



# НЕ КАРЬЕРА, А ЛАБИРИНТ: КАК МОЛОДЕЖИ УВИДЕТЬ СВОИ ПЕРСПЕКТИВЫ В ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ИНДУСТРИИ



**Лев  
Астафьев**  
генеральный директор,  
ResearchView



**Юлия  
Махнутина**  
генеральный директор,  
VALIDATA Market  
Research



# Комитет ОИРОМ по работе с молодежью



Создан в декабре 2024 г.

## АГЕНТСТВА



АКВАРЕЛЬ



ONLINE MARKET  
INTELLIGENCE



ФОМ



АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЦЕНТР  
ВЦИОМ

ИПСОС КОМКОН

## СТУДЕНТЫ-ПРАКТИКАНТЫ



Кристина Гришина  
(3 курс, социология РУДН)

Елизавета Данькина  
(3 курс, социология РУДН)



Светлана Коновалова  
(4 курс, социология, МГТУ им. Баумана)



Дмитрий Никифоренко  
(4 курс, социология, ВШЭ)



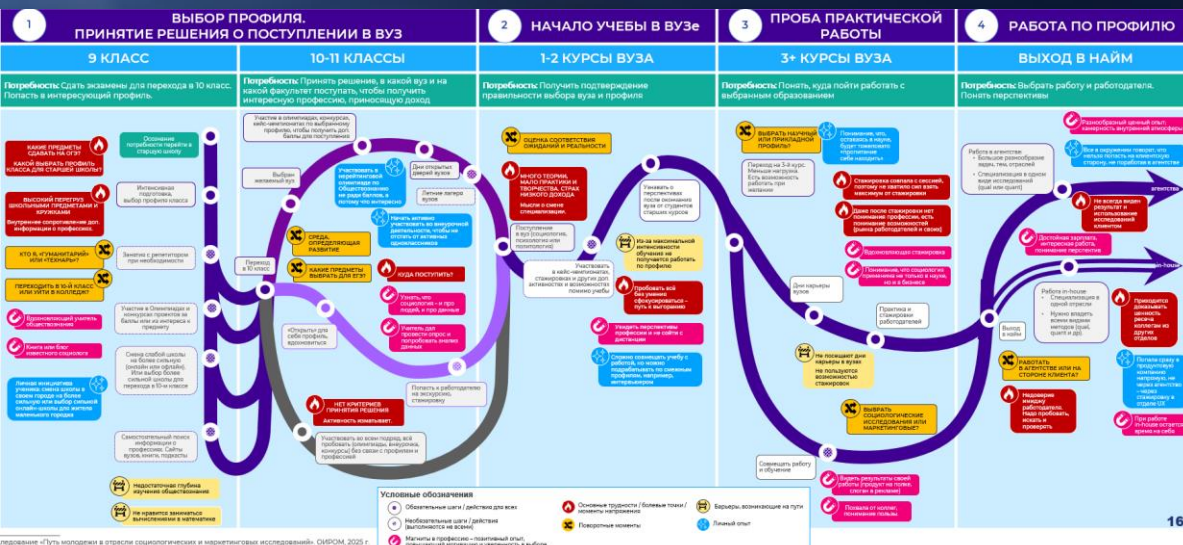
# Контекст

2025 год:

масштабное исследование Комитета по работе с Молодежью по изучению пути в профессию (УЖМ) в рамках привлечения молодежи в исследовательскую индустрию

Нет цели «стать исследователем»,

есть только путь...



С КЕМ ГОВОРИЛИ

- Старшеклассники
- Студенты
- Молодые специалисты
- Родители
- Учителя, преподаватели
- Профориентологи
- Клиенты/агентства

ЧТО ИЗУЧАЛИ

- Путь выбора профессии исследователя (УЖМ)
- Имидж специальностей
- Работа: выбор и опыт
- Отношение к профориентации

ЧТО ДЕЛАЛИ

- Кабинетное исследование
- SML
- Глубинные интервью (47 инт.)
- Экспертные интервью (19 инт.)
- Опрос (1434 инт.)

# Хорошая вакансия = «маяк» профессии



2025 год

**73%** смогли определиться с направлением или профессией

**42%** студентов считают вакансии полезным источником информации при выборе профессии

**28%** школьников изучали описания вакансий



*«Не хватало понимания, куда пойти с этими знаниями, какой работодатель ждёт... всё приходилось искать самой».*

24 года,  
исследователь на стороне клиента



*«Важно указать про синергию с аналитиками и продуктами, чтобы человек понимал, что это не одиночная роль».*

32 года  
работает на стороне клиента



*«Обязательно отметить, что помимо цифр есть и общение с клиентами, поиск инсайтов, то есть не скучно».*

