



## СТУДЕНТЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ФАКУЛЬТЕТА НА РЫНКЕ ТРУДА (РЕЗУЛЬТАТЫ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ)

**А.С. Баркова**, тьютор социологического факультета, асп. кафедры современной социологии социологического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова, Ленинские горы, 1, стр. 33, г. Москва, Российская Федерация, 119234\*

*Современный рынок труда представляет собой динамичную структуру, предлагающую молодым специалистам широкий спектр возможностей и вызовов. Поведение соискателей на рынке труда детерминруется различными субъективными и объективными факторами, например, ценностными установками и ориентациями, а также возрастом, географическим положением и др. Молодежь XXI в., выросшая в эпоху информационных технологий и глобализации, приходит на рынок труда с новыми ценностями, ожиданиями и амбициями. Они стремятся к самореализации, развитию трудового потенциала и работе, которая приносит им удовлетворение и смысл. Молодое поколение во многом способствует трансформации рынка труда, поскольку приносит с собой новые практики и ценности, которые влияют на устоявшиеся подходы к работе и трудоустройству. Именно поэтому исследования молодежи представляют ценный материал для поиска и удержания молодых кадров. Исследования последних лет акцентируют внимание на том, что для современной молодежи удовольствие от работы является одним из решающих нематериальных факторов выбора рабочего места.*

*Статья посвящена исследованию особенностей отношения студентов социологического факультета МГУ к трудоустройству. Выпускники социологического профиля оказываются в уникальной позиции. Их образование представляет им широкий спектр знаний и навыков, востребованных в различных сферах деятельности. Они могут выбрать карьеру в маркетинге, социологических и аналитических исследованиях, PR и HR, а также в других областях, где требуется понимание социальных процессов. В результате исследования определены ключевые факторы, влияющие на выбор студентами сфер деятельности, методов поиска работы и успешное трудоустройство.*

**Ключевые слова:** молодежь, рынок труда, трудоустройство, мотивация, социологический факультет, поведенческие стратегии.

---

\* Баркова Анна Сергеевна, e-mail: ann.barkova@list.ru

## STUDENTS OF THE SOCIOLOGY FACULTY ON THE LABOR MARKET (RESULTS OF EMPIRICAL RESEARCH)

**Barkova Anna S.**, Tutor, Graduate student, Department of Modern Sociology, Lomonosov Moscow State University, Leninskiye Gory, 1-33, Moscow, Russian Federation, 119234, e-mail: ann.barkova@list.ru

*The modern labor market is a dynamic structure that offers young professionals a wide range of opportunities and challenges. The behavior of applicants in the labor market is determined by various subjective and objective factors, such as values and orientations, as well as age, geographical location and others. The youth of the XXI century, who grew up in the era of information technology and globalization, come to the labor market with new values, expectations and ambitions. They seek self-actualization, development of labor potential and work that brings them satisfaction and meaning. The younger generation contributes a lot to the transformation of the labor market because it brings with it new practices and values that affect established approaches to work and employment. This is why youth research provides valuable material for finding and retaining young workers. Studies of recent years emphasize the fact that for modern youth the pleasure from work is one of the decisive factors in choosing a workplace.*

*The article is devoted to the study of the peculiarities of the attitude of students of the Sociology Faculty of Moscow State University to employment. Sociology graduates find themselves in a unique position. Their education provides them with a wide range of knowledge and skills in demand in various spheres of activity. They can choose careers in marketing, sociological and analytical research, PR and HR, and other fields that require an understanding of social processes. The study identifies the key factors influencing students' choice of fields of activity, job search methods and successful employment.*

**Key words:** young people, labor market, employment, motivation, sociology faculty, social behavioral strategies.

Рынок труда является одним из ключевых социально-экономических механизмов, который определяет развитие любого общества. Данную структуру можно сегментировать по различным признакам и факторам<sup>1</sup> — по характеру труда, сферам деятельности, территории, возрастным группам и др. При этом деление на сегменты многомерно и зависит от целей конкретного анализа или исследования.

Одним из наиболее значимых, с управленческой точки зрения, является сегментирование рынка труда с выделением возрастных групп. Согласно методике Росстата, внутри границ трудоспособного возраста выделяются периоды по 5 лет (15–19 лет, 20–24 года и т.д.) с соответствующими группами населения<sup>2</sup>. Таким образом стано-

---

<sup>1</sup> Нехода Е.В., Кучинова Э.С. Сегментация рынка труда: междисциплинарный подход // Вестн. Том. гос. ун-та. Экономика. 2012. № 4 (20). С. 40–53.

<sup>2</sup> Труд и занятость в России. 2023: Стат. сб. // Росстат. М., 2023.

вится возможным работать с четко обозначенными совокупностями людей, которых при необходимости можно укрупнить в более удобные для анализа когорты. Например, существует деление на молодых, зрелых и возрастных участников рынка труда<sup>3</sup>. Каждая из трех выделенных групп имеет уникальные характеристики, влияющие на их взаимодействие с рынком труда. Молодые стремятся выйти на рынок труда и приобрести трудовой опыт, зрелая группа ориентирована по большей части на карьерное продвижение, а возрастные участники рынка труда могут стремиться улучшить свое финансовое положение, дополнив пенсию заработной платой. Другое возможное укрупнение возрастных групп — деление на лиц трудоспособного и нетрудоспособного возраста.

### **Молодежь на рынке труда**

Особый интерес при исследовании рынка труда представляет молодежь, поскольку данная группа людей является наиболее динамичной частью населения. Молодежь старается определить векторы развития рынка и следовать им, а неотягощенность прошлым опытом работы детерминирует высокую трудовую мобильность этой социальной группы. На основе анализа ее поведения можно сделать важные выводы относительно общей динамики рынка труда. Впервые вступая в трудовые отношения, молодые люди зачастую приносят новые практики и ценности, что способствует изменению и трансформации всей сферы труда. Каждое поколение отличается жизненным опытом, связанным с периодом взросления: восприятием экономической и политической обстановки того времени, развитием соответствующих технологий и ценностей культуры. Все это сказывается на личностном становлении индивида и, в конечном счете, отражается на его профессиональном развитии.

