

- искать работу в любой отдельно взятой стране ЕС и работать там без специального разрешения;
- проживать в любой стране ЕС, также по истечении трудового договора;
- пользоваться в любой стране ЕС такими же правами, как и граждане данной страны, а именно: доступом к рынку труда, условиям выполнения работы, социальным выплатам, налоговым льготам и пр.

Важнейшим в группе финансовых инструментов является Европейский социальный фонд (European Social Fund - ESF), целью которого является выравнивание уровня занятости и уровня жизни в странах и регионах ЕС. Бюджет фонда на 2014-2020 гг. составляет в общей сложности 80 млрд евро, в том числе для Польши предназначено 13,2 млрд евро. Кроме того, ЕС ввел специализированные финансовые инструменты:

– Европейский фонд адаптации к глобализации (European Globalisation Adjustment Fund - EGF), в распоряжении которого находится 150 млн евро. Эти средства адресованы лицам, уволенным с работы в результате реструктуризации мировой торговли, и выделяются на поиски новой работы или на открытие собственной фирмы;

– Европейский фонд помощи наиболее нуждающимся (Fund for European Aid to the Most Deprived - FEAD) располагает бюджетом в размере 3,8 млрд евро, предназначенным для материальной помощи (продукты питания, одежда и пр.)

Среди информационных инструментов особого внимания заслуживает Европейский портал по мобильности рабочей силы EURES (EURES The European Job Mobility Portal), предоставляющий информацию и консультирующий работников и работодателей, а также всех граждан, желающих воспользоваться правом на свободное перемещение.

Старания ЕС улучшить ситуацию на рынке труда приносят положительные, но ограниченные и крайне неоднородные результаты в отдельных странах [2]. Уровень занятости до сих пор находится на более низком уровне, чем в 2008 г. (в 2014 г. он составил 69,2%, а в 2008 г. 70,3%) и колеблется от 53,3% в Греции до 80% в Швеции. В связи с этим Европейская комиссия отмечает, что достижение запланированного на 2020 г. показателя занятости 75% маловероятно и прогнозирует, что он достигнет приблизительно только 72%. Соответственно прогнозы по уровню безработицы также не оптимистичны. Согласно прогнозу Международного валютного фонда [3] уровень безработицы в ЕС в 2015 г. составит 11,1%, а в 2016 г. 10,6% и лишь к 2020 г. в этой области ожидается заметное улучшение.

#### Список использованных источников

1. European Commission, Communication from the Commission EUROPE 2020 A strategy for smart, sustainable and inclusive growth, Brussels, 3.3.2010, COM(2010) 2020 final, [<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:2020:FIN:EN:PDF>].
2. Eurostat, Smarter, greener, more inclusive? Indicators to support the Europe 2020 strategy, 2015 edition, [<http://ec.europa.eu/eurostat/documents/3217494/6655013/KS-EZ-14-001-EN-N.pdf/a5452f6e-8190-4f30-8996-41b1306f7367>].
3. Short- and Long-Term Factors, World Economic Outlook, April 2015, IMF, Washington DC, с. 51, 61, 170-172.

УДК 331

## СОВРЕМЕННЫЙ РЫНОК ТРУДА И МОБИЛЬНОСТЬ В ОБРАЗЕ ЖИЗНИ МОЛОДЕЖИ

*Меньшиков В.В., д.с.н., проф.*

*Даугавпилсский университет, г. Даугавпилс, Латвия*

**Ключевые слова:** рынок труда, трудовая мобильность, мобильный образ жизни.

*Важные изменения наблюдаются на современном рынке труда, где происходит мобилизация образа жизни, работы и трудоустройства. Традиционно трудовая мобильность понимается как изменение профессии, смена места работы, трудовая миграция. Сегодня мобилизация в труде*

включает любой способ перемещения в экономическом пространстве (все чаще – в виртуальном), несущий экономию рабочего времени и расширение партнерских отношений. Все большее внимание исследователи обращают на новые группы профессионалов, работа которых не возможна без высокой мобильности. В статье изложены результаты исследовательского проекта "Мобильный образ жизни современной молодежи", в рамках которого в парадигме "мобильности" изучались характеристики мобильного образа жизни в восприятии молодежи города Даугавпилса (Латвия).