24 года  
работает в агентстве

2026 год



АНАЛИЗ  
ОПИСАНИЙ  
ПРОФЕССИИ



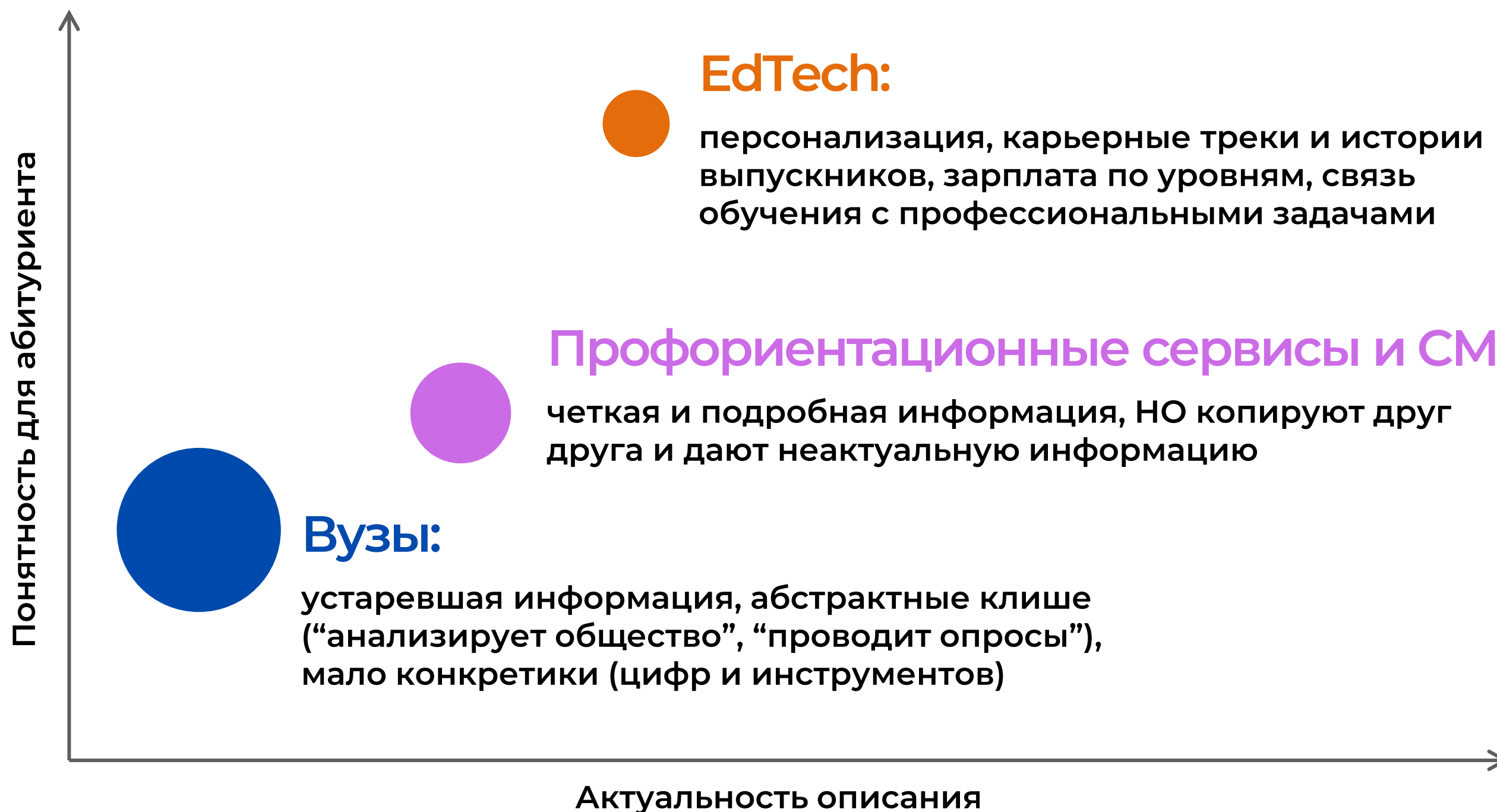
АНАЛИЗ  
ВАКАНСИЙ И  
РЕЗЮМЕ



КАБИНЕТНОЕ  
ИССЛЕДОВАНИЕ  
+  
ОПРОС

# Пройти квест

Социолог «потерялся» в сети



На основе анализа сайтов (вузов, профориентационных сервисов, СМИ, EdTech платформ)

## Профессия "Социолог"



### Содержание

- Описание профессии социолога
- Места работы для социологов
- Требования к квалификации социологов на предприятии
- Где выучиться на социолога: варианты
- Вакансии социологов на рынке труда, уровень зарплаты
- Плюсы и минусы профессии социолога
- Вопрос-Ответ

## Кафедра социологии и ювеноальной политики

[Главная](#) | [Сотрудники](#) | [Научная деятельность](#) | [Наши проекты](#)



Кафедра является выпускающей по направлениям подготовки магистров и бакалавров Социология и Организация работы с молодежью с возможностью дальнейшего обучения в аспирантуре. Наши преимущества: Мы даем фундаментальное образование, позволяющее успешно работать в органах государственного управления и др. организациях в качестве социолога, менеджера социальной сферы; специалиста по работе с молодежью. Высокопрофессиональный преподавательский состав. Профиль кафедры являются уникальным. Наши образовательные программы сочетают фундаментальную подготовку с основательной прикладной подготовкой, поэтому одно из главных преимуществ наших выпускников - наличие практического опыта к окончанию университета, что очень ценится при приеме на работу молодых специалистов.

## СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ЦИФРОВОМ ОБЩЕСТВЕ

39.03.01 Социология  
Факультет истории, теологии и международных отношений

20/50

бюджетных мест/  
коммерческих мест

79 934 рубля

Стоимость за семестр

Бакалавриат

Уровень образования

4 года

Длительность

Очная

Форма обучения

# ЛУЧШИЕ ПРАКТИКИ



Чем больше опыта,  
тем выше зарплата  
источник: Хабр Карьера

113 000 ₺  
Junior

177 000 ₺  
Middle

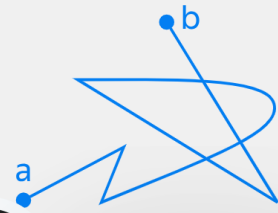
283 000 ₺  
Senior

17 000+  
вакансий  
на hh.ru

Удалёнка или  
офис, гибкий  
график



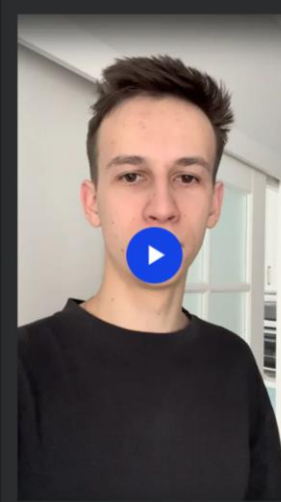
Аналитики нужны везде:  
от IT до медицины



Попробовать бесплатно

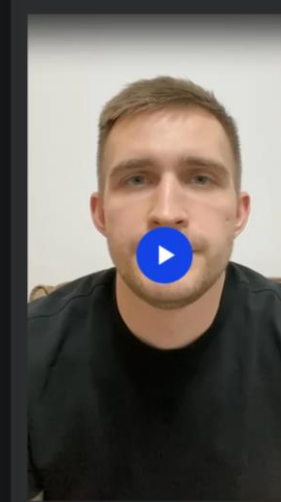
Спросить ИИ

## Студенты Хекслета добиваются успеха



Евгений

Ты сталкиваешься с такими проблемами, которые реально качают тебя как разработчика. Тут, оказывается, проблемы надо решать. Скажу по секрету: разработчикам платят именно за то, что они решают



Алексей

Хекслет хочется выделить за четкую и понятную структуризацию курсов и каждого урока. Но самое ценное, что я выделил для себя, это желание Хекслета научить нас зреть в корень любой проблемы и технологии



Дмитрий

Обучение сделано так, что сначала ты читаешь теорию, потом проходишь тест, и всё закрепляется практикой. Когда ты читаешь теорию, кажется, что все понятно, но когда приходишь до практики, понимаешь



Артем

Проекты — это вообще самое лучшее, что есть в Хекслете. Они помогают тебе почувствовать себя самым настоящим разработчиком.



## Содержание статьи

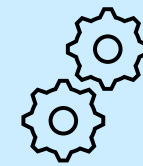
- Как проходят рабочие дни специалиста
- Кому подойдёт профессия
- Где работает социолог
- Как может развиваться карьера
- Сколько зарабатывает социолог
- Как стать социологом



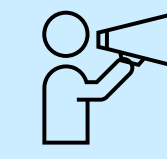
Яркие метафоры, легкий  
и понятный язык



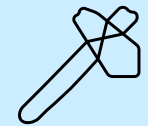
Современный дизайн



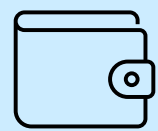
Конкретные и  
понятные задачи



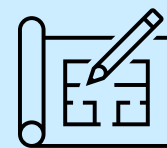
Актуальные  
навыки



Современные  
технологии и  
инструменты



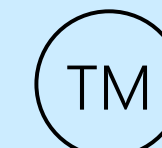
Зарплата с разбивкой по  
уровню / опыту



Примеры  
вакансий



Истории  
выпускников



Бренды  
работодателей

УЗМ 2025:  
Каждый третий начинающий  
специалист (33%) не  
понимает, где потом можно  
работать по специальности



