

Караваяева Юлия Викторовна

кандидат педагогических наук, доцент,
заведующий кафедрой философии,
социологии и теологии Липецкого государственного
педагогического университета
им. П.П. Семенова-Тян-Шанского

Литвинова Светлана Викторовна

независимый исследователь,
заместитель руководителя службы
сопровождения систем
документооборота ООО «ИС-Сервис»

ПРЕДМЕТНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ

Аннотация:

В статье рассматриваются потребности и их влияние на деятельность личности. Показывается необходимость исследования и прогнозирования потребностей молодежи как самой динамичной социальной общности при проектировании и создании товаров и услуг для общественно значимого наполнения предметного содержания потребностей. Приводятся результаты изучения потребностей учащейся молодежи города. Выявлено, что на удовлетворение потребностей, связанных с обеспечением материальных основ жизнедеятельности и восстановлением энергетических затрат, тратится большая доля доходов молодежи. Определена значимость критериев выбора товаров (полезность, надежность, эстетичность, многофункциональность, экономичность, безопасность) для молодых людей. Проведен анализ неудовлетворенного спроса молодых людей и определены товары, на которые чаще всего происходит накопление средств.

Ключевые слова:

потребности, молодежь, потребительское поведение, товары и услуги, критерии приобретения товаров.

Karavaeva Julia Viktorovna

PhD in Education Science, Associate Professor,
Head, Philosophy, Sociology
and Theology Department,
Lipetsk State Pedagogical University

Litvinova Svetlana Viktorovna

Independent Researcher,
Deputy Head of Workflow Systems
Support Unit,
IS-Service LLC

SUBJECT CONTENT OF THE NEEDS OF MODERN YOUTH

Summary:

The study discusses the needs and their impact on the personal activities. The necessity of research and forecasting the needs of youth as the most dynamic social community in the design and creation of goods and services for socially meaningful filling of the objective content of needs is shown. The results of a study of the needs of students in the city of Lipetsk are presented. It has been revealed that a large share of the youth's income is spent on the needs associated with providing the material basis of life and restoring energy costs. The significance of the criteria for choosing goods (utility, reliability, aesthetics, multitasking, profitability, product safety) for young people is determined. An analysis of the unmet demand of young people is carried out and the goods for which the accumulation of funds most often occurs are identified.

Keywords:

needs, youth, consumer behavior, goods and services, criteria for purchasing goods.

Для регулирования социальных отношений в современном обществе важно исследовать побудительные силы в человеке, инициирующие его поведение, в том числе обратиться к изучению содержания потребностей и факторов, влияющих на их удовлетворение. Выступая первопричиной человеческих поступков, потребность проявляется в мотивах, стремлениях, интересах, намерениях, эмоциональном настрое личности. Но не только на внутренних характеристиках человека потребность оставляет свой «отпечаток», она отражается и в деятельности личности как в проявлении ее активности, в тех предметах (в том числе полученных как результат деятельности), к приобретению которых стремится личность. Исходя из высказывания А.Н. Леонтьева о том, что «потребность сама по себе ... всегда нуждается в характеристике того, чем она удовлетворяется, и заключается в том, что, собственно, только находя тот предмет, который отвечает какой-то потребности, человек конкретизирует свою потребность» [1, с. 278], можно предположить, что анализ предметов, в которых личность испытывает нужду, позволит определить границу ее актуальных потребностей.

Определение роли предметов при удовлетворении потребностей и выявление значимости тех или иных благ требует обращения к процессу опредмечивания потребности – «наполнения» ее содержанием, которое черпается из окружающего мира» [2, с. 70] и ее трансформации во внешне реализуемое поведение [3, с. 14]. Деятельность человека происходит в объективных условиях реальной действительности, среди постоянно расширяющегося круга предметов, отве-

чающих потребностям и способам их удовлетворения и влияющих на развитие самих потребностей [4, с. 145–146]. При этом человек сам выбирает (под влиянием большого количества внешних факторов) предметы, способные удовлетворить имеющиеся у него потребности. Так как «потребность физиологического порядка завершается с помощью тех или иных форм потребительского поведения субъекта, ... потребность социального плана стимулирует ... созидательные формы социальной активности...» [5, с. 27], то анализ структуры потребления и анализ неудовлетворенного спроса личности позволяет выявить основные характеристики ее потребностей.