В исследовании монгольских ученых<sup>4</sup> проведен краткий обзор отношений представителей разных поколений к труду. Представители разных поколений отличаются не только предпочтениями к графику работы и формату занятости, но и, в целом, своим отношением к труду и ценностными ориентациями при выборе работы. Согласно их исследованию, такие факторы как баланс работы и личной жизни, постоянство работы, исполнительность в отношении

---

<sup>3</sup> Гимпельсон В., Капелюшников Р. Нестандартная занятость и российский рынок труда // Вопросы экономики. 2006. № 1. С. 122–143.

<sup>4</sup> Цэцэгмаа Ц., Энхбаяр Ч., Алтанчимэг З. Отношение к труду и форма занятости поколений x, y, z: сходства и различия // Международный научно-исследовательский журнал. 2019. № 5–2 (83). С. 6–10.

приказов руководства и в целом восприятия желаемой широты своей специализации воспринимаются представителями конкретных поколений совершенно по-разному. Авторы делают вывод о том, что многие из этих различий связаны не с сегодняшним возрастом представителей того или иного поколения, а сформировались тогда, когда они были молодыми.

В целом можно обобщить, что значительный вклад в трансформационные процессы на рынке труда вносят именно “вновь прибывающие” на него группы людей. Их новые ценности, практики и ожидания от работы меняют ландшафт трудовых отношений и приводят к эволюции рынка труда. Конечно, не стоит приуменьшать значения для этой эволюции внешних экономических и политических условий. Стоит вспомнить 2020 г., когда во время пандемии происходил массовый перевод сотрудников на дистанционный формат работы. В настоящее время карантинные ограничения сняты, однако удаленная работа с того времени стала составлять значимую долю предложения на рынке труда всех стран<sup>5</sup>. Однако, говоря о влиянии на рынок труда, которое исходит от его участников, следует подчеркнуть, что именно представители молодого поколения обладают мощным потенциалом к изменению данной структуры.

Для эффективного привлечения молодых специалистов необходимо проводить качественные исследования их мотивации и ценностей, чтобы понять их ожидания от работы и условий трудоустройства. Ценности, характерные для молодых людей, оказывают значительное влияние на их профессиональные амбиции и представления о работе. Поэтому качественные исследования жизненных приоритетов молодежи, по типу исследования Сбербанка 2017 г.<sup>6</sup> представляют особый интерес. В результатах отмечалось, что современная для того времени молодежь не готова “вкалывать”, работа для них в первую очередь должна приносить удовольствие и доход и не отнимать много времени. В авторских опросах, выявляющих нематериальные ценности молодежи<sup>7</sup>, работа по душе также занимает одно из первых мест в рейтинге. Наиболее масштаб-

---

<sup>5</sup> Статистика удаленной работы в мире (2024) // ИНКЛИЕНТ. URL: <https://inclient.ru/remote-work-stats/#lwptoc3> (дата обращения: 12.10.2024).

<sup>6</sup> Исследование Сбербанка: 30 фактов о современной молодежи // ВШЭ. URL: [https://www.hse.ru/data/2017/03/28/1169798293/Исследование%20Сбербанка%2030%20фактов%20о%20совре..%20молодежи%20-%20ПАО%20Сбербанк%20\(2017\).pdf](https://www.hse.ru/data/2017/03/28/1169798293/Исследование%20Сбербанка%2030%20фактов%20о%20совре..%20молодежи%20-%20ПАО%20Сбербанк%20(2017).pdf) (дата обращения: 20.10.2024).

<sup>7</sup> Железнякова С.И. Трудовая мотивация молодежи в условиях цифровой экономики: проблемы изучения // Социально-гуманитарные знания. 2021. № 4. С. 159–167.

ное исследование отношения современной молодежи к труду было проведено компанией Deloitte в 2024 г. Выборка составила 22800 респондентов из 44 стран мира. Ценности, о которых говорилось выше — а именно чувство удовлетворенности от работы — важно более чем для 80% опрошенных<sup>8</sup>. Это свидетельствует о том, что для привлечения и удержания молодых кадров, важно предоставить им возможности для самореализации и развития личностного потенциала посредством интересной работы, содержащей вызовы и возможности для профессионального роста.

Поскольку для современной молодежи важен фактор самореализации, выходить на работу ее представители начинают раньше, чем более взрослое поколение. В 2022 г., согласно исследованию О.А. Золотиной и А.Т. Сагдеевой<sup>9</sup> рынок труда демонстрировал увеличивающуюся тенденцию к раннему включению в рабочую силу не только выпускников учебных заведений, но и учащихся. Трудовая занятость молодежи в возрасте от 20 до 24 лет превышает 57%, что указывало на трансформацию стратегии выхода на рынок труда — от “сначала получить диплом, затем работать” к “выйти на работу во время обучения и набраться опыта”. С данными выводами согласуется проведенное на год позже исследование сервиса рекрутингового агентства HeadHunter о молодежной занятости<sup>10</sup>. Динамика активных резюме молодых специалистов в 2023 г. активно росла и опережала рынок в целом, хотя и носила сезонный характер (весной и летом активных резюме значительно больше, чем осенью и зимой).

Исследование рынка труда сквозь призму взглядов молодых людей и выпускников вузов критически важно для понимания его общей динамики и конкретных будущих трендов. Изучая мнения, потребности и ожидания молодежи, мы получаем ценную информацию о том, какие навыки и компетенции они развивают в себе, какие условия работы будут привлекать молодые кадры и как может измениться сама культура труда и работы в ближайшее время. Данная информация помогает работодателям адаптироваться к изменяющимся условиям и создавать более привлекательную рабочую среду для молодых специалистов.