Ускорение, динамика, движение, перемещение и другие подобные характеристики нового общества стали основанием появления социологии мобильностей. Джон Урри в книге "Мобильности" впервые глубоко и обширно систематизирует предложенную им "новую парадигму мобильностей" [1]. Д. Урри вводит новое понятие систем мобильности, при помощи которого он описывает устройство социальной жизни в масштабах целых исторических эпох. Принципиально, что многие традиционные вопросы социологии Д. Урри переосмысляет через центральную идею сетевого капитала: "... термин "сетевой капитал" указывает на реальные и потенциальные социальные отношения, существование которых делает возможным мобильности" [1, с. 360].

Д. Урри выделяет, как минимум, пять видов взаимосвязанных мобильностей :

- 1) телесные перемещения людей в условиях пространственно-временных моделей;
- 2) физические перемещения объектов между производителями, потребителями и продавцам, равно как посылки и получения подарков и сувениров;
- 3) воображаемые путешествия, достигаемые за счет просмотра изображений каких-либо мест с помощью телевидения и мультимедиа;
- 4) виртуальные путешествия, происходящие в реальном времени и позволяющие преодолеть географические и социальные границы;
- 5) коммуникационные путешествия посредством обмена сообщениями, факсами, текстами, письмами, телефонными звонками [1, с. 135-136].

Распространение новых мобильностей умножает сетевой капитал, что способствует сетевой солидарности, расширяет доступ к разнообразной деятельности, к мобильному образу жизни. "Сетевой капитал,- пишет Д.Урри,- это возможность порождать и поддерживать социальные отношения с людьми, не обязательно находящимися в географическом соседстве, получая от этих отношений эмоциональные, финансовые или практические выгоды... Социальные группы с большим сетевым капиталом пользуются значительными преимуществами в процессе налаживания и переналаживания социальных связей, получая от них высокие эмоциональные, финансовые и практические выгоды" [1, с. 362].

Сетевой капитал не атрибут отдельных индивидов, а продукт взаимодействия индивидов с другими и с возможностями "среды". Новые средства мобильности, сетевой капитал расширяют доступ к деятельности, к мобильному образу жизни. Мобильность предполагает сеть, сетевую солидарность, это специфический образ жизни, получивший еще одно измерение свободы. "Жизнь "мобильна", и это, безусловно, выражает новую конфигурацию" [1, с. 133]. Но все новое, как правило, противоречиво. Вместе с новой свободой, новыми преимуществами и выгодами дают о себе знать и новые угрозы, новые вызовы. В нашем случае, это возможное усиление зависимости человека от систем надзора, удаление от родной "почвы", киберпреступления, угасание эмоционального тепла в "мобильных семьях"... Все это требует повышенного внимания социологов и других специалистов в области гуманитарного и социального знания к мобильностям, к новым характеристикам в современном образе жизни, особенно молодежи, быстрее других овладевающей средствами мобильности.

Все большее внимание исследователи обращают на новые группы профессионалов, работа которых не возможна без высокой мобильности. Так, статья Е. Савельевой посвящена вопросам дифференциации «новых» профессионалов - фрилансеров и аутсорсеров [2]. Автор считает, что в условиях перехода от сетевого общества к мобильному сетевому обществу особую значимость приобретает даже не столько сама мобильность (мобильности), сколько способность к созданию и удержанию связей и контактов. Приоритетным остается, конечно, понятие сетевого капитала, выделенное Дж.Урри по аналогии с социальным капиталом П. Бурдьё. Однако сейчас речь идет о возникновении еще одной дополнительной формы — мобильного капитала. Его «носителями» выступают фрилансеры и аутсорсеры, отличающиеся от традиционных внештатных работников и телеработников. Фриланс и аутсорсинг имеют двойственную интерпретацию. С одной стороны,

это единый процесс, рассматриваемый с позиций различных агентов. С другой, это две практики трудового взаимодействия, отражающие степени градации от абсолютного к свободному найму.

Как видим, современный рынок труда ожидает от новых претендентов на конкурентные рабочие места не только образованности, но и высоких уровней сетевого и мобильного капиталов. Готова ли наша молодежь к новым требованиям рынка труда, в каких направлениях и как осваивает она все более широко доступные ей средства и факторы мобильности?

С целью основательно и полнее ответить на эти вопросы Институт социальных исследований Даугавпилсского университета в начале 2014 года осуществил исследовательский проект "Мобильный образ жизни современной молодежи" (научный руководитель проекта проф. Меньшиков В.), в рамках которого в парадигме "мобильности" изучались характеристики мобильного образа жизни в восприятии молодежи города Даугавпилса (Латвия). Респондентами стали молодые люди в возрасте 13-25 лет (n = 355 чел.), в том числе в возрасте 13-17 лет- 114, 18-21 г.- 107, 22-25 лет- 134. Среди опрошенных 44,5% (158 чел.) - юноши, 55,5% (197 чел.) - девушки.