# РЫНОК вакансий рисеч- индустрии сам себе мешает расти

## ЧТО СМОТРЕЛИ

Роли

Задачи

Навыки

EVP

TOV

---

>100  
параметров

## ГДЕ СМОТРЕЛИ

Сервисы для поиска  
работы и найма  
сотрудников

Сайты компаний

Профильные  
сообщества

---

>150 вакансий  
~6239 карьерных треков  
~100 сайтов

## ЗАЧЕМ

Понять типичные  
практики рынка

Найти хорошие кейсы

Дать рекомендации и  
агрегировать  
информацию

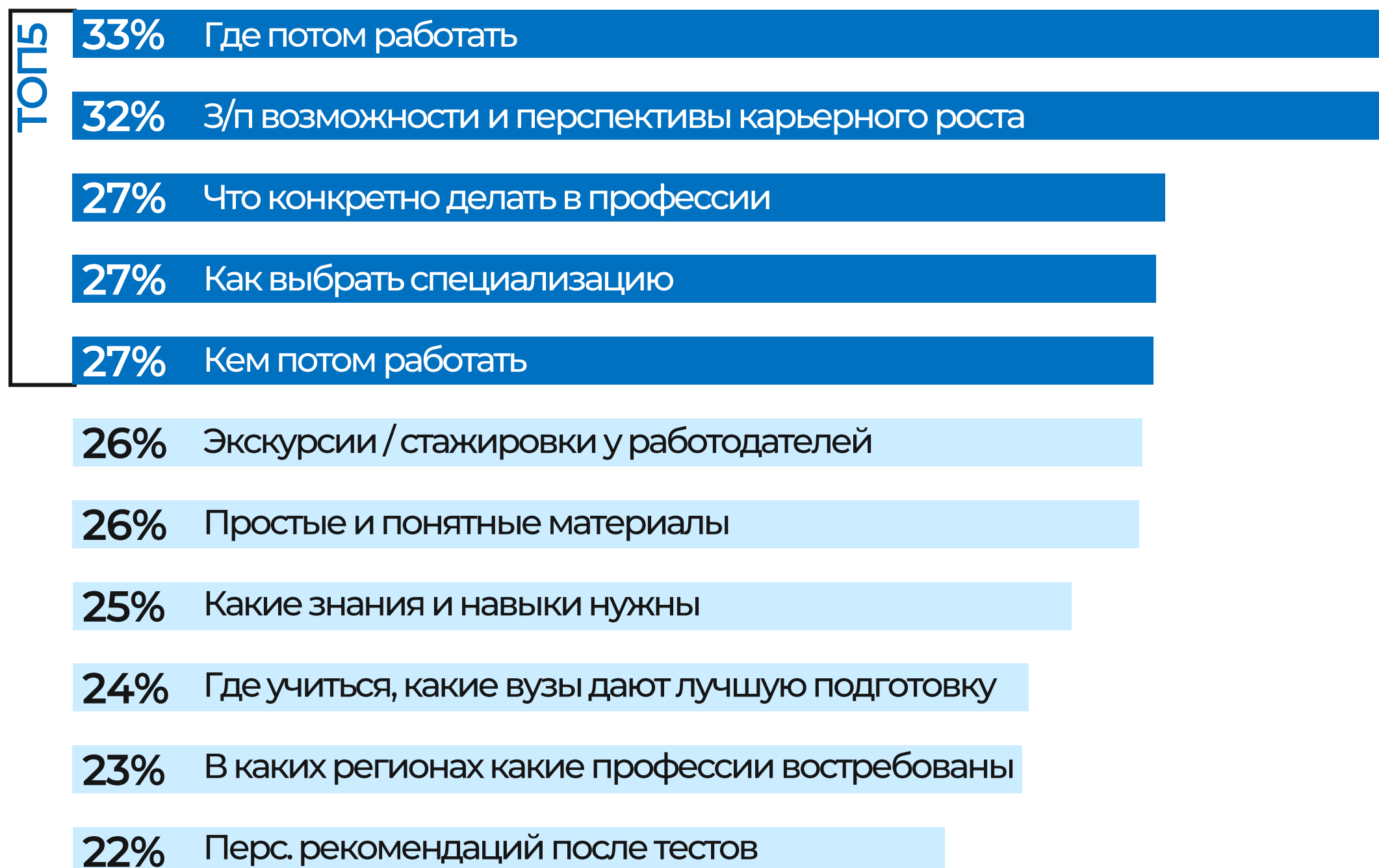
# Ожидания vs Реальность



Мониторинг  
вакансий и описаний  
профессии  
показывает:

отрасль уже зрелая  
и сложная  
по функциям, но все  
еще **слабо объясняет**  
**вход, трек и ценность**  
**профессии для**  
**нового поколения**

## Какой информации не хватает студентам



По итогам YJM исследования 2025



# Кандидат вынужден сам «расшифровывать» вакансию



## Неопределенный уровень

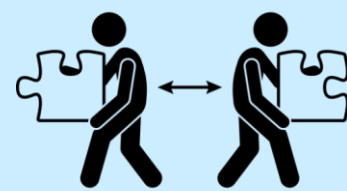
Во многих вакансиях уровень формально не указан, хотя по задачам это уже middle или senior-роль.

Название и реальное содержание расходятся:

аналитик, менеджер проектов, социолог-аналитик, ассистент, PM – часто без ясной логики грейда.

