, Тихвинском и Тосненском. Отбор респондентов внутри домохозяйств осуществлялся по методу систематического случайного отбора. Статистическая погрешность при объеме выборки в 400 человек не превышает 4,9%.

В данной статье мы акцентируем одно из направлений исследования – реальное и желательное место работы и проживания, а также особенности получения информации о возможностях трудоустройства.

### Индивидуальная маятниковая миграция

Одним из базовых видов трудовой мобильности является маятниковая миграция – регулярные выезды части населения на работу в место, отличное от места постоянного проживания – в другой город или сельскую местность своего района, в другой район области, в другой регион (например, в Санкт-Петербург), в другую страну.

Показатель маятниковой миграции имеет значение для понимания, в какой степени собственный район проживания удовлетворяет потребности жителей за счет предоставления трудоустройства, соответствующего их потребностям и возможностям (см. диаграмму 1, вопрос задавался только занятой части населения, число опрошенных 248 человек).



Диаграмма 1

Большинство опрошенных – 76,3% – работают в своем городе. Цифра находится в пределах нормы, более низкая доля занятых по месту постоянного проживания свидетельствовала бы о серьезном дисбалансе районного рынка труда. 22,5% нашли работу в другом населенном пункте.

Очевидно, что Санкт-Петербург предлагает определенные преимущества в сфере трудоустройства, потому каждый седьмой респондент тратит от часа до четырех на дорогу в одну сторону до работы в Санкт-Петербурге, несмотря на то, что в Ленинградской области не существует выраженного дефицита рабочих мест.

8% респондентов нашли удовлетворяющее их трудоустройство в Ленинградской области – в другом городе своего района (3,6%) и в другом районе (4,4%).

В абсолютных числах приведенные проценты означают, что из каждой тысячи трудоустроенных людей, живущих в городах опроса, в среднем 44 человека платят налоги с доходов в бюджет другого муниципального образования области, 137 человек – в бюджет Санкт-Петербурга, и 4 человека – в бюджет Финляндии.

В наиболее благоприятном для экономики района положении находятся Тихвинский и Выборгский районы – по 91% жителей работают в собственном районе. Доля трудовых мигрантов составляет 60 и 120 человек соответственно из тысячи занятых. Относительно стабильно положение Гатчинского района – три четверти трудоустроенных остаются в пределах одного муниципального образования. Тосненский район теряет наибольшее число своих трудовых ресурсов – только в сумме 63% занятых приносят доход району, 50 человек из тысячи предпочли для работы другой район области, а каждый третий работает в Санкт-Петербурге. Сложившееся положение оценивается как неблагоприятное для района – бюджет муниципального образования выделяет дотации на социальное обеспечение граждан при этом не получает возврата своих вложений в виде налогов.

### Выбор предпочтительного места жительства

Вопрос о желательном месте постоянного проживания является важным индикатором по следующим позициям:

- Позволяет косвенно оценить удовлетворенность населения совокупностью имеющихся у людей условий жизнедеятельности
- Выявляет сформированность предпочтений населения относительно места жительства и работы, то есть косвенно определяет и готовность к трудовой мобильности
- Дает представление об имидже того или иного района, региона, страны на основе частоты упоминания их как предпочтительных для проживания. Подчеркнем, что в вопросе трудовой мобильности принципиально несущественно, в какой мере сложившийся имидж района соответствует действительности, потому что у большей части мобильного населения нет возможности проверить реальность образа заранее, а, следовательно, при принятии решения о переезде основную роль будет играть мифологизированный образ района.