Среди основных задач исследования стали выявление наиболее значимых характеристик категории "мобильный образ жизни" в восприятии молодежи, определение наиболее важных факторов, способствующих реализации мобильного образа жизни, установление корреляции повышенной мобильности с материальным положением семьи, с восприятием молодым человеком своего места в социальной стратификации общества, другими характеристиками условий жизни молодежи, ее ценностными предпочтениями.

Данные социологического опроса свидетельствуют, что у молодежи при характеристике понятия "мобильный образ жизни" доминируют два аспекта – "иметь доступ в интернет в любое время суток" и "способность общаться на разных языках" (см. табл.1). Второй аспект мобильного образа жизни особенно значим для девушек. Заметно чаще девушки связывают мобильность и с трудовой деятельностью ("способность работать в разных проектах, проектный вид работы").

Таблица 1 – Важнейшие аспекты мобильного образа жизни в оценках молодежи, в % от числа опрошенных при возможности указать 3 варианта ответов из 7 предложенных

Мобильный образ жизни- это...	Всего	В том числе	
		юноши	девушки
иметь доступ в интернет в любое время суток	45,1	47,1	43,1
способность общаться на разных языках	41,7	35,0	47,2
способность работать в разных проектах, проектный вид работы	28,7	24,8	32,0
увлеченность путешествиями, туризмом, но не массовым групповым путешествием	27,9	28,0	27,9
быть свободным от устаревших традиций, зависимостей	27,3	24,8	29,4
игнорирование „привязанности” к жизни в конкретном месте	22,8	22,3	22,8
все не то, что делаем повседневно	17,2	18,5	16,2

Источник: данные социологического опроса Института социальных исследований Даугавпилсского университета, январь 2014 г., n = 355 чел.

В соответствии с оценками молодежью предложенных исследователями характеристик мобильного образа жизни наибольшее значение они придают таким факторам мобильности как компьютер, мобильный телефон и знание иностранных языков (см. табл.2).

Таблица 2 – Факторы мобильного образа жизни в оценках молодежи, в % от числа опрошенных при возможности указать 3 наиболее важных для респондента факторов

Факторы мобильности	Всего	В том числе	
		юноши	девушки
компьютер	53,0	58,0	48,2
знание иностранных языков	49,0	40,1	56,3
мобильный телефон	41,7	38,2	44,2
хорошее здоровье	39,2	38,2	39,6
качественное образование, не обязательно высшее	34,6	30,6	37,6
автомобиль	27,3	36,3	19,8
высшее образование	17,2	15,9	18,3
квартира (жилье) в крупном городе	10,4	11,5	9,6

Источник: данные социологического опроса Института социальных исследований Даугавпилсского университета, январь 2014 г., n = 355 чел.

Высокий удельный вес в образе жизни молодежи города общения, хобби, развлечений и игр исключает из набора трех наиболее важных факторов мобильности качественное образование.

Данные таблицы 3 вновь свидетельствуют о насыщении мобильностью таких составляющих образа жизни молодежи как общение (прежде всего в интернете), хобби, развлечения, игры. Не смотря на то, что среди респондентов 70% составили учащиеся и студенты, менее половины от их числа (31,9%) считают себя мобильными в учебе, повышении квалификации.

Таблица 3 – Распределение ответов молодежи на вопрос "Жизнь в мобильном мире требует от человека быть мобильным. Где лично Вы мобильный?", в % от числа опрошенных

Виды активности, деятельности	Степень мобильности		
	считаю себя здесь мобильным, подвижным	этому аспекту своей жизни я уделяю внимание	эта активность в моей жизни сейчас отсутствует
общение в интернете	44,2	43,3	12,5
общение- тусовки	42,8	40,2	17,0
отдых, хобби, развлечения, игры	42,5	46,4	11,1
спорт	33,3	45,1	21,6
учёба, повышение квалификации	31,9	39,9	28,2
наёмная работа на предприятии, в учреждении	16,0	26,4	57,6
активность в сфере культуры	10,7	41,0	48,3
участие в деятельности религиозных организаций, церкви	4,9	16,2	78,9
предпринимательская деятельность, свой бизнес	3,2	12,1	84,7
политическая активность, работа в негосударственных организациях (НГО)	2,6	14,6	82,8

Источник: данные социологического опроса Института социальных исследований Даугавпилсского университета, январь 2014 г., n = 355 чел.