---

<sup>8</sup> 2024 Gen Z and Millennial Survey Living and working with purpose in a transforming world // Eticanews. URL: <https://www.eticanews.it/wp-content/uploads/2024/05/deloitte-2024-genz-millennial-survey.pdf> (accessed: 21.10.2024).

<sup>9</sup> Золотина О.А., Сагдеева А.Т. Рынок труда и занятость молодежи в России // УПИРР. 2022. № 5. С. 71–78.

<sup>10</sup> Что происходит на молодежном рынке труда прямо сейчас // HeadHunter. URL: [https://hh.ru/article/32302?hhtmFrom=article&hhtmFromLabel=article\\_32301](https://hh.ru/article/32302?hhtmFrom=article&hhtmFromLabel=article_32301) (дата обращения: 15.10.2024).

Исследование ожиданий молодежи относительно роста или наоборот снижения популярности отдельных сфер занятости помогает определить перспективные направления развития рынка труда и идентифицировать те сферы, где будет наблюдаться приток молодых специалистов. Вряд ли молодые люди пойдут работать в трудовую отрасль, которую они не считают перспективной.

Кроме того, изучение молодежного сегмента рынка труда способствует определению проблем и вызовов, с которыми они сталкиваются при поиске работы. Помимо очевидной и неразрешимой проблемы, связанной с отсутствием трудового опыта, сюда можно также отнести недостаток информации в целом о рынке труда и его динамике, а также различные препятствия для развития карьеры в молодом возрасте. При понимании таких проблем различные государственные, муниципальные и образовательные структуры могут разрабатывать более эффективные программы поддержки молодежи на рынке труда и способствовать их успешному включению в рабочие процессы.

### **Трудоустройство студентов социологического факультета МГУ**

Для исследования особенностей социально-трудовых отношений среди молодого поколения нами было проведено анкетирование студентов социологического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова. Опрос проводился в феврале 2024 г. по репрезентативной выборке, учитывающей возраст и пол респондентов. Опрос осуществлялся как в бумажной, так и электронной форме (с использованием сервиса Google Forms). Всего было собрано 249 анкет, что по данным на время проведения исследования составляет 35% генеральной совокупности. Вопросы анкеты касались самых разных тем, связанных с трудоустройством будущих социологов: использование различных источников при поиске работы, поиск работы в интернете, выбираемые специальности и профессии, будущее рынка труда в России. В целом, анкета состояла из двух разделов:

- стратегии поиска работы и методы, используемые студентами, как уже искавшими работу, так и планирующими ее поиск в будущем;
- сферы, в которых студенты искали или планировали искать работу, а также где им удалось трудоустроиться.

Анализ полученных данных позволил выявить ряд тенденций в восприятии рынка труда и социально-трудовых отношений среди молодого поколения.

Особый интерес представляет сам факт поиска работы студентами. Все-таки студент — лицо, первостепенной задачей которого является обучение новому, усвоение знаний и развитие необходимых профессиональных и надпрофессиональных навыков. В процессе обучения в образовательных учреждениях далеко не всегда возможно совмещать работу и учебу. Студент становится перед выбором: пропускать занятия и работать или же посвятить себя обучению и не загружать себя трудовыми обязанностями. Как свидетельствуют исследования занятости молодых кадров, количество работающих студентов в нашей стране достаточно велико<sup>11</sup>.

Подавляющее большинство респондентов нашего опроса (73%) уже имели опыт поиска работы. Данный факт представляется вполне естественным, поскольку для современных выпускников сейчас существует множество путей включиться в трудовую деятельность во время обучения. Сюда относятся многочисленные программы летних стажировок, временная и удаленная занятость, фриланс и т.п. Все эти варианты позволяют студентам получить практический опыт, развить профессиональные навыки, заработать деньги и увеличить свои шансы на успешное трудоустройство после окончания университета. В целом, молодежь склонна к гибким формам занятости, совмещающая учебу с работой или работая эпизодически<sup>12</sup>. В связи с этим не удивительно, что значительная часть опрошенных уже сталкивалась с процессом поиска работы (конкретные данные о поиске работы представителями конкретных возрастных групп представлены в табл. 1).

Таблица 1

**Наличие опыта поиска работы у студентов  
социологического факультета МГУ (в % от числа опрошенных)**

| Опыт поиска работы | Возраст (лет) |       |       |       | В целом |
|--------------------|---------------|-------|-------|-------|---------|
|                    | 16–17         | 18–20 | 21–23 | 24–26 |         |
| Наличивается       | 75            | 73    | 82    | 43    | 73      |
| Отсутствует        | 25            | 27    | 18    | 57    | 27      |

<sup>11</sup> Яркова Т.А., Михайлова Н.К. Занятость студентов на рынке труда: “старые” или новые тенденции? // Экономика труда. 2019. № 1. С. 587–598; Опрос: каждый второй студент совмещает учебу с работой // Моифинансы. URL: <https://моифинансы.рф/article/opros-kazhdyyj-vtoroj-student-sovmeshaet-uchebu-s-rabotoj/> (дата обращения: 12.10.2024).

<sup>12</sup> Третью молодежь в России работает удаленно // top24news. URL: <https://top24.news/obshchestvo/tret-molodyozhi-v-rossii-rabotaet-udalynno> (дата обращения: 21.10.2024).

Анализ результатов опроса показывает интересную и, казалось бы, парадоксальную динамику в отношении опыта поиска работы в разных возрастных группах. Среди респондентов 24–26 лет более половины утверждают, что раньше не сталкивались с поиском работы. В то же время, среди студентов младшего возраста значительно больше тех, кто уже имеет опыт поиска работы. Однако, если связать фактор возраста с уровнем получаемого образования, картина проясняется. В среднем, бакалавриат как раз заканчивают в возрасте 22 лет. Профессиональные ориентации студентов формируются индивидуально, однако логично предположить, что те, кто выбрал продолжить обучение, нацелены скорее на получение более глубоких знаний и опыта, и для них вопрос о совмещении учебы и трудовой деятельности может вовсе не стоять. Они концентрируются на учебе: могут исследовать разные области знаний, пробовать себя в науке, заниматься волонтерством (а не работой) для приобретения опыта и т.п. Поэтому среди студентов, обучающимся по программам магистратуры и аспирантуры, процент тех, кто обращался к поиску работы действительно может быть меньше. Эти студенты прошли через своеобразное “сито”, выбрав продолжение обучения, а не вступление в трудовые отношения. В то же время среди выпускников бакалавриата, возраст которых в среднем составляет 22 года, действительно, большая часть ориентирована на вступление в трудовую деятельность и может начать трудиться во время учебы.