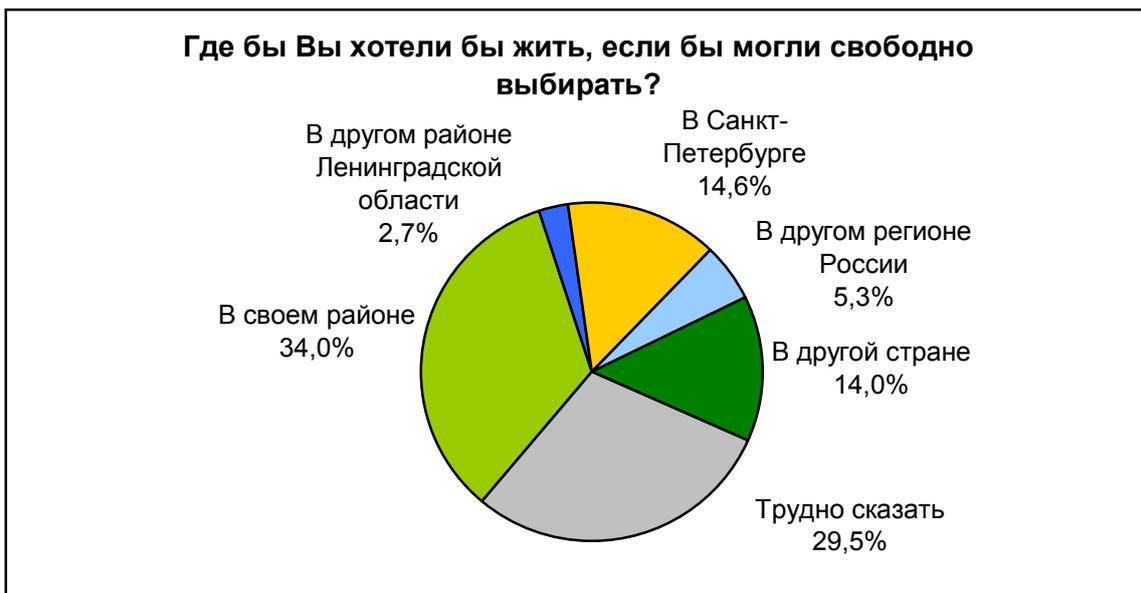


Диаграмма 2

Отметим значительные вариации мнений респондентов: доли тех, кто хотел бы остаться в своем районе, уехать в другое место и не может сказать ничего определенного, примерно равны, соответственно 34,0%, 36,5% и 29,5%.

Это означает, что доля в той или иной мере удовлетворенных условиями жизни невысока – только один человек из трех остался бы в собственном районе при возможности свободного выбора. Отметим, что данный индикатор выявляет не просто долю недовольных теми или иными деталями проживания или работы, а тот срез мнений, который имеет высокую вероятность превратиться в намерение при соответствующих возможностях. Иначе говоря, по мере развития соседних регионов может сложиться ситуация, когда значительная часть населения покинет область.

При этом каждый седьмой из опрошенных хотел бы переехать в Санкт-Петербург, что примерно совпадает с долей работающих в данном городе. Такое же число ответов приходится на тех, кто при возможности уехал бы в другую страну. Наиболее популярна среди жителей Ленинградской области Финляндия как страна, граничащая с регионом, что позволяет лучше знакомиться с особенностями жизни в ней. Так же относительно часто называли европейские страны – Германию и Францию, - а также США. Единичные упоминания пришлись на страны СНГ, ряд стран Европы и экзотические страны – вероятно, основным мотивом выступала смена климата.

Существует вероятность, что с развитием транспортных путей население удаленных от Санкт-Петербурга районов предпочтет Санкт-Петербург как место работы, поэтому необходимы дополнительные стимулы для удержания трудовых ресурсов в районе: число тех, кто желал бы переехать в другой район Ленинградской области, невелико – 13 человек из 400 (2,7%). Среди них наиболее привлекательна Гатчина и Кириши. Другие районы Ленинградской области даже потенциально не берутся в расчет как возможные источники повышения благополучия работника. Причины этому могут быть как объективные (альтернативные варианты трудоустройства в других районах не являются более выгодными), так и субъективными (альтернативные выгодные варианты есть, но информации о них нет, поэтому они не существуют для работников).

Наконец, каждый третий опрошенный не имеет даже приблизительного представления о том, где он мог бы найти условия жизнедеятельности, подходящие ему. Это свидетельствует о довольно низкой готовности к действительному изменению своей жизненной стратегии, включающей и трудоустройство в случае наступления экономических и социальных изменений.

По критерию потенциальной миграции районы делятся на три группы:

Выборгский район. Наиболее высокая доля определившихся в своих предпочтениях, а также наибольшее число лояльных жителей. В качестве желательного места жительства называют другую страну, обычно Финляндию.