Нами было проведено изучение потребностей учащейся молодежи города Липецка посредством социологического исследования их потребительского поведения. Исследование проводилось методом глубинного интервьюирования в декабре 2019 – феврале 2020 г. (опрошен 451 человек в возрасте от 16 до 35 лет). Результаты исследования получены в ходе статистической обработки данных в системе Statistica (версия 13). Выявленные взаимосвязи исследуемых переменных подтверждаются статистическими расчетами нестандартизированных остатков (больших +2), тестов Пирсона Хи-квадрат (превышающих табличные значения, с уровнем значимости не большим 0,05).

В ходе изучения реально сложившейся структуры потребления молодых людей задавался вопрос: «На какие товары Вы тратите большую долю своих доходов?». Используя классификацию групп товаров и услуг, ответы респондентов обобщенно можно представить следующим образом:

1) товары длительного использования: мебель, бытовая техника, электроника, одежда, украшения, книги, компьютерные игры, игрушки;

2) товары кратковременного использования: запчасти для автомобиля, аппаратура для ПК, бензин, бытовая химия, канцтовары, товары для животных, товары для хобби, средства личного ухода, косметика, продукты питания, детское питание, вкусная еда, лекарства, табачные изделия и алкоголь, бесполезные мелочи, товары для выпускного, товары первой необходимости, товары повседневного обихода;

3) осязаемые действия, которые направлены на тело человека: транспортные расходы, затраты на поддержание здоровья, физическое развитие, участие в соревнованиях, посещение ресторанов и кафе, отдых;

4) осязаемые действия, которые направлены на физические объекты и товары: оплата ЖКХ, налоги, учебные расходы (печать и др.), ремонт дома/квартиры;

5) неосязаемые действия, которые направлены на сознание человека: развлечение, досуг, путешествие, дополнительное образование, обучающие курсы, хобби, компьютерные и мобильные услуги, затраты на любимого человека, саморазвитие;

6) неосязаемые действия, связанные с неосязаемыми активами: накопления, кредит, ипотека, ставки на спорт, перевод рублей в доллары.

Среди ответов преобладает описание товаров, удовлетворяющих потребности, связанные с обеспечением материальных основ жизнедеятельности и с восстановлением энергетических затрат, в то время как обеспечение личностного развития и социальной коммуникации отходит на второй план. Большинство молодых людей отвечали, что большую долю своих доходов тратят на питание (65,5 %) и одежду (32,6 %). Остальные траты не столь значительны (оплата ЖКХ – 7,4 %, развлечения – 4,7 %, плата за обучение – 3,9 %, транспортные расходы – 3,7 %, бесполезные мелочи – 3,2 %).

Интересно отметить, что те, кто большую долю своих доходов тратит на питание – это, в основном, молодые люди, точно понимающие, как удовлетворить свои потребности, старающиеся по возможности приблизить удовлетворение своих потребностей и, как следствие, в большинстве своем достигающие их удовлетворения. Они на «хорошо» оценивают обеспеченность одеждой, но на «удовлетворительно» полноценность сна. Те, кто большую долю своих доходов тратит на одежду – это, в основном, молодые люди, которые не совсем понимают, как удовлетворить свои потребности, и признаются, что «собственных средств для их достижения не имеют». Они считают, что в их окружении на «отлично» соблюдаются моральные нормы общения, однако доступность услуг здравоохранения и услуг, снимающих физические и стрессовые перегрузки, они оценивают как «неудовлетворительную». Большие затраты на обучение наблюдаются в основном у учащихся в школе, особенно в 11 классе.