**26%**

вакансий  
без указания  
уровня должности



## Размытые названия

Одна и та же позиция называется по-разному



## Терминологический шум

Обилие терминологии, разное описание функционала, непонятно что выбрать (особенно новичку)



## Отсутствие трека

Почти нет описания карьерных перспектив во времени

только  
**11%**

вакансий  
упоминают наличие  
карьерного роста



## Потеря конверсии

Уход в смежные отрасли, где написано прозрачно, привлекательнее и понятнее.

# Заработная плата



Ожидания

**Обязательный пункт**

**50%** студентов называют

это важным фактором при выборе места работы

**32%** студентов отмечают, что

им не хватает этой информации



Реальность

**Нет прозрачности**

**КЛИЕНТСКАЯ СТОРОНА**  
**ПОЧТИ НЕ РАСКРЫВАЕТ ЗАРПЛАТУ:**  
конкретный уровень указан лишь в 6% вакансий, но примерно в каждом третьем случае он описан через качественные формулировки – «конкурентная», «достойная», «прозрачная» или с персональным подходом.

**АГЕНТСКАЯ СТОРОНА**  
**ВЫГЛЯДИТ НЕМНОГО ПРОЗРАЧНЕЕ:**  
24% вакансий содержат конкретную сумму или диапазон, тогда как в остальных случаях зарплата либо описана общими словами, либо не указана вовсе

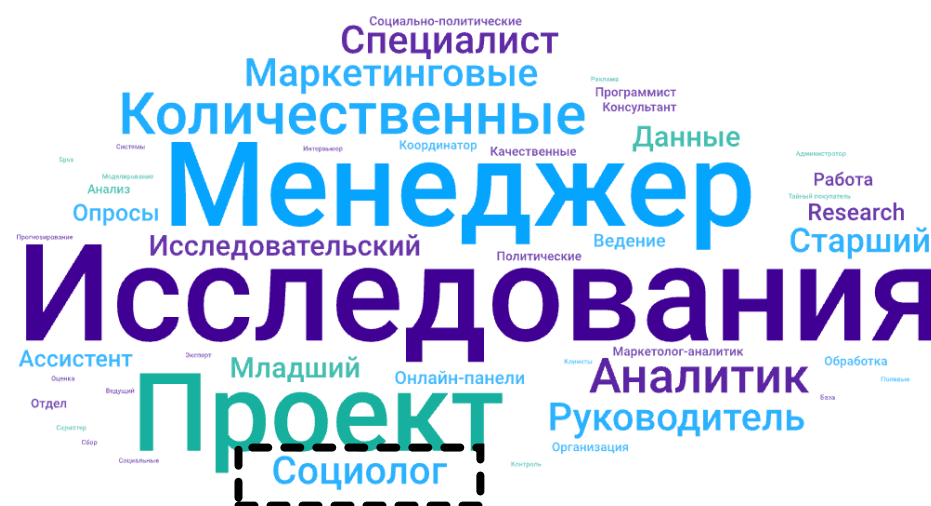
# КЕМ РАБОТАТЬ

Профессия есть

в системе образования, но ее нет в вакансиях



## АГЕНТСТВА



70% школьников знают слово «социология»\*

14% вакансий на стороне агентств содержат в названии и/или описании слово «социолог»,

**Важная ось** - управление проектами (вынесено в название, особенно у senior)

## КЛИЕНТЫ



на стороне клиентов – ни одного (иногда это отражено в требованиях к образованию)

Студенты социальных факультетов не узнают профессию в названии вакансии

Снижается престиж и понятность связки «социолог → исследователь»

Усиливается ощущение хаоса

\* По итогам YJM исследования 2025

# Задачи



## Ожидания

### Важно для понимания профессии

Понимание конкретных рабочих задач – один из ключевых «дефицитов» информации и фактор принятия решения при трудоустройстве

**29%** Не хватает этой информации

**24%** Считают важным для выбора места работы



## Реальность

### Человек-оркестр

#### АГЕНТСКАЯ СТОРОНА

это про клиентский сервис и управление research-проектами

#### КЛИЕНТСКАЯ СТОРОНА

про интеграцию исследований в бизнес-контекст и работу с конкретным опытом, продуктом или клиентом

При этом в среднем каждая третья вакансия включает заметный **операционный** контур

С ростом грейда управленческие и стратегические задачи надстраиваются над исследовательскими, а не заменяют их

# Развитие и рост



Вместо карьерного трека предлагается развитие экспертизы

Ожидания

Важно для понимания профессии

72%

хотят найти не только работу по душе, но и выстроить карьеру

45%

через 2-3 года видят себя на руководящей позиции

30%

студентов учитывают это при выборе места работы



Реальность

Перспектива без конкретики

Карьерный трек не обозначен ни в одной вакансии.

Предлагается возможность профессионального развития.

Акцент чаще ставится на:

- Поддержке при приобретении новых знаний
- Обилии исследовательских методов
- Возможности учиться у специалистов/коллег
- Уникальных проектах
- Реализации/удовлетворении амбиций

# Работодатели продают стабильность, но не продают карьеру



## ТК, белая зарплата

Базовая надежность почти всегда звучит.



