

DOI: 10.20913/2618-7515-2022-4-13

УДК 314.04

Оригинальная научная статья

Профессии выпускников СПО в сфере интернет-услуг

Я. У. Астафьев

Институт социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра

Российской академии наук

Москва, Российская Федерация

e-mail: ayanis@mail.ru

Аннотация. *Введение.* Область интернет-услуг – одна из наиболее динамично развивающихся в нашей стране. Ключевым показателем эффективности учреждений СПО, где обучаются молодые люди по IT-специальностям, является профильное трудоустройство выпускников; то, насколько их компетенции способствуют получению работы или же требуют дополнительного обучения. *Постановка задачи.* В статье изучаются ниши рынка труда в сфере интернет-услуг, где компетенции выпускников СПО оказывались бы востребованы в наибольшей степени. *Методика и методология исследования.* Список перспективных ниш рынка труда в сфере интернет-услуг сформирован на основе предложений коммерческого образования, публикуемых в интернете, и дополнен обобщенными предложениями работодателей по зарплате. Уровень заработной платы, выступающий средством оценки востребованности специальности, указан в следующих значениях: минимальный, максимальный, средний и медианный. *Результаты.* Выявлены две группы IT-специальностей, отвечающих вышеперечисленным требованиям: с низким порогом входа, где базовых компетенций, полученных в учреждениях СПО, достаточно для первичного трудоустройства, и требующих специфических знаний и навыков, которые могут быть получены при дополнительном образовании. *Выводы.* Несмотря на емкость и динамичность сферы интернет-услуг в нашей стране, выпускники СПО ограничены в плане трудоустройства по профильным IT-специальностям, так как их базовые знания и навыки в малой степени соответствуют требованиям рынка. Они могут конкурентно претендовать на рабочие места с низким порогом входа и, соответственно, низкой заработной платой. Но они также могут улучшить свои позиции на рынке труда путем получения дополнительного образования.

Ключевые слова: выпускники СПО, IT-специальности, дополнительное образование, знания и навыки, интернет-услуги, трудоустройство, заработная плата

Для цитирования: Астафьев Я. У. Профессии выпускников СПО в сфере интернет-услуг // Профессиональное образование в современном мире. 2022. Т. 12, №4. С. 723–732. DOI: <https://doi.org/10.20913/2618-7515-2022-4-13>

DOI: 10.20913/2618-7515-2022-4-13

Full Article

Professions for vocational education graduates in the field of internet services

Astafyev, Ya. U.

Institute of Sociology of the Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Science.

Moscow, Russian Federation

e-mail: ayanis@mail.ru

Abstract. *Introduction.* The field of Internet services is one of the most dynamically developing in our country. A key indicator of the effectiveness of vocational training institutions where young people study in IT specialties is the profile employment of graduates, to what extent their competencies contribute to getting a job or require additional training. *Purpose setting.* The article examines those niches of the labor market in the field of Internet services, where the competencies of graduates of the vocational school would be most in demand. *Methodology and methods of the study.* The list of promising niches of the labor market in the field of Internet services is formed on the basis of commercial education proposals published on the Internet and supplemented with generalized salary proposals from employers. The salary level, which acts as a means of assessing the demand for a specialty, is indicated in the following values: minimum, maximum,

average and median. *Results.* Two groups of IT specialties have been identified that meet the above requirements: those with a low entry threshold, where the basic competencies obtained in vocational training institutions are sufficient for primary employment, and those requiring specific knowledge and skills that can be obtained with additional education. *Conclusion.* Despite the capacity and dynamism of the Internet services sector in our country, graduates of the vocational school are limited in terms of employment in profile IT specializations, since their basic knowledge and skills only to a small extent meet the requirements of the market. They can compete for jobs with a low entry threshold and, accordingly, low wages. But they can also improve their position in the labor market through additional education.

Keywords: vocational education graduates, IT specializations, additional education, knowledge and skills, internet services, employment, salary

Citation: Astafyev, Ya. U. [Professions for vocational education graduates in the field of internet services]. *Professional education in the modern world*, 2022, vol. 12, no. 4, pp. 723–732. DOI: <https://doi.org/10.20913/2618-7515-2022-4-13>

Введение. Сегодня информационно-коммуникационные (ИТ) технологии все больше завоевывают мир. Специалисты этой области требуются практически во всех сферах деятельности, в особенности в сфере интернет-услуг. Здесь отечественный рынок до недавнего времени демонстрировал устойчивую динамику развития. По оценкам экспертов по итогам 2020 г., российский ИТ-рынок вырос на 14%, до 1,833 трлн руб., а экономика российской сферы интернета увеличилась на 22% до 6,7 трлн руб. [1]. В 2021 г. рост составил 42% и суммарный вклад компаний «цифрового контура» достиг 9,4 трлн руб. [2].

