УДК 316.334.2

Заикина Дарья Сергеевна
Студент 2 курса
Факультет государственного сектора
Новосибирский государственный университет экономики и управления
Россия, г. Новосибирск
Рубцова Дарина Дмитриевна
Студент 2 курса
Факультет государственного сектора
Новосибирский государственный университет экономики и управления
Россия, г. Новосибирск

ФАКТОРЫ МОТИВАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОВЕДЕНИЯ МОЛОДЕЖИ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ РЕАЛЬНОСТИ

Аннотация. *В рамках данной статьи проводится анализ того, как молодежь, как одна из самых динамичных и активных социальных групп, подвергается влиянию различных факторов, формирующих ее экономическое поведение. Современная социально-экономическая реальность характеризуется множеством изменений, касающихся как глобальных, так и локальных аспектов экономической жизни. В условиях нестабильной экономической ситуации, изменяющихся рынков труда и новых форм занятости, необходимо понимать, какие именно факторы мотивируют молодежь к определенным экономическим действиям. Исследование этих мотивов представляет собой актуальную задачу, способную освятить ключевые аспекты экономической активности молодого поколения.*

Annotation. *This article analyzes how young people, as one of the most dynamic and active social groups, are influenced by various factors that shape their economic behavior. The modern socio-economic reality is characterized by many*

changes concerning both global and local aspects of economic life. In an unstable economic situation, changing labor markets and new forms of employment, it is necessary to understand what factors motivate young people to take certain economic actions. The study of these motives is an urgent task that can highlight key aspects of the economic activity of the younger generation.

Ключевые слова: *экономика, социально-экономическая реальность, молодежь, поведение, экономическое поведение.*

Key words: *economics, socio-economic reality, youth, behavior, economic behavior.*

Мотивация, как ключевое понятие в психологии и экономике, представляет собой внутреннюю силу, которая побуждает индивида к определённым действиям и выбору. В экономическом контексте мотивация может быть определена как совокупность факторов, влияющих на принятие решений, связанных с потреблением, инвестициями и производственной деятельностью. Она формируется под воздействием как внешних (социальных, культурных, экономических), так и внутренних (личные ценности, убеждения, желания) факторов [1].

Теория ожиданий, разработанная В. Врумом, подчеркивает, что мотивация напрямую связана с ожиданием успеха. В этой теории предполагается, что действия человека зависят от его ожиданий относительно результатов. Если личность верит, что усилия приведут к желаемому результату, она будет более склонна к активным действиям. Таким образом, мотивация является не только результатом внешних влияний, но и внутренней убеждённости индивида. Основную роль мотивации в экономическом поведении молодежи можно объяснить через призму теории самоопределения. Согласно этой теории, молодые люди стремятся к удовлетворению своих потребностей в автономии, компетентности и связанности с окружающими. При наличии высоких уровней этих потребностей, молодежь проявляет большую заинтересованность в экономической активности. Например,

молодежь, чувствующая себя способной и нужной в обществе, с большей вероятностью будет активно участвовать в экономических процессах, таких как предпринимательство или общественные инициативы [2].

Кроме того, мотивация имеет прямое влияние на уровень вовлечённости молодежи в экономическую деятельность. Высокая степень мотивации может быть связана с более высокими показателями трудовой активности, а также с желанием обучаться и развивать свои навыки. В современных условиях, когда рынок труда становится всё более конкурентным, молодые люди стремятся к постоянному саморазвитию, что, в свою очередь, формирует их экономическое поведение. Это явление ярко демонстрирует влияние социальных медиа, которые служат платформой для обмена знаниями и опытом, способствуя тем самым повышению мотивации к обучению и самосовершенствованию [2].

Мотивация также играет значительную роль в формировании потребительских привычек молодежи. Исследования показывают, что молодежь всё чаще ориентируется на ценности устойчивого развития и социальную ответственность. Это свидетельствует о том, что в их мотивации не последнюю роль играют не только личные выгоды, но и более широкие социальные и экологические аспекты. Например, молодые люди, осознающие необходимость защиты окружающей среды, могут предпочесть экологически чистые продукты, даже если они стоят дороже [3].

Социально-экономические условия, в которых развиваются молодые люди, выступают ключевыми детерминантами, формирующими их экономическое поведение и карьерные устремления. К числу таких факторов можно отнести уровень образования, доступность рабочих мест, социальное неравенство, а также экономическую стабильность.