## ДМС, бонусы

Соцпакет часто есть в коммуникации.



## Обучение, наставничество

Курсы, англ., внутреннее развитие.



## Гибрид / удаленка

Нередко после испытательного срока.



## прозрачной вилки в большинстве вакансий

Часто вместо цифр – «конкурентоспособная зарплата».



## ясного карьерного пути

Есть обещание развития, но редко есть конкретика: куда и за какой срок можно вырасти.



Транслируют, как уникальное УТП.

НО! Для молодежи это не «бонус», а «условие входа».

# Эксперимент. Опрос



## SAWI, Монадик-тест

**Должность**  
Младший специалист по маркетинговым исследованиям / Research assistant  
*Старт в профессии на стыке данных, людей и решений для брендов.*

**Кого ищем**

- Студент(ка) старших курсов или выпускник(ца), которому интересны исследования и данные.
- Любишь таблицы и докапываться до причин, а не просто пересказывать цифры.
- Умеешь нормально писать, держать слово и ок относишься к фидбеку.

**Что будешь делать**

- Помогать готовить исследования: анкеты, гайды, контроль поля.
- Проверять и чистить данные, отслеживать качество.
- Делать базовый анализ в Excel/SPSS/Python, простые графики и выводы.
- Собирать куски отчётов и презентаций вместе с опытным специалистом.
- Участвовать в обсуждении инсайтов и рекомендаций для клиентов.

**Как вырастешь**

- 3–4 месяца: понимаешь полный цикл проекта, уверенно делаешь базовые задачи.
- 6–12 месяцев: ведёшь отдельные части проекта, иногда ходишь на совзоны с клиентом с наставником.
- 2 года: готов к уровню Middle Researcher или переходу на сторону клиента.

**Что предлагаем**

- Реальные проекты с FMCG, финсектором, IT и онлайн сервисами.
- Наставник, внутренние обучалки и поддержка во внешнем обучении.
- Гибрид (офис + удалёнка), адекватная нагрузка и уважение к личному времени.
- Понятный трек развития и честные разговоры про дальнейший рост.

**Как проходит отбор**

- Отклик + короткий ответ: зачем тебе исследования и для чего в карьере.
- Небольшой онлайн тест на логику и работу с данными.
- Интервью с HR и будущим руководителем.
- Мини кейс / тестовое задание.

**A**

**Должность**  
Младший специалист по маркетинговым исследованиям / Research assistant

**Обязанности: Помощь в..**

- Разработке анкет и гайдов.
- Организации и контроле полевых работ.
- Сборе и анализе данных.
- Подготовке отчетов и презентаций для клиентов.
- Взаимодействии с подрядчиками и внутренними подразделениями

**Требования:**

- Высшее профильное образование (маркетинг, социология и т.п.).
- Опыт работы в маркетинговых исследованиях от 1 года будет преимуществом.
- Уверенное владение Excel, PowerPoint.
- Аналитический склад ума, внимательность, ответственность, стрессоустойчивость.

**Условия:**

- Оформление по ТК РФ, белая зарплата (обсуждается по результатам интервью).
- График 5/2, с 9:00 до 18:00 или гибкий в случае совмещения с учебой (обсуждается отдельно)
- Офис в центре города, дружный коллектив.
- Возможности профессионального развития.

**B**

**МОЛОДЕЖЬ  
(18-24 ГОДА)**

**ТИПИЧНАЯ  
ВАКАНСИЯ**

**NEW**

**ОБЩИЙ ИНТЕРЕС**  
желание откликнуться,  
порекомендовать  
знакомым

43%

53%

**48%**

56%

**ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ  
ПРОФЕССИИ**

45%

49%

**ПОНИМАНИЕ  
КАРЬЕРНОГО ТРЕКА**

50%

**55%**

**ПРОЗРАЧНОСТЬ  
УСЛОВИЙ**

45%

47%

На основе результатов количественного опроса (май, 2026, онлайн-панель OMI, N=1151, ЦА 18-24 лет)

Все профессии (11 вакансий из разных сфер, начального уровня/младшие сотрудники)

**48%** - Стат. значимое отличие (95%)

**NEW** – вакансия, которая содержит в себе обязательные (в том числе дефицитные) тематические блоки (карьерный трек, задачи, прозрачность действий)