Сходную динамику демонстрирует рынок труда ИТ-специалистов. Он растет не только количественно, но и качественно. Рынок структурируется, в нем появляются новые специализации, возникает спрос на специфические знания и навыки, соответственно, растут и зарплаты. Если по данным Росстата среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников по полному кругу организаций в целом по экономике Российской Федерации за 2021 г. выросла на 10,1% и составила 56 545 руб., то в области информации и связи – на 11,4% и составила 95 431 руб., что в 1,7 раза выше средней зарплаты по стране.

Естественно, этот рынок создает существенный спрос на специалистов. По данным портала DataReportal, в целом за 2021 г. 12% всех вакансий в стране аккумулировала профессиональная область «Информационные технологии, интернет, телеком» [3], причем для Москвы эта цифра составила 22%, а для Санкт-Петербурга – 19%. То есть наибольшим спросом специалисты этой области пользуются в двух столицах, где преимущественно концентрируется сектор труда и находятся головные офисы ИТ-предприятий.

Говоря о спросе на ИТ-специалистов, следует отметить их все большую востребованность в сфере интернет-услуг. Последняя обладает рядом преимуществ. Например, здесь имеется возможность работать дистанционно, из любого места, где есть интернет, что в определенной ситуации повыша-

ет шансы жителей малых городов и сельских поселений на трудоустройство. ИТ-специальности также предоставляют возможность для дополнительного заработка, свободного трудоустройства, фриланса, которым можно заниматься помимо основной сферы деятельности: учебы или работы.

В этой связи одними из основных претендентов на рабочие места в сфере интернет-услуг являются молодые люди – выпускники образовательных учреждений. Многие из них, будучи пока не обременены семьей и имуществом, высоко мобильны, лабильны к перемене места проживания и приложения своих знаний и навыков. Они также в большей степени, нежели представители других групп населения, обладают базовыми компетенциями, без которых невозможно трудоустройство на рынке интернет-услуг: хорошим владением компьютером и разнообразными мобильными средствами связи, пользовательскими навыками и знаниями как основных компьютерных программ, так и интернета, социальных сетей, определенными навыками программирования.

В то же время в силу различных факторов, главным из которых является спад, переживаемый экономикой страны, а также недостаточная актуальность программ СПО, различные группы выпускников этой системы вынуждены занимать позиции на рынке труда, не связанные с полученной специальностью.

Постановка задачи. Молодые люди, заканчивающие сегодня учебные заведения СПО, при выходе на рынок труда интернет-услуг сталкиваются с непростой ситуацией, прежде всего вызванной экономическими факторами. Начиная с марта 2022 г. российская экономика вошла в фазу спада [4], который явился результатом санкционного давления и ухода с отечественного рынка многих зарубежных компаний, в том числе активно работавших на рынке интернет-услуг. В плане трудоустройства это означает существенное сокращение рабочих мест, переход многих российских предприятий на сокращенную рабочую неделю с соответствующим пони-

жением заработной платы работников, уменьшение числа вакансий.

Понятно, что даже при временном высвобождении рабочей силы у работника возникает потребность в дополнительном заработке, и здесь его преимущества оборачиваются недостатками. Претенденты на дополнительный заработок, как правило, существенно понижают запросы по заработной плате в сфере интернет-услуг, в особенности если они проживают удаленно, в тех местностях и поселениях, где уровень жизни и экономические запросы ниже, чем в крупных городах, не говоря уже о Москве и Санкт-Петербурге.

Наряду с текущим экономическим спадом ситуацию на рынке труда формируют и другие обстоятельства, в частности демографический фактор. Согласно данным Росстата, за последние 5 лет в возрастной группе от 20 до 24 лет наблюдается тренд на снижение численности представителей этой группы населения. Всего за этот период количество молодых людей этого возраста уменьшилось на 13,5%: с 7,8 млн человек в 2016 г.

до 6,8 млн человек в 2021 г. [5], что естественным образом снижает демографическое давление этой категории на рынок труда интернет-услуг и выступает ее значительным преимуществом.

Далее важным фактором, влияющим на трудоустройство молодежи, выступает уровень полученного образования. Как показывают лонгитюдные исследования занятости молодежи, традиционно самыми благополучными в плане трудоустройства являются обладатели дипломов высшего образования по программам специалитета. В последнее время столь же успешными на рынке труда стали выпускники учреждений СПО [6, с. 11].

В то же время, согласно исследованию, проведенному НИУ ВШЭ, в 2016–2018 гг. почти треть обладателей диплома высшего образования (ВО) не смогли найти работу по приобретенной специальности (табл.). Несколько лучше выглядит картина трудоустройства выпускников вузов по IT-специальностям. Среди них не смогли трудоустроиться по профильному образованию 21–23% выпускников.