Если же обратиться к вопросу о том, как студенты осуществляли поиск работы, ответ на него будет однозначным — с помощью интернета. Интернет в современных реалиях представляет собой наиболее эффективный инструмент для поиска работы, обеспечивая соискателям доступ к обширной базе открытых вакансий. Динамичное обновление информации о вакансиях позволяет соискателям отслеживать изменения на рынке труда в реальном времени. Кроме того, онлайн-платформы предоставляют возможность сравнительного анализа условий трудоустройства, включая уровень заработной платы и требования к профессиональным навыкам, что позволяет соискателям оптимизировать свой поиск работы. 98% респондентов использовали интернет как один из источников поиска работы. Среди преимуществ обращения к данному инструменту респонденты отметили экономию времени и большой выбор вакансий. Ни одна другая форма поиска работы (ярмарка вакансий, знакомые и друзья и т.д.) не сможет дать соискателю внушительный

список вакансий за короткий срок, как это происходит при простом обращении к сайту рекрутингового агентства<sup>13</sup>.

Однако студенты-социологи отдают себе отчет и о недостатках поиска работы в сети. Несмотря на предоставление большого количества вакансий, не все из них содержат полностью достоверную информацию. В некоторых случаях указывается некорректная информация о заработной плате или обязанностях будущего работника, иногда объявление о вакансии попросту оказывается неактуальным. Проблема недостоверной информации о вакансиях, к сожалению, является почти непреодолимой. Использование некорректных данных о будущей работе (завышенная зарплата, дополнительные льготы, хорошие условия труда и т.п.) становится часто используемой тактикой для привлечения внимания кандидатов и увеличения интереса к компании. Опрос сервиса Работа.ру, проведенный в 2021 г., показал, что больше 70% респондентов сталкивались с ложью в вакансиях различных компаний<sup>14</sup>.

Помимо интернета, более половины опрошенных (52%) обращались к личным знакомствам при поиске работы. Респонденты понимают, что данный канал поиска, действительно, может способствовать успешному трудоустройству, ведь, по сути, он предоставляет доступ к эксклюзивной информации и увеличивает шансы на более плодотворную коммуникацию между работодателем и соискателем через “своего” человека. Следует отметить, что среди тех, кто еще не искал работу, 65% при наличии возможности будут обращаться к личным связям и знакомствам.

### **Стратегии поиска работы студентами**

Отдельного и более пристального внимания заслуживают вопросы, касающиеся поведенческих стратегий студентов при поиске работы. Прежде всего нужно сказать, что любой соискатель может придерживаться различных стратегий, выбор которых зависит от интенсивности обращения к объявлениям о вакансиях, частоты откликов на них, глубины саморефлексии и постановки карьерных целей. Исходя из этого можно выделить два подхода к поиску работы — активный и пассивный<sup>15</sup>. Первый заключается в инициа-

---

<sup>13</sup> Скрипниченко Л.С. Интернет как средство поиска работы и персонала // УПИРР. 2022. № 4. С. 48–52.

<sup>14</sup> Опрос показал, сколько россиян сталкивались с ложью в вакансиях // РИА новости. URL: <https://ria.ru/20210727/lozh-1743032642.html> (дата обращения: 13.10.2024).

<sup>15</sup> Тореев В.Б. Рынок труда и стратегии поиска работы // Народонаселение. 2013. № 3 (61). С. 38–51.

ции соискателем первичного контакта с работодателем. Соискатель активно ищет работу, сравнивает и выбирает подходящие ему вакансии. Пассивный подход связан с простым ожиданием предложений от работодателей и минимальной активностью по части отбора вакансий. Наибольший интерес для настоящего исследования составляет активный тип поиска, поскольку именно он позволяет узнать, какими ресурсами пользуется соискатель, какие критерии поиска работы он выделяет и, в целом, как он отбирает подходящие вакансии. Пассивный поиск не дает столько информации о действиях соискателя. Он может только подтвердить, что соискатель ищет работу, но он не показывает сами методы поиска и задействованные ресурсы. Следует заметить, что пассивный поиск также может быть актуальным у студентов. Например, они могут размещать свои резюме на сайте рекрутингового сервиса и просто ждать откликов. Однако ничего, кроме наличия активного резюме, о соискателе в таком случае сказать невозможно.

Активный поиск в свою очередь может реализовываться разными путями. Исследователи выделяют три формы: бессистемный, сфокусированный и исследовательский<sup>16</sup>.

Суть бессистемного поиска можно кратко охарактеризовать принципом “на авось”. Соискатель откликается на все вакансии, которые попадают на глаза на всех доступных ресурсах. У соискателя лишь одна цель — трудоустроиться, при этом не важен собственный профессиональный интерес и актуальная квалификация. Саморефлексия при такой форме поиска отсутствует. Если соискатель в целом не боится сложной работы, то шансы быстро трудоустроиться возрастают, что относят к плюсам данного метода. Тем не менее, нельзя сказать, что для личного развития такая стратегия является эффективной, поскольку соискатель тратит поисковое время на зачастую не подходящие ему по статусу и умениям вакансии, в то время как можно было сосредоточиться на минимальном “просеивании” вакансий и отбору перспективных вариантов.