Во-первых, уровень образования непосредственно влияет на мотивацию молодежи. В условиях высокой конкуренции на рынке труда наличие качественного образования становится важным условием для успешной карьеры. Молодежь, обладая высокой степенью образования, чаще стремится

к профессиональному росту и самореализации. Исследования показывают, что выпускники вузов имеют более высокие доходы и лучшие карьерные перспективы по сравнению с теми, кто не закончил учебное заведение (это связано с повышенным спросом на высококвалифицированных специалистов). Таким образом, стремление к обучению становится мощным стимулом для молодежи [3].

Во-вторых, доступность рабочих мест создает условия для экономической активности молодежи. В регионах с высоким уровнем безработицы молодежь сталкивается с ограниченными возможностями трудоустройства. Это приводит к снижению мотивации, так как отсутствие стабильного дохода и уверенности в будущем формирует негативное восприятие экономической ситуации. В таких условиях молодежь может прибегать к временной занятости или, что еще хуже, к неформальной экономике, что, в свою очередь, ограничивает их возможности для развития [3].

Социальное неравенство также представляет собой значимый фактор. В условиях, когда различия в доходах становятся все более ярко выраженными, молодежь может чувствовать себя обделенной. Социальные лифты, которые должны обеспечивать возможность upward mobility (восходящей мобильности), не всегда функционируют эффективно. В результате, ощущение несправедливости может приводить к социальному недовольству и апатии. Определенные исследования показывают, что молодежь из менее обеспеченных слоев общества зачастую менее мотивирована к достижению высоких результатов, поскольку их ожидания не соответствуют реальным возможностям [3].

Экономическая стабильность государства также влияет на мотивацию молодежи. В условиях кризиса и неопределенности, когда экономические перспективы кажутся сомнительными, молодые люди склонны откладывать принятие решений о своем будущем. Они могут выбирать более консервативные пути, такие как стабильная работа, вместо того чтобы

рисковать и открывать собственное дело. В свою очередь, экономическая стабильность может создавать более благоприятные условия для инвестиций в образование и развитие карьеры.

Образовательная среда предоставляет молодежи возможность не только приобретать знания, но и формировать определенные установки по отношению к экономическим явлениям. Важно отметить, что именно образовательные учреждения являются основными катализаторами изменений в экономическом поведении молодых людей (развитие финансовой грамотности, понимание рыночных механизмов и др.).

В рамках теории человеческого капитала, разработанной Гэри Беккером, подчеркивается, что инвестиции в образование приводят к повышению продуктивности и, соответственно, к увеличению доходов. Наиболее значительным фактором здесь выступает качество получаемого образования, которое включает в себя как академические знания, так и практические навыки. Не менее важно учитывать и социальное окружение, где происходит обучение. В этом контексте образовательные учреждения могут стать местом, где молодежь формирует свои экономические предпочтения и поведение (например, через участие в студенческих клубах, бизнес-инкубаторах и т.д.) [4].

Кроме того, взаимодействие с преподавателями и сокурсниками играет важную роль в формировании экономических установок. Преподаватели, обладающие высоким уровнем квалификации и опытом работы в реальном секторе экономики, могут служить примером для студентов, вдохновляя их на профессиональные достижения. В то же время, общение с единомышленниками способствует обмену идеями и расширению кругозора, что также влияет на принятие экономических решений.

Одним из ключевых аспектов, который следует учитывать, является влияние социокультурного контекста. В разных странах образовательные системы варьируются, и это, в свою очередь, формирует различные подходы к экономическому поведению молодежи. Например, в странах с высоким

уровнем финансовой грамотности в образовательной программе акцент делается на практические навыки управления финансами, тогда как в странах с низким уровнем таких знаний молодежь может сталкиваться с трудностями в принятии финансовых решений.

Необходимо также отметить, что образовательная среда, помимо формирования знаний и навыков, может влиять на мотивацию молодежи. Мотивационная теория, представленная в работах Абрахама Маслоу, акцентирует внимание на важности потребностей, которые могут быть удовлетворены через получение образования. Молодежь, стремящаяся к самореализации и достижению успеха, чаще всего выбирает направление, способствующее не только карьерному росту, но и улучшению финансового положения [5].

Мотивация молодежи к экономическому поведению становится предметом активного изучения. Разные страны демонстрируют различные подходы к формированию мотивационных факторов, что обусловлено культурными, экономическими и политическими контекстами. В данной работе будет проведен сравнительный анализ мотивации молодежи в нескольких странах, таких как Япония, Германия и Бразилия, с акцентом на их особенности.