Таблица. Связь основной работы со специальностью обучения у выпускников ВО и СПО 2016–2018 гг. [7]

Table. The connection of the main work with the specialty of training for graduates of higher education and secondary vocational education in 2016–2018 [7]

Выпускники/специальности	Всего	В том числе имеют работу относительно связи со специальностью обучения			
		связана	не связана	связана	не связана
	тыс. чел.			%	
Выпускники ВО, всего	2044,8	1410,3	634,5	69	31
В том числе по специальности: Компьютерные и информационные науки	7,5	5,8	1,8	77	23
Информатика и вычислительная техника	110,2	86,4	23,9	78	22
Информационная безопасность	17,9	14,2	3,7	79	21
Выпускники СПО-ППССЗ, всего	910,5	521,1	389,3	57	43
В том числе по специальности информатика и вычислительная техника	54,4	24,9	29,4	46	54
Выпускники СПО-ППКРС, всего	450,4	225,8	224,6	50	50
В том числе по специальности информатика и вычислительная техника	8,6	3,3	5,3	38	62

Гораздо хуже положение выпускников СПО: не смогли найти работу по специальности 43% обучавшихся по программам подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) и 50% обучавшихся по программам квалифицированных рабочих и служащих (ППКРС). Катастрофически выглядят результаты обучения по программе «Ин-

форматика и вычислительная техника»: не смогли трудоустроиться по этому курсу обучения 54% специалистов среднего звена и 62% квалифицированных рабочих и служащих.

Это можно трактовать так, что те знания и навыки, которые предоставляет ФГОС по данной специальности, лишь в малой степени соответству-

ют требованиям рынка. Ситуация усугубляется тем, что многие работодатели требуют портфолио, наличие опыта работы по специальности. Однако для подавляющего большинства только выходящих на рынок выпускников учебных заведений СПО выполнить эти требования затруднительно.

Здесь на помощь молодым людям приходит дополнительное образование в виде разнообразных онлайн-школ и курсов, работающих на коммерческой основе. Они предлагают за сравнительно небольшую плату, которая примерно в 2–3 раза меньше, нежели годовой курс платного обучения в учреждении СПО (не говоря уж о платном вузовском образовании), дообучить выпускника, причем дать ему именно те знания и навыки, на которые сейчас имеется спрос. В настоящее время эта практика широко распространена в сфере интернет-услуг.

Таким образом, задачей настоящего исследования выступает выявление перспективных трудовых ниш на рынке информационно-коммуникативных технологий, где выпускники учебных заведений СПО имели бы конкурентные преимущества перед прочими претендентами на данные рабочие места.

Методика и методология исследования. В социологии изучение указанных вопросов обычно осуществляется по отраслевому принципу. С одной стороны, в рамках социологии занятости, трудовой деятельности, здесь трудоустройство по ИТ-специальностям чаще всего исследуется в рамках популярной в последнее время темы – прекарной занятости, что связано со все большим распространением в области информационно-коммуникативных технологий фриланса и различных форм онлайн-заработков [8–10]. Среди отечественных работ обращают на себя внимание труды того же направления Ж. Т. Тощенко [11–13], где указанные профессии рассматриваются иллюстративно в рамках специфических трудовых отношений. Также следует отметить исследования «электронной самозанятости» НИУ ВШЭ [14; 15], где феномен фриланса также рассматривается в общем плане без выделения отдельных ИТ-специальностей.

Таким образом, следует указать, что этот вопрос не является предметом конкретных социологических исследований, в то время как различные данные на этот счет представлены на ресурсах компаний, занимающихся BigData в сфере занятости: hh.ru, SuperJob.ru, rabota.ru.

С другой стороны, ИТ-специальности выступают объектом внимания социологов, занимающихся онлайн-образованием. Здесь также следует отметить специалистов НИУ ВШЭ, ежегодно выпускающих отчеты «Индикаторы образования» [7].

Онлайн-образование является предметом изучения компаний, аккумулирующих BigData. На международном рынке крупнейшей на се-

годняшний день является ирландская Research And Markets. Это предприятие специализируется на международных сравнительных исследованиях и прогнозах. Среди недавних следует выделить отчеты «Обзор глобального рынка онлайн-образования на 2021 год. Анализ и прогноз до 2026 года по производителям, регионам, технологиям», август 2021 [16], «Рынок онлайн-образования – глобальный отраслевой анализ, размер, доля, рост. Тенденции и прогноз на 2021–2031 годы», ноябрь 2021 [17], «Рынок онлайн-образования, размер, глобальный прогноз на 2022–2027 гг. Тенденции в отрасли, доля, рост, влияние COVID-19, анализ возможностей компаний», январь 2022 [18].