Так как человек сознательно культивирует возникающее у него чувство любви к тем вещам, которые ему нужны, и страх утратить ощущение благополучия заставляет его стремиться завладеть всем тем, что ему нравится [6, с. 23], то при ориентации человека на приобретение конкретных товаров он большое внимание уделяет их потребительским свойствам, отраженным в критериях оценки их приобретения. Отвечая на вопрос: «Какой критерий оценки покупки товаров для Вас наиболее важен?», молодые люди в первую очередь называют полезность товара (42,5 % опрошенных) – субъективную оценку свойств товара, выражающуюся в положительном эффекте от его использования. На втором месте важности критериев покупки называют надежность то-

вара (21,6 %) – способность сохранять свое функциональное назначение в процессе использования в течение установленных пределов. Важным критерием называют эстетичность товара (14,1 %) – его способность удовлетворять духовные потребности человека, выражающуюся в соответствии товара «законам красоты» и воспринимаемую посредством чувств. Значимость многофункциональности товаров отмечают 13,2 % молодых людей, значимость экономичности (отношение полезного эффекта к затратам времени и денег) отмечает 3,4 %, а безопасности потребления – 3,3 % молодых людей. Те, кто называл полезность самым важным критерием, в основном обучались на не педагогических специальностях, с профессиональной ориентацией на социальные науки, среди своих основных желаний они называли желание «заняться своим делом» и «профессионально реализоваться»; они сознавались, что собственных средств для удовлетворения потребностей не имеют, но необходимость их удовлетворения жизненно важна. Те, кто называл эстетичность самым важным критерием, в основном мечтают о «получении хорошего образования», они высоко оценивают вероятность удовлетворения своих потребностей, отмечают, что «часто добиваются удовлетворения своих потребностей» и имеют средства для достижения своих желаний. Те, кто называл многофункциональность самым важным критерием, обучались на педагогических специальностях, с профессиональной ориентацией на гуманитарные науки; они на среднем уровне оценивали вероятность удовлетворения своих потребностей и считали, что имеют средства для достижения своих желаний.

Приобретение товаров направлено на удовлетворение потребностей, для которых эти товары предназначены, однако важнее рассматривать латентные функции приобретения, накопления и потребления, которые могут отличаться от явных, ведь «когда потребление товаров рассматривается в смысле, весьма далеком от его наивного значения (т. е. явной функции), можно сказать, что оно дает побудительную причину, которой неизменно обусловлено накопление» [7, с. 168].

В ходе анализа неудовлетворенного спроса молодых людей задавался вопрос «На какие товары Вы копите в данный момент?». Используя классификацию групп товаров и услуг, ответы респондентов обобщено можно представить следующим образом:

1) товары длительного использования: средства передвижения, мебель для дома, недвижимость, техника и электроника, музыкальные товары, одежда и обувь, книги и учебники, брендовые вещи;

2) товары кратковременного использования: продукты питания, подарки близким, товары на свадьбу и на выпускной, строительные материалы, товары для хобби и отдыха, лекарства, косметика, табачные изделия, товары на рождение ребенка, товары для детей, товары для удовлетворения своих незначительных желаний, запчасти для авто;

3) осязаемые действия, которые направлены на тело человека: услуги по укреплению здоровья, косметические процедуры, тату, переезд, отдых;

4) осязаемые действия, которые направлены на физические объекты и товары: ремонт дома/квартиры, съем квартиры;

5) неосязаемые действия, которые направлены на сознание человека: путешествия, получение водительских прав, плата за обучение, концерты, отпуск, развлечения, помощь родителям;

6) неосязаемые действия, связанные с неосязаемыми активами: услуги для бизнеса, страховка авто, счет в банке, перевод рублей в доллары, ипотека.

Большинство молодых людей отвечали, что в данный момент откладывают средства на приобретение автомобиля (17,6 %), компьютерной и бытовой техники (14,4 %); важно отметить, что 24,8 % молодых людей вообще не участвуют в процессе накопления (рис. 1).