В Японии молодежь часто мотивирована на успех и стабильность, что объясняется концепцией "гуманоидного капитализма"(рисунок 1). Эта теория подчеркивает важность баланса между личными амбициями и коллективными интересами. Японская молодежь стремится к долгосрочным целям, что связано с высокой ценностью, придаваемой образованию и карьере. В этом контексте, стоит отметить, что японская система образования акцентирует внимание на дисциплине и упорстве (что также отражает культурные традиции страны). В результате, молодежь в Японии ориентирована на профессиональный рост и получение статуса в обществе [6].

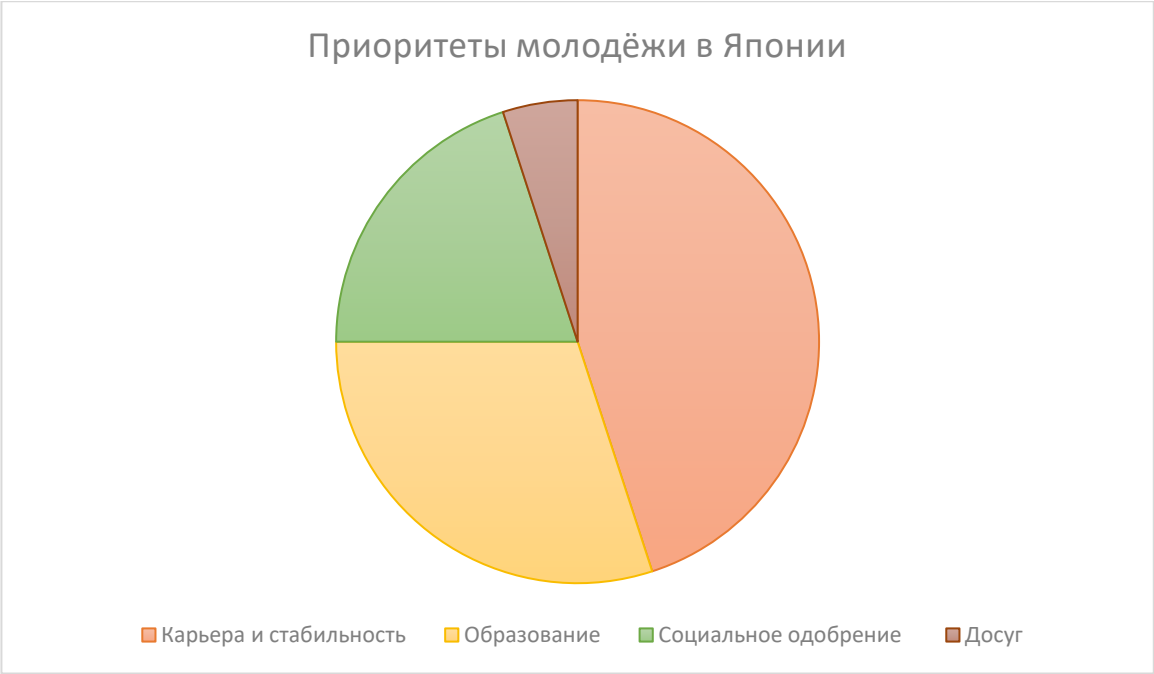

Рисунок 1. Мотивации молодёжи в Японии

В Германии можно выделить другую мотивационную динамику (рисунок 2). Здесь молодежь в значительной степени ориентирована на инновации и предпринимательство. В соответствии с теорией "социального капитала", которая описывает взаимосвязи и сети, молодежь активно использует свои социальные связи для достижения успеха. Немецкая система образования акцентирует внимание на практической подготовке, что способствует формированию предпринимательского мышления. Молодые люди имеют доступ к множеству программ поддержки стартапов, что также влияет на их мотивацию к созданию собственных бизнесов [7].