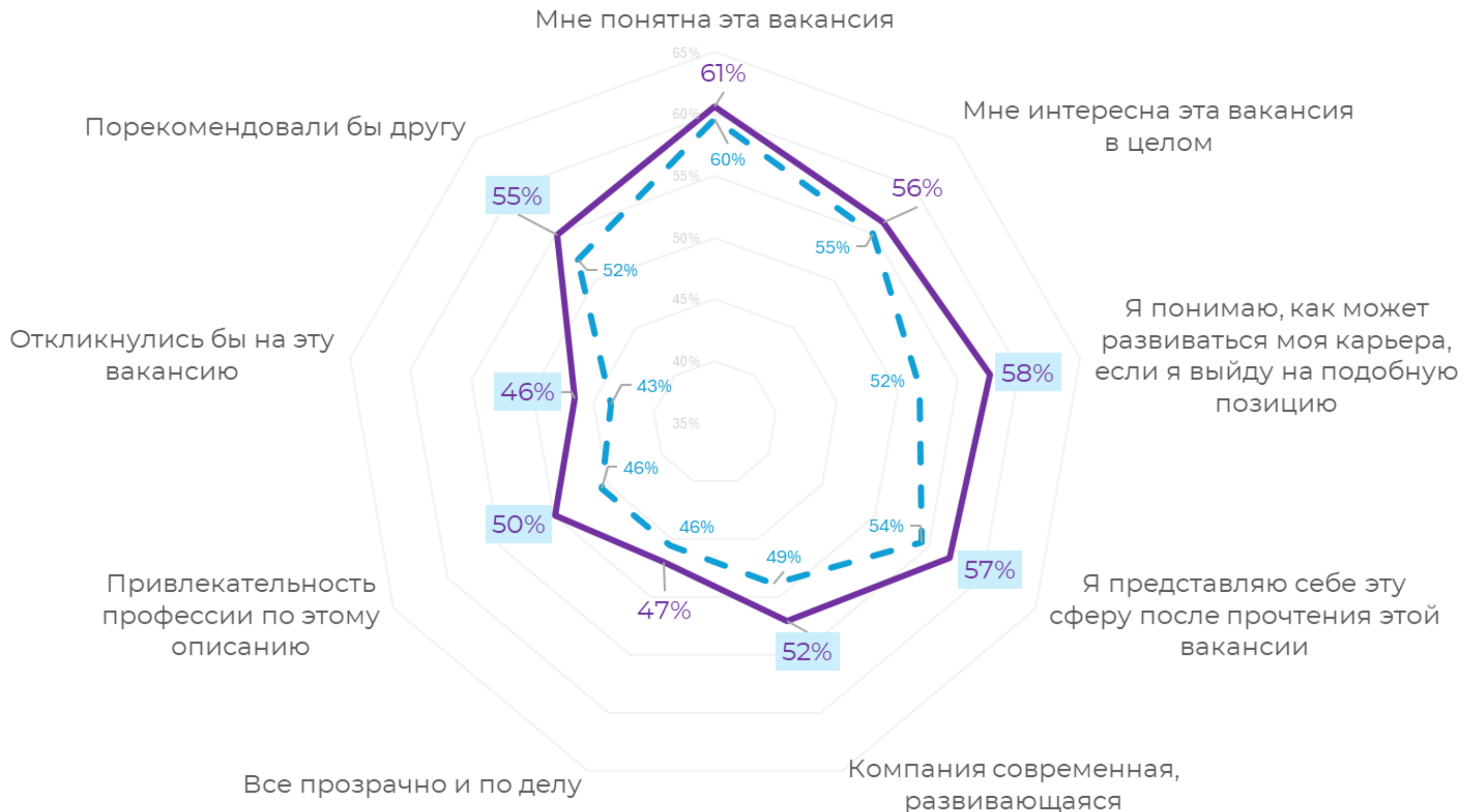
# ЭКСПЕРИМЕНТ

Восприятие вакансий целом  
(все профессии)  
ЦА: 18-34 ГОДА



## Преимущество в ориентире

Вакансия, которая содержит в себе обязательные прозрачные тематические блоки (карьерный трек, задачи) работает заметно лучше именно в молодом сегменте.



# ЭКСПЕРИМЕНТ

Восприятие вакансий целом  
(все профессии)  
ЦА: 18-24 ГОДА



Эффективнее  
вовлекает тех, у кого  
есть хоть какой-то  
опыт работы, но и  
новичков **мотивирует**  
**заинтересоваться**  
**профессией**

## 6 из 10

Считают такую компанию  
современной и порекомендовали  
бы вакансию с прозрачным  
карьерным маршрутом своему  
другу

На основе результатов количественного опроса  
(июнь, 2026, онлайн-панель OMI, N=709/616, ЦА 18-24 г., есть/нет опыта работы)





Отрасль теряет  
МОЛОДЫХ  
не потому, что она  
неинтересна,  
НО ВО МНОГОМ  
ПОТОМУ ЧТО ОНА  
**плохо «упакована».**

И начать можно  
с описания  
вакансий

## РЕКОМЕНДУЕМ

1

### Указывать уровень

Junior / middle / senior / head — прямо в заголовке и тексте вакансии.

2

### Показать трек

Что человек научится делать через 3, 6, 12, 24 месяца.

3

### Вернуть профессию

Использовать связки «социолог-исследователь», «junior researcher».

4

### Сделать вилки и формат прозрачными

Деньги, гибкость, реальная нагрузка и критерии роста должны быть названы прямо.

5

### Продавать влияние, а не только процессы

Показывать, какие бизнес- и общественные вопросы решает исследователь.