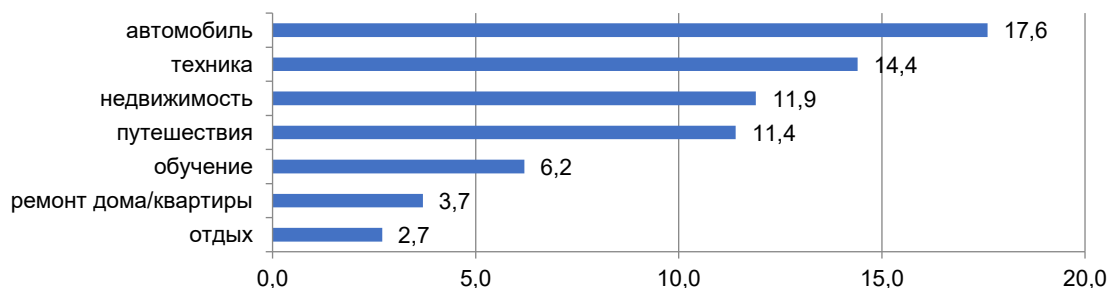


Рисунок 1 – Товары, на которые происходит накопление (наиболее часто встречающиеся ответы), %

Молодые люди, откладывающие средства на покупку дома – это в основном студенты очной формы обучения в возрасте 20–24 лет, в то время как студенты 17–19 лет очной формы обучения мечтают «профессионально реализоваться» и откладывают деньги на приобретение компьютерной и бытовой техники. Откладывают средства на покупку автомобиля в основном мужчины очной формы обучения в возрасте 18–19 лет.

Отвечая на вопрос «Если бы Вам подарили 1 миллион рублей, на что бы Вы потратили эти деньги?» молодые люди давали схожие с предыдущими ответы, однако к «улучшению жилищных условий» стремилась существенно большая доля молодых людей – 35,7 % опрошенных, а также увеличилась доля ответов, связанных с затратами на помощь близким и благотворительность (рис. 2).



Рисунок 2 – «Если бы Вам подарили 1 миллион рублей, на что бы Вы потратили эти деньги?», %

Результаты исследования показывают, что у молодежи преобладает предметно-вещественное потребление: они тратят свои доходы на питание и одежду; накапливают деньги преимущественно на крупные покупки (автомобиль, техника, недвижимость и ее ремонт) и существенно меньше на путешествия, обучение и отдых; получив миллион рублей, они потратили бы его на крупные материальные покупки (недвижимость, автомобиль). Однако это все насыщаемые потребности, которые, при их удовлетворении, становятся необходимыми привычными условиями жизни. Так как «личность не может развиваться в рамках потребления, ее развитие необходимо предполагает смещение потребностей на созидание, которое одно не знает границ» [8, с. 171]. Подобная трансформация потребностей молодежи возможна только при согласовании программ развития социальной и экономической подсистем общества. Деятельность по проектированию и созданию товаров и услуг должна осуществляться с учетом результатов исследования и прогнозирования потребностей молодежи как самой динамичной социальной общности – не для того, чтобы увеличить потребление товаров, а для общественно значимого наполнения предметного содержания потребностей. Так как «понимание ответственности должно управлять установлением потребностей, могущих возникнуть в отдаленной перспективе» [9, с. 331], то развитие производства должно учитывать не только структуру потребностей, но и тенденции их установления в будущем. При этом важно знать следующие особенности установления будущих потребностей [10, с. 333]: человек стремится к знанию, т. к. оно способствует улучшению понимания происходящих процессов и позволяет совершенствовать управление ими; это приводит также к развитию чувства личной независимости. Человек характеризуется постоянно растущими потребностями; механизм удовлетворения личностных потребностей должен ориентироваться на обеспечение его индивидуального и общественного развития. В современных условиях глобализации социально-культурных процессов происходит сглаживание культурных различий членов общества, что накладывает отпечаток на процессы удовлетворения их потребностей.

Ссылки:

1. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. М., 2004. 352 с.
2. Там же. С. 70.
3. Симонов П.В., Ершов П.М. Темперамент. Характер. Личность. М., 1984. 160 с.
4. Леонтьев А.Н. Указ. соч. С. 145–146.
5. Здравомыслов А.Г. Потребности. Интересы. Ценности. М., 1986. 223 с.
6. Флекснер К.Ф. Просвещенное общество. Экономика с человеческим лицом. М., 1994. 301 с.
7. Мертон Р. Социальная теория и социальная структура. М., 2006. 873 с.
8. Леонтьев А.Н. Указ. соч. С. 171.
9. Дитрих Я. Проектирование и конструирование: системный подход. М., 1981. 456 с.
10. Там же. С. 333.

Редактор, переводчик: Невзорова Наталья Викторовна