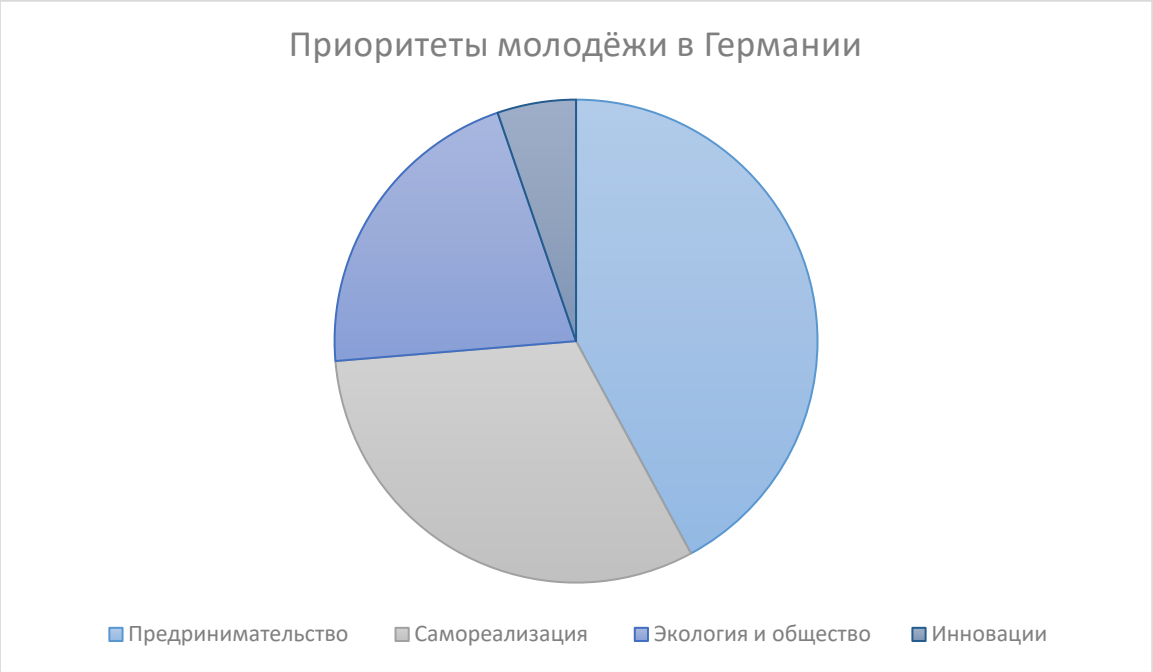

Рисунок 2. Мотивации молодёжи в Германии

На контрасте с вышеупомянутыми примерами, Бразилия демонстрирует более сложную мотивационную картину (рисунок 3). В условиях экономической нестабильности и высокого уровня безработицы, мотивация молодежи зачастую связана с выживанием, а не с достижением долгосрочных целей. Здесь актуальна концепция "адаптивной мотивации", которая подразумевает необходимость быстрого реагирования на изменяющиеся условия рынка труда. Молодежь в Бразилии, в отличие от японской и немецкой, часто ищет временные или неформальные способы заработка. Это может привести к снижению интереса к образованию и профессиональной подготовке, что является негативным фактором для будущего экономического роста страны [8].