А совсем на периферии активностей молодежи участие в деятельности религиозных организаций, церкви (21,1%, в том числе 4,9% считают себя здесь мобильными, подвижными), предпринимательство, свой бизнес (соответственно, 15,3% и 3,2%), политическая активность, работа в негосударственных организациях (соответственно, 17,2% и 2,6%).

На базе самооценок молодежью своей мобильности в отдельных аспектах образа жизни мы выделили три уровня мобильности: низкий (не более 2 видов активности, где респонденты считают себя мобильными), средний (3-4), высокий (от 5 до 10 видов активности). Оказалось, что наши респонденты по уровню мобильности распределились следующим образом: низкий- 57,8%, средний- 32,1% и высокий- 10,1%. В аспекте занятости наиболее большой удельный вес молодежи с высоким уровнем мобильности у студентов (14,9%) и работников частных предприятий (14,1%). Для сравнения: у школьников таких оказалось всего 6,3%.

Расчет коэффициента корреляции Пирсона между уровнем мобильности образа жизни молодежи и большинством использованных переменных, характеризующих социально-демографические и иные характеристики наших респондентов (пол, возраст, этническая принадлежность, размер дохода в домохозяйстве на одного человека в месяц) не обнаружил значимой связи. Не обнаружилась и заметная корреляция между уровнем мобильности образа жизни и всеми 12 жизненными ценностями, проранжируемыми по степени значимости от 1 (наиболее предпочтительно) до 12 (наименее предпочтительно). Среди пяти наиболее значимых жизненных ценностей нашей молодежи- здоровье (3,57), любовь (4,01), счастливая семейная жизнь (5,04), получение образования (5,89) и интересная работа (6,15).

Таблица 4 – Распределение ответов молодежи на вопрос “Ваше отношение к высшему образованию?”  
в % от числа опрошенных

Группы респондентов	n	Высшее образование		Имеют высшее образование
		важнейший гарант мобильности ,а вместе с тем и жизненного успеха	относится к 3 наиболее важным факторам мобильности	
Всего	355	45,3	17,2	10,7
В том числе:		$p=0,067 > 0,05$	$P=0,56$	$P=0,325$
Пол:				
мужчины	158	39,5	15,9	8,9
женщины	197	49,2	18,3	12,2
Возраст:		$P=0,955$	$P=0,645$	$P=0,000$
13-17 лет	112	47,3	17,9	0
18-21	107	41,1	16,8	0,9
22-25 лет	128	45,3	16,4	26,6
Занятость;				
школьники	127	44,9	19,7	0
студенты	121	51,2	18,2	9,1
работающие	98	34,7	10,2	27,5
безработные	20	35,0	15,0	0
иные группы	39	53,8	15,4	20,5
Доход в домохозяйстве на 1 человека в месяц :		$P=0,031 < 0,05$	$p=0,331$	$P=0,000$
до 140 евро	131	38,2	19,1	2,3
141 – 200	110	41,8	19,1	9,1
201 - 1120	104	54,8	12,5	24,0
Уровень мобильности:		$P=0,364$	$P=0,230$	$P=0,05$
низкий	205	44,4	18,0	2,3
средний	114	42,1	13,2	9,1
высокий	36	55,6	12,5	22,2
Место на шкале стратификации (самооценки):		$P=0,025$	$P=0,572$	$P=0,421$
верх (1-4)	75	58,7	16,0	14,7
середина (5-6)	166	40,4	19,3	9,6
низ (7-10)	140	42,7	14,5	9,1

Источник: данные социологического опроса Института социальных исследований Даугавпилсского университета, январь 2014 г., n = 355 чел.