Гатчинский и Тосненский район. Невысокая доля готовых при любой возможности остаться в собственном районе, четкие предпочтения по проживанию у меньшего числа жителей по сравнению с Выборгским районом.

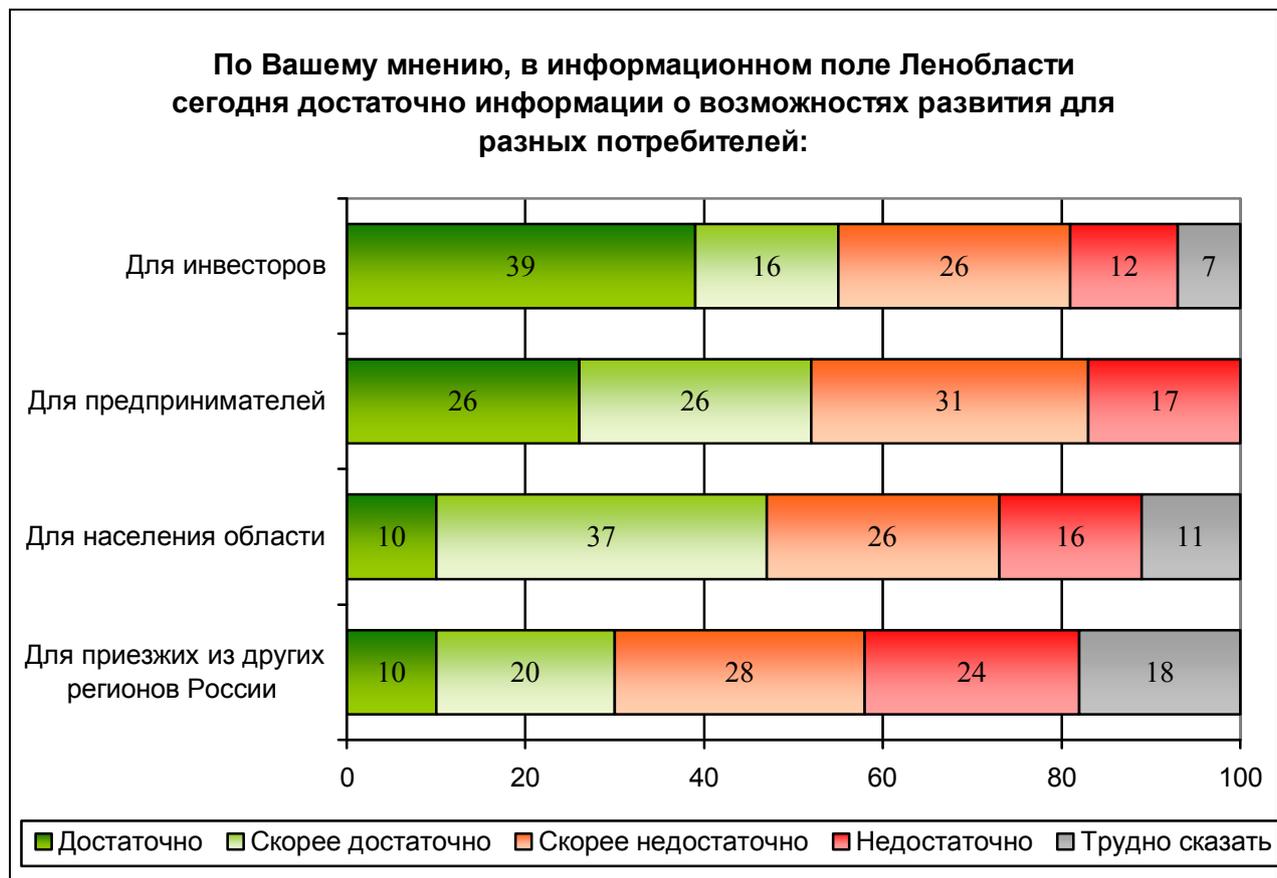
Тихвинский район. Ситуация крайне неблагоприятная – только 13% жителей остались бы в районе, при условии свободного выбора. Около 40% мигрировали бы в другое место. И практически каждый второй не знает, где мог бы найти лучшие условия жизнедеятельности для себя, даже гипотетически, что, даже в случае психологической готовности к переменам, неизбежно станет препятствием трудовой мобильности на этапе реализации.

