

Секция «31.3 Социология новых медиа и цифровые методы анализа общественных процессов»

### **Цифровой анализ спроса на рынке труда: опыт парсинга вакансий**

**Научный руководитель – Тюриков Александр Георгиевич**

***Костаков Глеб Сергеевич***

*Студент (магистр)*

Финансовый университет, Факультет социальных наук и массовых коммуникаций,  
Москва, Россия

*E-mail: gkostakov2@mail.ru*

В условиях трансформации российского высшего образования особенно остро встаёт вопрос соответствия социологического образования запросам рынка труда [3,5]. Социологическое образование остаётся в зоне профессиональной неопределённости: многие выпускники не имеют чёткой картины карьерной траектории, хотя на практике осваивают роли аналитиков и исследователей в разных секторах экономики [1,4]. Одновременно фиксируется дисбаланс между структурой выпуска вузов и реальными потребностями рынка труда по отраслям, что требует более точных инструментов количественной оценки спроса [2]. Одним из таких инструментов становится анализ предложений о работе на онлайн-платформах, позволяющий описать структуру спроса в рамках конкретной специальности.

Цель представляемого исследования – описать структуру спроса на специалистов-социологов на российском рынке труда на основе цифрового анализа вакансий платформы hh.ru и показать, какие требования работодатели выставляют для выпускников социологических программ. В качестве объекта анализа выступают вакансии, потенциально доступные социологам и связанные с проведением или использованием результатов социологических исследований, а в качестве предмета – их содержательные характеристики (профессиональные области, требования к опыту, уровень заработной платы).

Методологически исследование опирается на профессиональный стандарт «Социолог: специалист по фундаментальным и прикладным социологическим исследованиям» (код 01.12), задающий рамки ключевых трудовых функций и компетенций социолога. В выборку включались только те вакансии, в описании которых присутствовали задачи по проведению количественных и/или качественных исследований, интерпретации данных, подготовке аналитических материалов или использованию результатов социологических исследований в управленческих решениях. Из массива исключались вакансии, где социологический инструментариум фактически отсутствовал: классический рекрутмент и кадровый документооборот в HR, чистый PR и реклама, продажи, SMM и аналогичные позиции.

Эмпирическая база была сформирована на основе данных платформы hh.ru по всей России; сбор информации осуществлялся в мае 2025 года с помощью парсинг-запросов через прикладной программный интерфейс HeadHunter (API). На первом этапе выделялся широкий массив вакансий, потенциально связанных с социологическими исследованиями; на втором этапе проводился содержательный анализ текстов объявлений с последующим «очищением» выборки от нерелевантных позиций. В результате для детального анализа было отобрано 1781 объявление о вакансии.

Для описания профессиональной структуры спроса была использована укрупнённая классификация вакансий: маркетинг (маркетинговые аналитики, исследователи рынков), HR и управление персоналом (HR-аналитики, HRBP), продакт/проджект-менеджмент и CX/UX-исследования, категория «другое». Результаты показывают, что 44,2% вакансий

относится к маркетингу, 23,4% – к HR, что подтверждает гипотезу о доминировании маркетинговой сферы.

Анализ требований к опыту показал ориентацию на специалистов с практическим стажем: 49% вакансий требуют 1–3 года опыта, 38% – 3–6 лет, лишь 9% доступны без опыта. Средняя зарплата по всем вакансиям составила 115 514 руб. (медиана 100 000 руб.). В разбивке по требуемому стажу – без опыта: 66 139 руб. (медиана 55 000 руб.); 1–3 года: 103 093 руб. (медиана 100 000 руб.); 3–6 лет: 149 793 руб. (медиана 135 000 руб.); >6 лет: 224 500 руб. (медиана 232 500 руб.).

Полученные результаты подтверждают доминирование коммерческого сектора как основной сферы применения социологических компетенций. В прикладном плане это усиливает значимость ранней профессионализации выпускников, а для образовательных программ – необходимость учитывать риски и вызовы реформирования социологического образования и вопросы «стыковки» с рынком труда.

В целом, апробированный в исследовании метод парсинга вакансий с онлайн-платформ и последующим контент-анализом доказывает свою эффективность как гибкий и оперативный инструмент регулярного мониторинга спроса на рынке труда, применимый для адаптации образовательных стратегий по широкому спектру специальностей.

### Источники и литература

- 1) Гризик, М. А. Востребованность компетенций социолога на современном рынке труда // Наука и высшее образование в XXI веке: пространство возможностей и векторы развития: сб. науч. трудов Междунар. науч.-практ. конф., Иркутск, 15–16 декабря 2023 года. Иркутск: Иркутский государственный университет, 2023. С. 295–300
- 2) Митяков С. Н., Колоскова Е. М. Метод анализа соответствия спроса и предложения специалистов с высшим образованием на рынке труда // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2025. № 1 (77)
- 3) Образцов, И. В. Социолог 4.0: вызовы и риски реформирования профессионального социологического образования // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2024. Т. 24, № 1. С. 112–124. DOI 10.22363/2313-2272-2024-24-1-112-124
- 4) Скворцов, Н. Г. Выпускник-социолог на рынке труда // Социолог: образование и профессиональные траектории: материалы Всероссийской научной конференции XV Ковалевские чтения, Санкт-Петербург, 25–27 ноября 2021 года. Санкт-Петербург: ООО «Скифия-принт», 2021. С. 234–235
- 5) Чепуренко А. Ю., Бершадская М. Д. Как обеспечить стыковку социологического образования и рынка труда: кейс разработки профессионального стандарта социолога // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2022. № 4. С. 312–331