Только 45,3 % от всех респондентов считают, что высшее образование - важнейший гарант мобильности , а вместе с тем и жизненного успеха (см. табл.4). Примерно столько же и тех (44,7 % ),кто не уверен , что «высшее образование действительно обеспечивает профессиональную и социальную мобильность человека» , а 10,0 % указали , что высшее образование выступает тормозом жизненного успеха , ибо «университеты не способны угнаться за стремительными изменениями в технологиях, экономической жизни , культуре».Как видно из данных табл.4 , наиболее высоко значимость роли высшего образования как гаранта мобильности оценили те ,кто отнесли себя к находящимся на вершине шкалы стратификации (58,7 % при вероятности ошибки при сравнении средних значений зависимых переменных при однофакторном дисперсионном анализе  $p=0,025$  ) и располагающими доходом в домохозяйстве на одного человека в месяц более 200 евро (54,8 % при  $p = 0,031$ ).Высоко оценила роль высшего образования и группа молодежи с высоким уровнем мобильности (55,6 % ) ,но при относительно небольшой численности этой группы ( всего 36 человек ) дисперсионный анализ дает результат для оценки общей значимости различий  $p=0,364 > 0,05$  ,что не обнаруживает значимого различия оценки по уровню мобильности выделенных групп. Высокая оценка у группы с высоким уровнем мобильности высшего образования

и в наборе из 8 факторов мобильности (25 %), но при величине  $p=0,230$  опять нельзя утверждать о значимости обнаруженных различий между выделенными группами. И только удельный вес уже имеющих высшее образование в группе с высоким уровнем мобильности (22,2 % при 10,7 % в среднем по всем респондентам) дает величину  $p=0,05$ , что значимо выделяет молодежь с высоким уровнем мобильности по показателю уже достигнутого высшего образования.

Однако ещё выше удельный вес с высшим образованием в группе с наивысшими средними доходами в домохозяйстве (24 % при  $p=0,000$ ). Примечательно и то, что высшее образование уже имели 27,5 % работающих в государственных учреждениях, на государственных или частных предприятиях. В то же время, среди опрошенных безработных не оказалось ни одного, кто бы уже имел высшее образование.

На наш взгляд, сегодня можно утверждать о переоценке молодёжью роли высшего образования без учёта его качества, как всего лишь показателя определенного статуса. Молодые люди все больше учитывают, способно ли оно относительно легко конвертироваться как значительная часть человеческого капитала в экономический, административный и другие виды совокупного капитала личности. Об этом свидетельствуют как более высокая оценка среди факторов мобильности «качественного образования, не обязательно высшего» (34,6 %), так и недооценка роли высшего образования в обеспечении сравнительно новых требований работодателей к мобильности работников, к количеству и качеству его сетевого капитала. Пока важность высшего образования молодежь прежде всего связывает с быстрыми технологическими изменениями на производстве (31,5 %) и глобализацией рынка труда (23,7 %). Заметно реже роль высшего образования отмечалась при решении проблем занятости молодёжи как результат быстрых изменений требований к мобильности работников – 19,7 %, повышения значимости качества общения работника с клиентами, коллегами, руководителем и др. – 18,9 %, необходимости повышения лингвистической культуры, знания иностранных языков – 13,5 %.

Интересно, что установлена значимая, хотя и не очень сильная корреляция ( $r = 0,118^*$ ) уровня мобильности образа жизни и самооценки молодёжью своего места на стратификационной шкале, где 1- наиболее высокое место, 10- наиболее низкое. Конечно, нельзя делать поспешных категоричных выводов из этого факта. Можно лишь сделать предположение, что высокая мобильность образа жизни осознается и как жизненный успех, субъективно повышающий социальный статус личности без учета материальной стороны жизни.

Таким образом, данные социологического опроса позволяют утверждать, что для молодежи рода расширяется доступ к мобильному образу жизни. Наиболее значимыми факторами мобильности выступают для нее не только технические средства (компьютеры, мобильные телефоны и т.п.), но гуманитарные и социальные технологии, позволяющие расширять и упрочивать сетевую солидарность, аккумулировать сетевой капитал. Так, 49 % молодежи к факторам мобильности отнесли знания иностранных языков, 34,6 % – качественное образование.

Вместе с тем очевидно, что реально в образе жизни молодежи доминируют те аспекты мобильности, которые связаны с общением, развлечениями, играми, отдыхом. Молодежь не находит для себя жизненно важными те аспекты мобильного образа жизни, которые все более важны в плане достижения жизненного успеха, конкурентоспособности на рынках труда. Наши исследования показывают, что в современных условиях становления экономики знаний и услуг все больше определяют конкурентоспособность работника и его экономический успех не только человеческий капитал (профессионально-образовательный), но и культурный капитал (широкий кругозор, высокий уровень интеллекта, знание иностранных языков) [3]. Однако, только половина наших респондентов уделяет какое-то внимание своей активности в сфере культуры, примерно 15-17% – уже имеют свой личный бизнес, вовлечены в предпринимательство, политически активны, работают в негосударственных организациях (НГО).