### **Информационное поле**

Развитие человеческого потенциала обеспечивается не только на экономическом уровне, но и за счет повышения доступности информации о возможностях, которые предоставляет рынок труда Ленинградской области со стороны предложения. Общая стратегия в формировании кадрового потенциала региона и привлечении внешних трудовых ресурсов связана с созданием единого комплексного информационного пространства, обеспечивающего условия распространения данных о существующей структуре спроса на труд, так как намерение работать по той или иной специальности во многом зависит от степени осведомленности о специфике данного вида трудоустройства, а также от разнообразных характеристик района, в котором расположено предприятие.

В информационном поле Ленинградской области присутствует 21 телекомпания с разной зоной охвата, 15 радиостанций, периодически выходят до 70 названий печатных изданий, суммарный тираж которых составляет около 560 тысяч экземпляров. С помощью СМИ, а также публикации информации в сети Интернет и целевого распространения материалов, государственные и частные структуры, организации региона могут адресно, по районам, давать сведения, на основе которых инвесторы и работники принимают решение о выборе месте работы/вкладывания средств.

На диаграмме 3 отображены оценки экспертов по степени достаточности информации о возможностях развития для разных целевых аудиторий (приведено процентное распределение ответов от общего числа экспертов).



**Диаграмма 3**

Проведенный анализ экспертных оценок позволяет выделить две группы потребителей информации по степени возможности ее получения. К первой относятся крупные инвесторы и отдельные предприниматели. Государственные структуры заинтересованы в привлечении новых источников материальных и финансовых средств в экономику области. Поэтому ими по запросам выдаются данные, позволяющие сделать заключение о привлекательности тех или иных районов. Кроме того, эта группа обладает большими возможностями обратиться к деловой прессе и воспользоваться сетью Интернет. При этом экспертами подчеркивается, что в открытом доступе материалов по инвестиционному климату недостаточно – региональные СМИ не уделяют этой тематике должного внимания. Однако в целом эксперты придерживаются мнения, что при определенных усилиях инвесторы и предприниматели могут получить необходимую им информацию, хотя признается, что инвесторам осуществить это несколько проще.