Сфокусированный поиск реализуется через первоначальный выбор специализации (четко очерченной процессуальной области) и сосредоточении внимания на соответствующих ей вакансиях. Важно изучить рынок труда в выбранной отрасли, понять требования работодателей, развить необходимые навыки для успешного

---

<sup>16</sup> Crossley C., Scott H. Relation of job search and choice process with subsequent satisfaction // *Journal of Economic Psychology*. 2005. N 26. P. 255–268.

трудоустройства. Здесь уже можно говорить о том, что соискатель занимается саморефлексией, однако исключительно в рамках самооценки и анализа своих текущих способностей в конкретной выбранной сфере. Отклики на вакансии при данной форме поиска являются целевыми, поэтому шансы на успешное трудоустройство достаточно высокие. Более того, фокусировка на конкретной специализации позволяет развить необходимые навыки и знания, что делает кандидата более конкурентоспособным в выбранной сфере и опять же увеличивает шансы успешного трудоустройства. К минусам такой формы поиска относится ограниченность предложений. Кандидат может не обратить внимание на подходящие ему по навыкам и умениям вакансии, если они не попадают под выбранную специализацию. Например, если кандидат выбрал специализацию “Веб-разработка”, он может не обратить внимание на вакансию “Разработчик мобильных приложений”, хотя она требует схожих навыков и знаний в программировании, работе с базами данных и интерфейсами. Другой пример: кандидат, выбравший специализацию “Маркетинг в социальных медиа”, может пропустить вакансию “Контент-менеджер”, хотя обе специализации требуют навыков в создании контента, продвижении в онлайн-среде и анализе данных. Поэтому важно помнить, что сфокусированный поиск не должен быть слишком узким, необходимо быть открытым к новым возможностям и не бояться исследовать смежные специализации.

Третий, исследовательский, тип поиска работы представляет собой системный подход соискателя к анализу себя как специалиста и рынка труда. Суть такого поиска заключается в глубоком самопознании, оценки своих способностей, интересов и ценностей, и рассмотрению разных специализаций и сфер труда, которые будут максимально соответствовать личным предпочтениям. Человек не фокусируется на конкретной профессии или отрасли, а дает себе свободу выбора работы в самых разных сферах. Например, соискатель, занимающийся исследовательским поиском, может одновременно просматривать вакансии в сфере социальной аналитики и сфере маркетинга. Аналитика данных требует хорошего знания статистических методов, способности анализировать большие объемы данных и делать выводы. Маркетинг также часто опирается на анализ данных о поведении потребителей, эффективности рекламных кампаний и т.д. Если выбрана стратегия исследовательского поиска, соискатель постоянно оценивает себя и свои

способности для того, чтобы понять, насколько его навыки могут пригодиться в каждой конкретной сфере. Можно сказать, что здесь, в отличие от сфокусированного типа поиска, саморефлексия постоянна и адаптивна. В частности, соискателю потребуется заново настраивать себя для прохождения каждого нового собеседования. Кроме того, если сфокусированный тип поиска скорее опирается на специализацию, то исследовательский тип — на межпрофессиональные и личностные навыки. Разумеется, к минусам данного типа поиска можно отнести ресурсо- и времязатратность, поскольку постоянный самоанализ требует много времени. Однако именно с помощью такого типа поиска значительно увеличиваются шансы не просто найти подходящую в плане навыков и способностей работу, но и максимально раскрыть свой трудовой потенциал в ней.

Комбинация форм поиска также возможна. В зависимости от интереса и мотивации, которые со временем меняются, соискатель может переходить от исследовательского типа поиска к сфокусированному и даже бессистемному и наоборот. Он также может одновременно бессистемно откликаться на вакансии только одного профессионального направления, что представляет собой комбинацию бессистемного и сфокусированного подходов.

В нашем исследовании сфокусированный поиск работы был разделен на два “подвида” — фокус на конкретной профессии и фокус на конкретной компании. Такое разделение представляется актуальным, потому что в современных реалиях имидж компании может играть решающую роль в привлечении потенциальных работников. Студенты могут быть так впечатлены рекламой компании, что будут стремиться устроиться на любые вакансии в ней, даже если они не полностью соответствуют их специализации. Кроме того, студенты часто находятся в поиске своего пути и готовы испытать себя в разных профессиях, что тоже может привести их к фокусу на конкретной компании. Разделение сфокусированного типа поиска работы на два подвида помогло определить, что для студентов-социологов важнее: сама профессия или имидж организации, и в какой степени один фактор преобладает над другим. Респонденты также могли дополнительно указать свои собственные стратегии поиска. Результаты выявления используемых студентами-социологами стратегий поиска работы приведены в табл. 2.

## Стратегии поиска работы студентов-социологов

| Выбранная стратегия                                                        | Общий итог (%) |
|----------------------------------------------------------------------------|----------------|
| Сфокусированный на специализации поиск + исследовательский поиск           | 32,97          |
| Сфокусированный на компании поиск + сфокусированный на специализации поиск | 21,98          |
| Сфокусированный на специализации поиск                                     | 18,13          |
| Сфокусированный на компании поиск                                          | 6,04           |
| Сфокусированный на компании поиск + исследовательский поиск                | 6,04           |
| Сфокусированный на специализации поиск + бессистемный поиск                | 4,95           |
| Исследовательский поиск                                                    | 3,30           |
| Бессистемный поиск                                                         | 3,30           |
| Исследовательский поиск + бессистемный поиск                               | 1,65           |
| Сфокусированный на компании поиск + бессистемный поиск                     | 1,10           |
| Поиск вакансии ближе к дому                                                | 0,55           |
| Всего                                                                      | 100            |

Наиболее популярной стратегий среди респондентов является комбинация сфокусированного на специализациях и исследовательского типа поиска. Следует отметить, что сам по себе сфокусированный поиск является популярным как в чистом виде, так и в комбинации с другими стратегиями. Подобное преобладание сфокусированного поиска может быть объяснено относительной простотой и конкретностью данной стратегии. Студентам часто проще выбрать конкретную цель (профессию или компанию) и сосредоточиться на ее достижении, нежели проводить глубокую саморефлексию и исследовать свои способности в рамках исследовательского поиска. Такой подход к поиску работы обусловлен как отсутствием достаточного опыта самопознания, так и желанием оперативно включиться в трудовую деятельность и добиться успеха.