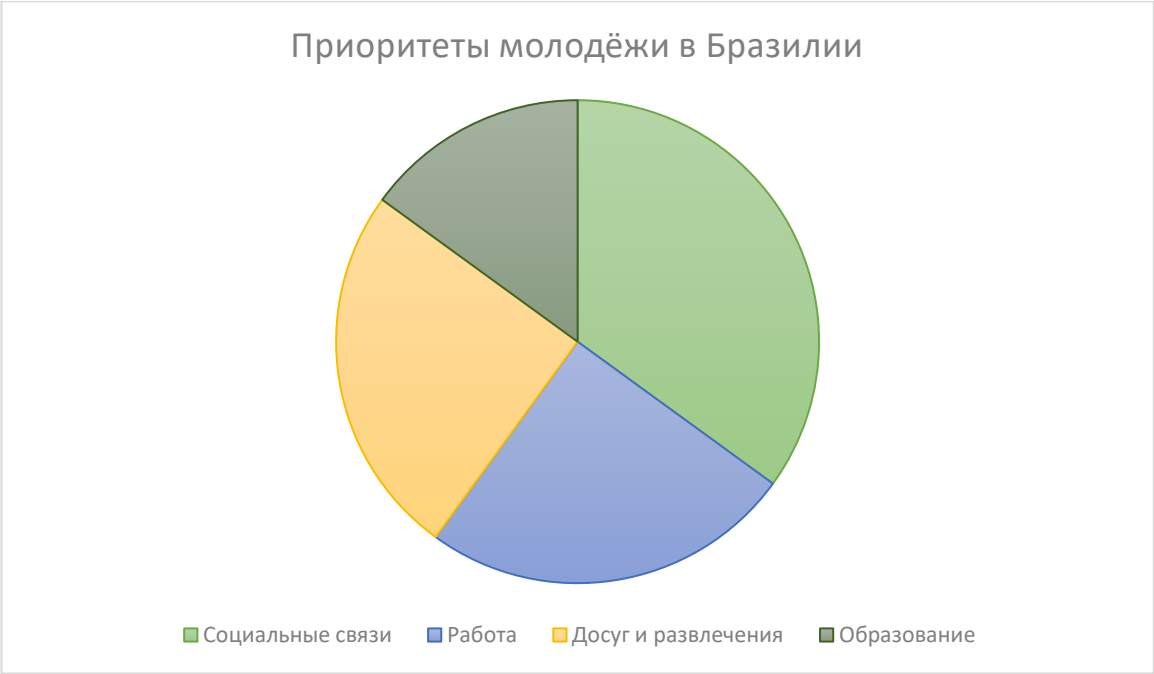

Рисунок 3. Мотивации молодёжи в Бразилии

В ходе исследования факторов мотивации экономического поведения молодежи в условиях современной социально-экономической реальности было выявлено множество аспектов, определяющих экономические предпочтения и поведенческие модели молодого поколения. Анализ показал, что социальные и экономические условия, в которых живет молодежь, играют значительную роль в формировании ее мотивационных установок. К таким условиям относятся уровень безработицы, доступность образования, а также социальные сети и культурные нормы. Актуальность данной темы обусловлена не только стремительными изменениями в глобальной экономике, но и последствиями, которые эти изменения оказывают на социальные, культурные и психологические аспекты жизни молодежи.

Молодежь является важной частью общества, и ее экономические решения имеют значительное влияние на рынок труда, потребительское поведение и, в конечном счете, на общее состояние экономики страны. Понимание факторов, формирующих мотивацию молодых людей, позволяет более эффективно разрабатывать и внедрять экономические и социальные программы, направленные на их поддержку и развитие.

Таким образом, исследование факторов мотивации экономического поведения молодежи не только актуально, но и необходимо для решения текущих мировых проблем, таких как рост безработицы, социальное неравенство и изменение структуры потребления. Важно продолжать изучение этой темы, чтобы обеспечить гармоничное развитие молодого поколения и создать устойчивую экономику будущего.

Список используемой литературы

1. Игнатьев В.М., Потоцкая Е.А. МОТИВАЦИЯ: ВИДЫ, ФУНКЦИИ И ФАКТОРЫ / Экономика и социум, 2014. – №4-3(13) – 119-126 с. Электронный ресурс: - [Режим доступа]: https://cyberleninka.ru/article/n/motivatsiya-vidy-funktsii-i-faktory (Дата обращения: 24.04.2024)
2. Теория ожидания Врума // URL: https://jobers.ru/blog/teoriya-ozhidaniya-vruma/ (Дата обращения: 24.04.2024)
3. Орлова В.В. Молодежь как фактор устойчивого развития / Вестник Самарского государственного университета, 2010. – №1(75) – 38-44 с. Электронный ресурс: - [Режим доступа]: https://cyberleninka.ru/article/n/molodezh-kak-faktor-ustoychivogo-razvitiya (Дата обращения: 24.04.2024)
4. Мозговых А.В. ТЕОРИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА Г. БЕККЕРА / Журнал прикладных исследований, 2018. – №2 – 27-30 с. Электронный ресурс: - [Режим доступа]: https://cyberleninka.ru/article/n/teoriya-chelovecheskogo-kapitala-g-bekkera (Дата обращения: 24.04.2024)
5. Савченко Т.В. Сущность теории мотивации Абрахама хоральда Маслоу и ее практическое применение на российских предприятиях / Проблемы науки, 2017. Электронный ресурс: - [Режим доступа]: https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-teorii-motivatsii-abrahama-horalda-

maslou-i-ee-prakticheskoe-primenenie-na-rossiyskih-predpriyatiyah (Дата обращения: 24.04.2024)

6. Чертушкина Е.В. МОЛОДЕЖЬ В ПРОЦЕССЕ ТРАНСФОРМАЦИИЯПОНСКОГО ОБЩЕСТВА НА РУБЕЖЕ XX - XXI ВВ. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И СОЦИОКУЛЬТУРНОГО РАЗВИТИЯ / Электронный ресурс: - [Режим доступа]: https://new-disser.ru/_avtoreferats/01005451371.pdf (Дата обращения: 24.04.2024)

7. Кармаева Т.В. Развитие гражданской активности молодежи в Германии: современный опыт для России / Вестник Поволжского института управления, 2009 – №2(19) – 70-76 с. Электронный ресурс: - [Режим доступа]: https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-grazhdanskoy-aktivnosti-molodezhi-v-germanii-sovremennyy-opyt-dlya-rossii (Дата обращения: 24.04.2024)

8. Потерянное поколение: бразильская молодежь не учится и не работает — ОЭСР / Электронный ресурс: - [Режим доступа]: https://rossaprimavera.ru/news/e8f14d6a (Дата обращения: 24.04.2024)