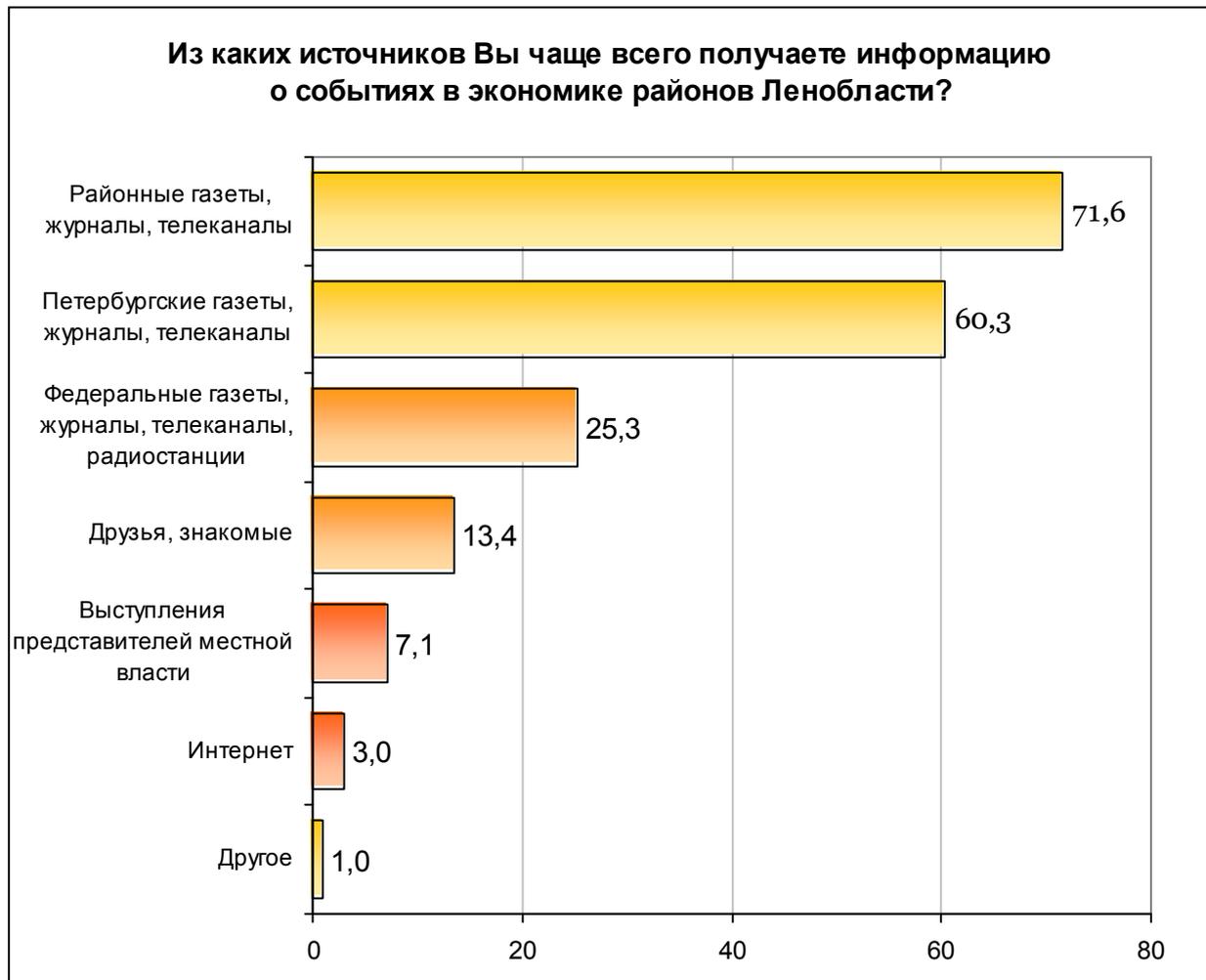
Возможности населения Ленинградской области и приезжих из других регионов России получить сведения о возможностях повышения своего благополучия эксперты оценивают более пессимистично. Называют несколько основных причин.

- Во-первых, материалы местных СМИ обычно посвящены событиям в собственном районе, сбора и обобщения информации до областного уровня не происходит. Соответственно, снижается уровень информированности о происходящем в других районах – то есть для населения и приезжих фактически исчезает большая часть рынка предложения труда со стороны граждан.
- Во-вторых, публикация материалов по возможностям трудоустройства для предприятий и организаций является платной, и лишь некоторая часть компаний готова оплатить статьи для привлечения новых сотрудников.
- В-третьих, государственные структуры на данном этапе не ведут целенаправленную политику по информированию населения и повышению трудовой мобильности человеческих ресурсов. Так, в правительстве Ленобласти нет специалиста по информационному обеспечению деятельности органов государственной власти и органов местного самоуправления (данные предоставлены экспертом).
- В-четвертых, службы занятости дают информацию о возможностях трудоустройства только по своему району. Кроме того, большинство работодателей обходится без обращения в службы занятости. Данные о ситуации на рынке труда; о профессиях, пользующихся спросом; о требованиях профессий к человеку (состояние здоровья, уровень развития способностей, образование, возраст и др.); о возможности профессионального обучения, организации индивидуальной трудовой деятельности – предоставляются на платной основе, соответственно лишь небольшая часть населения может воспользоваться этими полезными сведениями. При этом основной проблемой при обзоре возможностей переехать в другое место является даже не дефицит информации о трудоустройстве, а практически полное отсутствие информации о рынке жилья и недвижимости.
- В-пятых, сложившаяся у населения культура потребления информации не сформировала привычки обращения к местным СМИ в качестве источника сведений о трудоустройстве – в рейтинге популярности лидируют федеральные СМИ, а они не могут быть предоставит данные о перспективах карьерного пути в том или ином районе.