Наименее популярные позиции заняли бессистемный поиск и его комбинации с другими стратегиями. Данный факт свидетельствует о том, что респонденты в большинстве своем осознают необходимость целеустремленного подхода к поиску работы. Они не рассчитывают на случайность и понимают, что хаотичный отклик

на все вакансии без учета собственных интересов, квалификации и целей не приведет к желаемому результату.

Один респондент также указал конкретный и однозначный фактор фильтрации вакансий — “поиск работы ближе к дому”. В современных реалиях даже при поиске работы через интернет, возможно настроить в качестве фильтра открытых вакансий их гео-локацию и таким образом осуществлять отбор.

### Критерии отбора вакансий студентами

Рекрутинговые платформы в интернете предоставляют соискателям доступ к обширной базе открытых вакансий. Просматривая предложения, кандидаты осуществляют их оценку на основе различных критериев. Последние могут представлять собой как материальные факторы (заработная плата, близость к дому и т.п.), так и нематериальные факторы (удовлетворенность работой, престиж и т.п.). Оценка вакансий является субъективным процессом, и важность тех или иных критериев может отличаться в зависимости от конкретного соискателя, его ценностей, опыта и жизненных установок. Ответы на вопрос относительно решающего критерия в выборе вакансии представлены на рис.



Рис. Определяющие критерии в выборе работы студентов-социологов

Как можно видеть, значительная часть респондентов выдвигает критерий заработной платы как определяющий в выборе места работы, т.е. в ситуации с двумя схожими вакансиями, но разной оплатой труда, выбор будет сделан в пользу наиболее высокой зарплаты. Заработная плата для студента, безусловно, является мощным моти-

вационным фактором, влияющим на его выбор места работы. Она является экономическим стимулом, обеспечивая студента финансовыми ресурсами, и одновременно показателем его статуса и социальной значимости, сигнализируя о высокой оценке обществом его навыков, знаний и умений. В исследовании “Талантист”<sup>17</sup>, проведенном в 2023 г., организаторы пришли к аналогичному результату. 75% опрошенной молодежи выбрали заработную плату определяющим фактором при оценке вакансий.

Интересно было сопоставить полученные результаты с проведенным также на социологическом факультете МГУ в 2018 г. исследованием на тему “Социальный портрет современного российского студента”<sup>18</sup>. Важной составляющей того исследования была оценка текущей занятости студентов, а также их взглядов на трудоустройство. Было выявлено, что необходимость зарабатывать себе на жизнь является основной причиной совмещения работы и учебы. Таким образом, в исследовании пятилетней давности заработная плата как критерий выбора работы воспринималась в первую очередь в своем экономическом значении. Ее статусный аспект раскрывался в оценке желаемого будущего. Тогда более половины опрошенных студентов выделили в качестве жизненного приоритета возможность получать высокие доходы в будущем, работая по своей профессии.

Сегодня обретение особого социального статуса также волнует очень многих студентов. Два следующих за зарплатой мотива выбора работы — “желание реализовать себя в выбранной специальности” и “желание начать самостоятельную жизнь” — связаны со стремлением повысить свой социальный статус. Причем, таких статусов два. Во-первых, студентов привлекает статус профессионала своего дела. А, во-вторых, для молодого человека или девушки привлекателен статус независимой личности. Жить без помощи родителей, самого себя содержать, быть свободным в своих решениях — вот те характеристики этого статуса, которые как стимулируют сам поиск работы, так и определяют выбор конкретной вакансии. Исходя из этого и высокая заработная плата как основание для предпочтения конкретной работы важна для студентов-социологов прежде всего как подтверждение высокого социального статуса человека, который ей занимается.

---

<sup>17</sup> Исследование “Талантист” выявило, что важно для молодежи при выборе работодателя // Талантист. URL: <https://talantist.ru/news/talantist-chto-vazhno-dlya-molodezhi-pri-vybore-rabotodatela/> (дата обращения: 20.10.2024).

<sup>18</sup> Осипова Н.Г., Синяков А.В., Елишев С.О., Каневский П.С., Трофимов С.В. Социальный портрет современного российского студента: по результатам исследования на социологическом факультете МГУ имени М.В. Ломоносова. М., 2017.

## Сферы трудоустройства студентов-социологов

Выпускники социологического факультета обладают, помимо узкоспециализированных знаний, широким спектром компетенций, что делает их востребованными специалистами в различных областях. В процессе обучения вырабатываются востребованные на современном рынке труда личностные и профессиональные компетенции, среди которых можно выделить работу в команде, коммуникацию, самоорганизацию и саморазвитие. Согласно данным цифровой платформы РосНавык, разработанной в Томском государственном университете для оценки востребованности профессиональных и надпрофессиональных (личностных) навыков, именно эти “мягкие” навыки являются одними из самых часто встречающихся в объявлениях на сайтах рекрутинговых агентств<sup>19</sup>.

Студенты социологического факультета также развивают навыки работы с информацией, включая поиск, критический анализ, обработку и презентацию данных в целях выявления и решения социально-значимых проблем. Благодаря этим компетенциям они востребованы в сферах маркетинга, государственного управления, консалтинга, социальной работы, науки и образования, СМИ и PR и многих других областях.

Блок вопросов анкеты касался направлений поиска работы по сферам деятельности. Наиболее часто студенты социологического факультета искали работу в сфере исследований и аналитики (в маркетинговых агентствах и социологических центрах), маркетинге, рекламе и PR. Поиск работы увенчался успехом у 51% опрошенных. Топ-5 сфер, в которых респондентам удалось трудоустроиться, представлен в табл. 3.