На наш взгляд, нужны национальные, региональные и местные программы повышения мобильности молодежи как важнейшие составляющие современной молодежной политики. Пока широко известна лишь Erasmus Mundus – всемирная программа академической мобильности для студентов и преподавателей. Однако мобильность молодежи имеет не только международный аспект. Следующие один за другим изменения в производственных и социальных технологиях вызывают массовые профессиональные перемещения из одной отрасли в другую и частую смену специальностей. Молодежь значительную часть своего времени уделяет социальным сетям, однако что мы знаем о влиянии этого факта на ее политическую активность? Не теряет своей актуальности и проблема киберпреступности, в значительной степени выступающая как молодежная [4].

Трудно не согласиться, что мобильный образ жизни как результат умножения сетевого капитала требует повышенного внимания как исследователей в области социальных наук, так и практиков формирования и реализации современной молодежной политики. В частности, исследование данной темы продолжается и в рамках проекта «Предупреждение молодежной безработицы приграничных территорий Латвии и Белоруссии в условиях выхода из кризиса» (финансируемого Белорусским Республиканским Фондом Фундаментальных исследований), реализуемого совместно специалистами Витебского государственного технологического университета (республика Беларусь) и Даугавпилсского Университета (Латвия).

Список использованных источников

1. Урри, Д. Мобильности / Д. Урри. – Москва: Праксис, 2012.
2. Савельева, Е. П. Новые группы профессионалов в условиях мобильного сетевого общества // Журнал социологии и социальной антропологии, 2011. – Т. 14. – № 3. – С. 67-82. – Режим доступа: [http://ecsocman.hse.ru/data/2013/02/11/1251420102/Savelyava\\_%202011\\_3.pdf](http://ecsocman.hse.ru/data/2013/02/11/1251420102/Savelyava_%202011_3.pdf). – Дата доступа: 02.09.2015.
3. Menshikov V., Volkova O., Boronenko V. (2013) Economic Capital in the Structure of the Aggregate Capital of a Family. International Business: Innovations, Psychology, Economics, Vol. 4, No. 2(7). Vilnius: International Business School of Vilnius University, pp. 54-69.
4. Boronenko V., Menshikov V., Marzano G. (2013) Topicality of Cyberbullying Among Teenagers in Russia and Latvia. Social Sciences Bulletin. Daugavpils University. – Nr. 1(16). – Pp. 84-104.

УДК 33:338

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КАТЕГОРИИ «СОЦИАЛЬНЫЕ МАКРОГРУППЫ» ПРИ РАЗРАБОТКЕ МЕХАНИЗМОВ РЕГУЛИРОВАНИЯ ИНФЛЯЦИИ

*Лученок А.И., д.э.н., проф.*

*Институт экономики НАН Беларуси, г. Минск, Республика Беларусь*

**Ключевые слова:** макроэкономика, согласование интересов, инфляция, стимулирование, монетаризм, неоинституционализм.

*Для согласования экономических интересов при регулировании инфляции предложено ввести в научный оборот термин «социальная макрогруппа», под которой понимается объединение людей со специфической ролью в экономической деятельности, способных влиять на основные макроэкономические пропорции и существенно корректировать финансовые потоки в экономике. С учётом этого предложения рекомендованы меры по разработке инструментов регулирования системы неформальных институтов, позволяющих эффективно согласовывать экономические интересы социальных макрогрупп с целью минимизации темпов инфляции, экономного использования всех видов материальных, трудовых и финансовых ресурсов, ограничения возможности получения отдельными социальными макрогруппами необоснованных предпочтений (в том числе за счет инфляционного эмиссионного кредитования).*

Под социальными группами понимаются объединения людей со специфической ролью в экономической деятельности и обществе, связанных системой взаимных отношений, которые регулируются формальными или неформальными нормами (институтами). При этом социальные группы, в отличие от массовых общностей, характеризуются: (а) устойчивым взаимодействием, которое способствует стабильности их существования в пространстве и во времени; (б) относительно высокой степенью сплоченности; (в) отчетливо выраженной однородностью состава, т. е. наличием признаков, присущих всем индивидам, входящим в группу; (г) вхождением в более широкие общности в качестве структурных образований[1].

В научной литературе также используется понятие так называемых «больших социальных групп», к которым, в частности, относятся социальные классы, профессиональные группы, половозрастные группы (молодежь, женщины, пожилые люди и т.д.) [2]. Большими социальными группами являются также работники отдельных отраслей или видов экономической деятельности,