Таким образом, информационное поле Ленинградской области, согласно полученным экспертным оценкам, характеризуется выраженным дефицитом находящейся в свободном доступе информации о ситуации на рынке труда: о профессиях, пользующихся спросом; о требованиях профессий к человеку (состояние здоровья, уровень развития способностей, образование, возраст и др.); о возможности профессионального обучения, организации индивидуальной трудовой деятельности. Меньше всего возможностей получить данные сведения у наиболее нуждающихся в них группах, составляющих существующие и потенциальные трудовые ресурсы Ленинградской области. Выявленная тенденция ограничивает развитие человеческого капитала региона, существенно затрудняя эффективное перемещение трудовых потоков.

**Источники информации о развитии экономики Ленинградской области**

На диаграмме 4 представлены основные источники, к которым обращаются жители Ленинградской области для получения информации об экономическом развитии региона.



**Диаграмма 4\***

\* > 100%, множественный выбор

Среди возможных источников информации абсолютными лидерами являются средства массовой информации, причем в основном районные (71,6%) и петербургские (60,3%). В ходе экспертного опроса было выявлено, что районные СМИ, как правило, публикуют информацию о событиях местного масштаба и не затрагивают все районы области. В петербургских же СМИ акцент также идет на происходящее в городе. Федеральные СМИ значимы по данному вопросу в меньшей степени (25,3%), и это естественно – на федеральном уровне, в силу разнообразия охвата тем, материалы обычно включают только самую общую информацию по отдельному региону. В целом маловероятно, что материалы СМИ дают возможность составить полноценное представление о развитии экономики каждого из районов.

Возможности "сарафанного радио" и неформального общения используются довольно редко – только каждый восьмой респондент получает информацию по темам, касающимся развития региона, от друзей и знакомых.

Менее всего задействованы ресурсы, которое обладают наибольшим потенциалом по комплексному информированию о событиях в экономике Ленинградской области – выступления представителей местной власти (7,1%) и Интернет (3,0%). Представители муниципальных властей имеют возможность контактировать с различными уровнями

областных властей, и, соответственно, получать достаточное количество разнообразной информации, которую могли бы представить жителям при личных встречах или посредством целевой рассылки материалов.

Интернет также предоставляет множество данных по тематике экономики региона – так, существует крупный Интернет-портал Правительства Ленинградской области, а также портал, объединяющий все печатные СМИ области. Кроме того, целесообразно осуществлять тематический поиск по любым российским СМИ. Однако в силу объективных причин – невысокого уровня телефонизации в среднем по региону и малое присутствие Интернет-провайдеров на телекоммуникационном рынке, возможности Интернета жителями области практически не используются.

### **Выводы**

Результаты исследования позволяют сделать предположение, что, по мере развития соседних регионов, может сложиться ситуация, когда значительная часть населения планирует покинуть область – доля в той или иной мере удовлетворенных своими условиями жизнедеятельности невысока, только один человек из трех остался бы в собственном районе при возможности свободного выбора. Но каждый третий житель региона не имеет даже приблизительного представления о том, где он мог бы найти условия жизнедеятельности, подходящие ему. Это свидетельствует о довольно низкой готовности к немедленному действительному изменению своей жизненной стратегии, включающей и трудоустройство.

Для людей, определившихся в своих предпочтениях по месту жительства, наиболее привлекателен Санкт-Петербург, куда хотел бы переехать каждый седьмой из опрошенных, что примерно совпадает с долей работающих в данном городе, согласно данным опроса.

Районы Ленинградской области как желательное место жительства упоминались чрезвычайно редко. Это свидетельствует о том, что респонденты не рассматривают собственный регион как потенциальный источник повышения своего благосостояния. Вероятной причиной является низкая информированность жителей области о возможностях развития и трудоустройства, которые имеются в том или ином районе.

Информационное поле региона выступает значимым фактором, связанным с психологической готовностью населения к роли активных, мобильных участников рынка труда – чем более удовлетворена потребность человека в информации, касающейся событий в экономике области, тем больше он ориентирован на самостоятельный поиск возможностей повысить свое благосостояние. Однако доступные жителям источники данных в основном предоставляют сведения по району проживания или Санкт-Петербургу. Этот факт сужает круг поиска трудовых альтернатив для жителей области. Закономерным следствием является то, что при свободе выбора только 3,3% опрошенных выбрали бы в качестве места жительства и работы другой район Ленинградской области, а большинство остались бы в своем районе или переехали бы в Санкт-Петербург.