Таблица 3

Топ-5 сфер трудоустройства студентов-социологов

| Сфера                                                                             | % трудоустроившихся |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---------------------|
| Маркетинг, реклама, PR (в государственных организациях и частных компаниях)       | 16,1                |
| Образование и наука                                                               | 12,9                |
| Торговля, производство                                                            | 12,9                |
| HR                                                                                | 10,7                |
| Исследования и аналитика (в социологических центрах и маркетинговых агентствах и) | 9,6                 |

<sup>19</sup> РосНавык — актуальный запрос рынка труда на компетенции в России // РосНавык. URL: <https://rosnavyk.ru/> (дата обращения: 19.10.2024).

Среди областей трудоустройства социологов достаточно неожиданной выглядит сфера торговли и производства. Как показал сопутствующий опросу анализ информации, речь в данном случае не идет о трудоустройстве в сфере промышленной социологии, хотя на крупных отечественных предприятиях существуют социологические службы. Для студентов и молодых специалистов часто доступны входные, низшие позиции в торговых точках или на производственных предприятиях. Эти позиции могут быть относительно простыми в смысле требований к опыту и квалификации, что делает их доступными для широкого круга лиц. При этом даже на таких позициях социологи могут применить свои знания о поведении потребителей, взаимодействии с коллегами, разрешении конфликтов безотносительно специфике работы в конкретной отрасли.

Подводя итог проведенному исследованию, можно выделить несколько ключевых тенденций в поведении студентов социологического факультета на рынке труда. Во-первых, у них преобладает сфокусированная форма поиска работы. Студенты социологического факультета прежде всего ориентируются на профессиональную специализацию. Они хотят развивать полученные в ходе учебы навыки и умения. При этом определенная часть студентов ориентируется в большей степени на имидж компании, в которой будут работать. Во-вторых, в поиске работы студенты активно используют современные инструменты и каналы коммуникации: интернет и личные знакомства. Данные ресурсы предоставляют широкие возможности для поиска вакансий, контактов с работодателями и сбора информации о рынке труда. В-третьих, студенты социологического факультета в своем трудоустройстве нацелены на специфические сферы деятельности, такие как маркетинг, социологические исследования, аналитика, PR и HR. Это связано с тем, что они обладают знаниями и навыками, необходимыми для успешной работы в этих областях.

Важно отметить, что более половины опрошенных студентов уже успешно трудоустроились. Этот факт свидетельствует о высоком уровне профессиональной подготовки, полученной на факультете, и о востребованности специалистов с социологическим образованием на рынке труда.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Гимпельсон В., Капелюшников Р. Нестандартная занятость и российский рынок труда // Вопросы экономики. 2006. № 1. С. 122–143.

Железнякова С.И. Трудовая мотивация молодежи в условиях цифровой экономики: проблемы изучения // Социально-гуманитарные знания. 2021. № 4. С. 159–167.

Золотина О.А., Сагдеева А.Т. Рынок труда и занятость молодежи в России // УПИРР. 2022. № 5. С. 71–78.

Исследование “Талантист” выявило, что важно для молодежи при выборе работодателя // Талантист. URL: <https://talantist.ru/news/talantist-cto-vazhno-dlya-molodezhi-pri-vybore-rabotodatelaya/> (дата обращения: 20.10.2024).

Исследование Сбербанка: 30 фактов о современной молодежи // ВШЭ. URL: [https://www.hse.ru/data/2017/03/28/1169798293/Исследование%20Сбербанка%2030%20фактов%20о%20совре..%20молодежи%20-%20ПАО%20Сбербанк%20\(2017\).pdf](https://www.hse.ru/data/2017/03/28/1169798293/Исследование%20Сбербанка%2030%20фактов%20о%20совре..%20молодежи%20-%20ПАО%20Сбербанк%20(2017).pdf) (дата обращения: 20.10.2024).

Нехода Е.В., Кучинова Э.С. Сегментация рынка труда: междисциплинарный подход // Вестн. Том. гос. ун-та. Экономика. 2012. № 4 (20). С. 40–53.

Опрос показал, сколько россиян сталкивались с ложью в вакансиях // РИА новости. URL: <https://ria.ru/20210727/lozh-1743032642.html> (дата обращения: 13.10.2024).

Опрос: каждый второй студент совмещает учебу с работой // Мои финансы. URL: <https://моифинансы.рф/article/opros-kazhdyy-vtoroj-student-sovmeshhaet-uchebu-s-rabotoj/> (дата обращения: 12.10.2024).

Осипова Н.Г., Синяков А.В., Елишев С.О., Каневский П.С., Трофимов С.В. Социальный портрет современного российского студента: по результатам исследования на социологическом факультете МГУ имени М.В. Ломоносова”. М., 2017.

РосНавык — актуальный запрос рынка труда на компетенции в России // РосНавык. URL: <https://rosnavyk.ru/> (дата обращения: 19.10.2024).

Скрипниченко Л.С. Интернет как средство поиска работы и персонала // УПИРР. 2022. № 4. С. 48–52.

Статистика удаленной работы в мире (2024) // ИНКЛИЕНТ. URL: <https://inclient.ru/remote-work-stats/#lwptoc3> (дата обращения: 12.10.2024).

Тореев В.Б. Рынок труда и стратегии поиска работы // Народонаселение. 2013. № 3 (61). С. 38–51.

Третью молодежи в России работает удалённо // top24.news. URL: <https://top24.news/obshhestvo/tret-molodyozhi-v-rossii-rabotaet-udalynno> (дата обращения: 21.10.2024).

Труд и занятость в России. 2023: Стат. сб. // Росстат. М., 2023.

Цэцэгмаа Ц., Энхбаяр Ч., Алтанчимэг З. Отношение к труду и форма занятости поколений x, y, z: сходства и различия // МНИЖ. 2019. № 5–2 (83). С. 6–10.