# Встречают по одежке



Индустрии не нужны копии – нужна правда о профессии, согласованная с реальностью

Описание профессии для образовательных организаций, платформ и СМИ

## РЕКОМЕНДУЕМ

### Hard & Soft skills

Качественные и количественные методы сбора и анализа данных. Аналитическое и критическое мышление, ответственность, креативность

### Задачи и инструменты

Проведение фокус-групп, анализ big data, UX-исследования / Использование Python/R, SPSS, Tableau, GenAI

### Места работ

IT, банки, госорганы, маркетинг, НКО  
+ названия конкретных компаний  
Клиентская / Агентская сторона

### Зарплатный диапазон

Junior: xx - xx т.р  
Middle: xx - xx т.р.  
Senior: xx+ т. р.

### Карьерные треки

Стажер → Полевой исследователь → Junior аналитик данных → Middle исследователь → Тимлид → Руководитель исследовательской компании  
Timeline: в какие сроки возможен рост

### Интервью с ВЫПУСКНИКОМ

“Закончила магистратуру по социологии, работаю в Яндексе аналитиком данных”

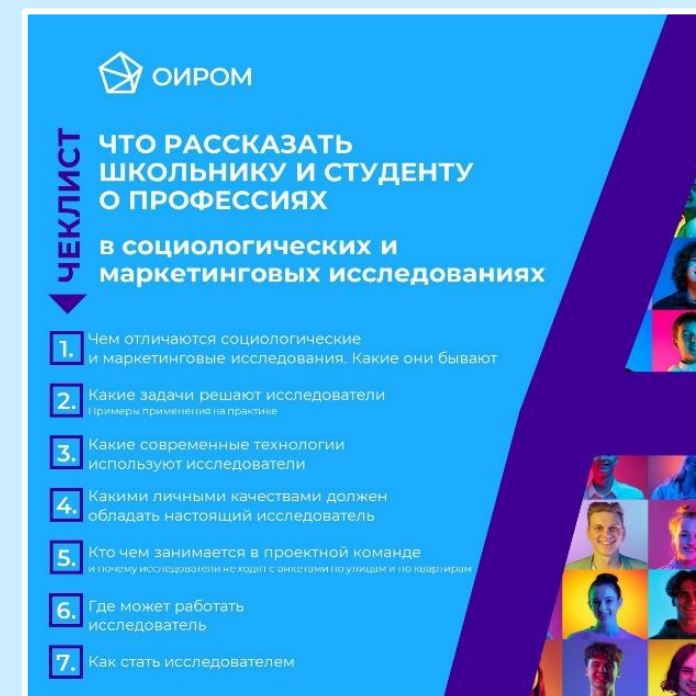
# Доступная информация



Комитет ОИРОМ по работе с молодежью продолжает подготовку полезных материалов для популяризации профессии исследователя:

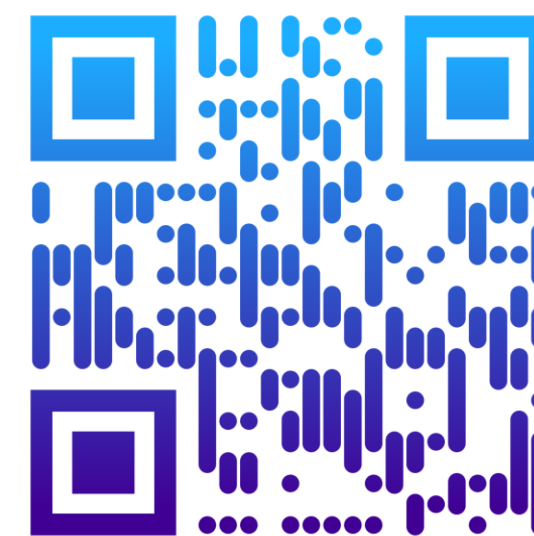
1. Роллик «Круто быть социологом»
2. Карточки «Как рассказывать школьнику об исследовательских профессиях»
3. Ассоциативные карточки экономика-маркетинг-социология
4. Книги, пробудившие интерес молодых ребят к социологии
5. Карточки «Как составить вакансию исследовательских профессий» (NEW)
6. Рекомендации «Как составить описание профессии социолога» для вузов, профориентационных сервисов, образовательных онлайн платформ и СМИ (NEW)
7. Карьерные треки в исследовательской индустрии (NEW) – в работе

Материалы могут использовать как представители исследовательской индустрии, так и представители образовательных организаций, онлайн платформ и СМИ.



## ОИРОМ\_NEXT

Открытая группа для тех,  
кто готов внести свой вклад



# МАЯКИ ПРОФЕССИИ ЧЕСТНЫЕ ВАКАНСИИ ЯСНЫЕ ТРАЕКТОРИИ



НЕ КАРЬЕРА, А ЛАБИРИНТ:  
КАК МОЛОДЕЖИ УВИДЕТЬ СВОИ ПЕРСПЕКТИВЫ  
В ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ИНДУСТРИИ

Комитет ОИРОМ по работе с молодежью, 2026 г.

