

## Выпускники-социологи на рынке труда в России

Научный руководитель – Вершинина Инна Альфредовна

*Бетева А.Е.<sup>1</sup>, Селиванова А.А.<sup>1</sup>*

1 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра современной социологии, Москва, Россия

Сегодня все большую популярность среди абитуриентов получает специальность «социология». Таким образом, в профессиональной социологической сфере все острее становится вопрос о трудоустройстве выпускников.

Согласно данным, полученным посредством анализа вакансий портала HH.ru, основные сферы занятости выпускников социологических факультетов - маркетинг, маркетинговые исследования (59%), HR (19%), PR и реклама (13%), консалтинг (9%), научно-исследовательская деятельность (1%). Тут необходимо отметить, что, в связи с большим количеством сфер применения социологического знания, понятие «работа по специальности» для выпускников социологических факультетов является размытым и подразумевает все больше набор сфер занятости, в которых находят работу социологи [3].

Опрос работодателей показал, что при приеме на работу предпочтение отдается кандидатам, обладающим опытом работы, что обеспечивает снижение временных, финансовых и человеческих затрат на адаптацию нового сотрудника. При этом компании продолжают давать работу выпускникам вузов, устраивая их на начальные должности и давая испытательный срок от 3 до 5 месяцев. Главный мотив предоставления работы вчерашнему выпускнику - возможность подготовки работника сообразно со стандартами, принятыми в определенной компании.

В квалификации молодых социологических кадров работодатели отмечают сильную теоретическую подготовку выпускников, упоминая при этом «слабую практическую подготовку». Сами же молодые специалисты (МГУ и РГГУ) считают, что им больше всего недостает «владения профессиональным иностранным языком» и «умения представлять результаты своей работы перед аудиторией» [2].

Выпускники-социологи нередко сталкиваются с трудностями при устройстве на работу. Чаще всего это связано с отсутствием опыта работы или определенных профессиональных компетенций. Но в целом качество полученного образования позволяет выпускникам чувствовать себя уверенно на рынке труда. Кроме того, практика показывает, что магистры социологии получают более высокие должности и в среднем на 30% более высокий заработок, чем бакалавры [2].

Стоит отметить, что на рынке труда социологи составляют конкуренцию не только друг другу, но и представителям смежных специальностей. Так, например, многие вузы ведут подготовку по узким специальностям - таким, например, как экономическая социология (НИУ ВШЭ), - в результате чего выпускники конкурируют за рабочие места не столько с социологами, сколько с экономистами. С другой стороны, в сферу занятости социологов входят узкие специалисты, которых готовят на факультетах маркетинга, кадрового менеджмента, рекламы и PR.

Кроме того, востребованность самих социологических исследований как таковых теряется по мере отдаления от центральной части России [8]. К тому же, наблюдается противоречие и при профессиональной социализации социологов: социологическое образование достаточно популярно, но при этом социологи на предприятиях остаются мало востребованными в силу отсутствия у руководителей знаний о возможностях и функциях социологов в организации. В этой связи при осуществлении работы социолога возникают

барьеры, среди которых необходимость доказательства социологами своей полезности и самостоятельности, общее недоверие к социологическим исследованиям, частое игнорирование рекомендаций социологов и т.д. [1]. По данным рекрутинговых агентств, спрос на профессию социолога в России находится на уровне 3,5 балла по 10-балльной шкале [2].

Согласно результатам мониторинга эффективности вузов Министерства образования и науки РФ 2015 г., уровень трудоустройства выпускников московских вузов по специальностям «Социология» и «Социальная работа» за следующий после выпуска год (2014), составил 76,8%. По данному показателю отмеченные специальности занимают 20 из 55 мест общего рейтинга (среди гуманитарных специальностей - первое). Средняя заработная плата выпускников - 30,32 тыс. рублей. Самый высокий уровень средней заработной платы среди выпускников известных социологических факультетов (МГУ, НИУ ВШЭ, РАНХиГС, РГГУ, РГСУ, РУДН) отмечен у выпускников РГГУ (47,3 тыс. руб.), средняя заработная плата обучавшихся в НИУ ВШЭ - 44,8 тыс. руб., в МГУ и РАНХиГС - 42,2 тыс. руб., в РГСУ - 27,1 тыс. руб. При этом показатель трудоустройства среди перечисленных вузов выше в НИУ ВШЭ (84,3%), а ниже всего в МГУ и РУДН (63,1 и 60% соответственно) [4].

Вместе с тем, сегодняшнее положение выпускников социально-гуманитарных специальностей на российском рынке труда непростое. Помимо прочего, отрицательное влияние на занятость выпускников оказывает экономическая нестабильность, т.к. в связи с кризисом бизнес берет курс на сокращение издержек на персонал, а государство принимает меры искусственного сдерживания безработицы, которые меньше всего распространяются на людей, которые ищут работу впервые. По прогнозу О. Дембо, национального представителя ESOMAR в России, в ближайшие два года произойдет существенное сжатие рынка маркетинговых исследований - объем рынка уже снизится с 380 млн долларов в 2014 г. до 180 млн в 2016 г. [7].

Следовательно, целесообразно дальнейшее изучение профессиональных траекторий выпускников-социологов. К тому же, требует совершенствования процесс подготовки профессиональных социологических кадров.

Выводы:

- 1) профессия «социолог» очень обширна, поэтому выпускники часто устраиваются на работу на смежные профессии;
- 2) не хватает практической подготовки кадров;
- 3) проблема не востребованности в социологах в регионах, в связи с отсутствием у руководителей знаний о возможностях и функциях социологов в организации;
- 4) недоверие к социологическим исследованиям;
- 5) востребованность социологов преимущественно в крупных компаниях;
- 6) отрицательное влияние на занятость выпускников оказывает экономическая нестабильность.

### Источники и литература

- 1) 1. Вайсбург А. В., Особенности и проблемы профессиональной социализации современных социологов // Известия ВГПУ. 2009. №3. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-i-problemy-professionalnoy-sotsializatsii-sovremennyh-sotsiologov> (дата обращения: 19.02.2017). 2. Вайсбург А.В., Проблемы профессиональной социализации социологов в регионе // Регионология. 2009. № 1. С. 179 3. Восканян Э. С., Карьера социолога: проблемы трудоустройства // Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Социология. Политология. 2015. №2. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/kariera-sotsiologa-problemy-trudoustroystva> (дата обращения: 19.02.2017). 4. Информационно-

аналитические материалы по результатам проведения мониторинга эффективности образовательных организаций высшего образования, 2015. URL: <http://indicators.miscedu.ru/monitoring/> (дата обращения: 19.02.2017). 5. Мониторинг трудоустройства выпускников, 2015. URL: <http://graduate.edu.ru/> (дата обращения: 19.02.2017). 6. Набиулина К. А., Солодников В. В., Цыбикова Д. Г., Выпускники социологических факультетов на рынке труда // Социологические исследования. 2016. № 8. С. 81-91 7. Фролов Д. Что новый кризис нам готовит // Research&trends. 16.04.2015. URL: [http://www.r-trends.ru/investigations/investigations\\_1005.html](http://www.r-trends.ru/investigations/investigations_1005.html) (дата обращения: 19.02.2017). 8. Хасаншина М. В., Социология в регионе: проблема востребованности // Учёные записки ЗабГУ. Серия: Философия, социология, культурология, социальная работа. 2014. №4. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/sotsiologiya-v-regione-problema-vostrebovannosti> (дата обращения: 25.02.2017).