Что происходит на молодежном рынке труда прямо сейчас // HeadHunter. URL: [https://hh.ru/article/32302?hhtmlFrom=article&hhtmlFromLabel=article\\_32301](https://hh.ru/article/32302?hhtmlFrom=article&hhtmlFromLabel=article_32301) (дата обращения: 15.10.2024).

Яркова Т.А., Михайлова Н.К. Занятость студентов на рынке труда: “старые” или новые тенденции? // Экономика труда. 2019. № 1. С. 587–598.

## REFERENCES

2024 Gen Z and Millennial Survey Living and working with purpose in a transforming world // Etcnews. URL: <https://www.etcnews.it/wp-content/uploads/2024/05/deloitte-2024-genz-millennial-survey.pdf> (accessed: 21.10.2024).

Chto proishodit na molodezhnom rynke truda prjamo sejchas [What's happening in the youth labor market right now] // HeadHunter. URL: <https://>

hh.ru/article/32302?hhtmFrom=article&hhtmFromLabel=article\_32301 (accessed: 15.10.2024) (in Russian).

*Cjecjegmaa C., Jenhbajar Ch., Altanchimjeg Z.* Otnoshenie k trudu i forma zanjatosti pokolenij h, y, z: shodstva i razlichija [Attitudes to labor and form of employment of generations x, y, z: similarities and differences] // MNIZh. 2019. N 5–2 (83) (in Russian).

*Crossley C., Scott H.* Relation of job search and choice process with subsequent satisfaction // Journal of Economic Psychology. 2005. N 26.

*Gimpel'son V., Kapeljushnikov R.* Nestandartnaja zanjatost' i rossijskij rynek truda [Non-standard employment and the Russian labor market] // Voprosy jekonomiki. 2006. N 1 (in Russian).

Issledovanie "Talentist" vyjavilo, chto vazhno dlja molodezhi pri vybore rabotodatelja [Talentist survey reveals what is important to young people when choosing an employer] // Talentist. URL: <https://talantist.ru/news/talantist-chto-vazhno-dlya-molodezhi-pri-vybore-rabotodatelja/> (accessed: 20.10.2024) (in Russian).

Issledovanie Sberbanka: 30 faktov o sovremennoj molodezhi [Sberbank research: 30 facts about today's youth] // VShJe. URL: [https://www.hse.ru/data/2017/03/28/1169798293/Issledovanie%20Sberbanka%2030%20faktov%20o%20sovre.%20molodezhi%20-%20PAO%20Sberbank%20\(2017\).pdf](https://www.hse.ru/data/2017/03/28/1169798293/Issledovanie%20Sberbanka%2030%20faktov%20o%20sovre.%20molodezhi%20-%20PAO%20Sberbank%20(2017).pdf) (accessed: 20.10.2024) (in Russian).

*Jarkova T.A., Mihajlova N.K.* Zanjatost' studentov na rynke truda: "starye" ili novye tendencii? [Student employment in the labor market: "old" or new trends?] // Jekonomika truda. 2019. N 1 (in Russian).

*Nehoda E.V., Kuchinova Je.S.* Segmentacija rynka truda: mezhdisciplinarnyj podhod [Labor market segmentation: an interdisciplinary approach] // Vestn. Tom. gos. un-ta. Jekonomika. 2012. T. 4. N 20 (in Russian).

Opros pokazal, skol'ko rossiyan stalkivalis' s lozh'ju v vakansijah [Survey shows how many Russians have encountered lies in job vacancies] // RIA novosti. URL: <https://ria.ru/20210727/lozh-1743032642.html> (accessed: 13.10.2024) (in Russian).

Opros: kazhdyj vtoroj student sovmeshhaet ucību s rabotoj [Survey: every second student combines study with work] // Moifinansy. URL: <https://moifinansy.rf/article/opros-kazhdyj-vtoroj-student-sovmeshaet-ucību-s-rabotoj/> (accessed: 12.10.2024) (in Russian).

*Osipova N.G., Sinjakov A.V., Elishev S.O., Kanevskij P.S., Trofimov S.V.* Social'nyj portret sovremennoego rossijskogo studenta [Social portrait of a modern Russian student]. Po rezul'tatam issledovanija na sociologicheskom fakul'tete MGU imeni M.V. Lomonosova". M., 2017 (in Russian).

RosNavyk — aktual'nyj zapros rynka truda na kompetencii v Rossii [RosNavik — current labor market demand for competencies in Russia] // RosNavyk. URL: <https://rosnavyk.ru/> (accessed: 19.10.2024) (in Russian).

*Skripnichenko L.S.* Internet kak sredstvo poiska raboty i personala [Internet as a means of job and personnel search] // UPIRR. 2022. N 4 (in Russian).

Statistika udalennoj raboty v mire (2024) [Statistics of remote work in the world (2024)] // INKLIENT. URL: <https://inclient.ru/remote-work-stats/#lwptoc3> (accessed: 12.10.2024) (in Russian).

*Toreev V.B.* Rynek truda i strategii poiska raboty [Labor market and job search strategies] // Narodonaselenie. 2013. N 3 (61) (in Russian).

Tret' molodjozhi v Rossii rabotaet udaljonno [One third of young people in Russia work remotely] // top24.news. URL: <https://top24.news/obshhestvo/tret-molodyozhi-v-rossii-rabotaet-udaljonno> (accessed: 21.10.2024) (in Russian).

Trud i zanjatost' v Rossii. 2023: Stat.sb. [Labor and Employment in Russia. 2023: Stat.sb] // Rosstat. M., 2023 (in Russian).

*Zheleznyakova S.I.* Trudovaja motivacija molodezhi v uslovijah cifrovoj jekonomiki: problemy izuchenija [Labor motivation of young people in the digital economy: problems of study] // Social'no-gumanitarnye znaniya. 2021. N 4 (in Russian).

*Zolotina O.A., Sagdeeva A.T.* Rynok truda i zanjatosti molodezhi v Rossii [Labor market and youth employment in Russia] // UPIRR. 2022. N 5 (in Russian).