В нашей стране онлайн-образованием занимаются компании EdMarket, Нетология DataInsight, TalentTech и др. В частности, компании DataInsight и Нетология выпустили отчет «Исследование российского рынка онлайн-образования 2021 и тренды на 2022» [19], где наряду с общими данными развития российского рынка онлайн-образования на основе телефонного опроса и панельного исследования сформирован портрет потребителя данной услуги, его образовательных предпочтений, затрат на обучения и т. п.

Следует резюмировать, что предметом исследований онлайн-образования по ИТ-специальностям и указанных выше исследований прекарной занятости и фриланса являются общие вопросы без выделения и конкретизации наиболее перспективных ниш. Однако именно эти ниши, эти направления являются областью жизненно важных интересов молодых людей, являющихся бывшими или будущими выпускниками СПО, которые ищут ответы на вопросы, куда им трудоустроиться и какие знания и навыки для этого нужны.

Указанный отраслевой принцип в свое время предприняли попытку преодолеть В. Н. Шубкин и исследователи его группы [20; 21]. Предметом лонгитюдных социологических исследований выступил процесс «перехода от образования к труду», при котором происходит выбор профессии молодыми людьми, вступающими в жизнь. При этом субъективное видение («престиж профессий») сопоставлялся с объективной структурой занятости, что позволяло выявить «слабые места», недостатки подготовки учебных программ. В текущей работе мы будем следовать этой же логике. В первую очередь нас интересуют перспективные для выпускников учреждений СПО ИТ-специальности позиции, при трудоустройстве на которые они бы оказывались в конкурентном преимуществе в сравнении с прочими соискателями.

Сегодня на рынке труда в области интернет-услуг имеются вакансии в широком спектре: от тех, что подразумевают достаточно высокую квалификацию претендентов, имеющих образование

не ниже профильного вузовского (например, навыки программирования в различных средах), до тех, где требуется сравнительно низкий уровень подготовки или можно даже начать работать практически «с нуля». Применительно к будущим выпускникам СПО этот спектр следует сузить до специальностей и позиций, на которые, с одной стороны, в меньшей мере претендовали бы выпускники профильных вузов, а с другой – где выпускники СПО по программе «Информатика и вычислительная техника» имели бы конкурентное преимущество перед получателями аттестатов среднего образования и теми, кто уже вышел на рынок труда, но вынужден искать любую работу, в том числе в сфере ИТ, не обладая при этом соответствующей квалификацией.

Список таких специальностей можно сформировать на основе самых популярных предложений коммерческого образования, публикуемых в интернете. Этот рынок быстро реагирует на флуктуации спроса на те или иные специальности, предлагая программы обучения за сравнительно небольшую оплату с возможностью трудоустройства, в том числе даже в процессе учебы.

Список ИТ-специальностей указанной ниши дополнен предложениями по зарплате со стороны работодателей [22]. Уровень заработной платы выступает средством оценки востребованности специальности. Он указан в следующих значениях: минимальный (исключая нижние 10%), максимальный (исключая верхние 10%), средний и медианный. Как правило, минимальные значения заработных плат в вакансиях указывают работодатели, ориентирующиеся на начинающего соискателя либо проживающего в населенных пунктах, где уровень жизни и потребительские предпочтения существенно ниже, нежели чем у жителей крупных городских агломераций, тем более – двух столиц. Такого рода соискатели обычно предпочитают дистанционную работу и/или фриланс.

Максимальные зарплатные значения преимущественно подразумевают полную занятость и наличие хотя бы какого-то опыта и/или определенных навыков, даже не всегда связанных с информатикой, например, грамотность, креативность, умение сформулировать мысль. Диапазон заработных плат, средние и медианные значения указаны по состоянию на апрель 2022 г.¹

Результаты исследования. Одна из самых востребованных сегодня специальностей в сфере интернет-услуг – разработчик сайтов. Прежде всего

она требует креативного склада ума, чтобы конечный продукт был интересным, привлекательным, оригинальным. В то же время она может и не подразумевать наличие навыков программирования, поскольку сегодня сайт можно создавать с помощью специальных программ: интернет-конструкторов. Зарплата специалиста по разработке сайтов варьируется в пределах 40 000–130 000 руб., средняя зарплата – 106 000 руб., медианная – 100 000 руб.

Специалист по графическому дизайну при помощи компьютера разрабатывает элементы графики и изображений и с их помощью оформляет веб-ресурсы. Графический дизайнер – тоже творческая профессия, он должен обладать определенным пониманием композиции, колористики, типографики. Графический дизайнер может специализироваться:

- как оформитель сообществ в социальных сетях;
- разработчик баннеров (рекламных креативов) с помощью специальных интернет-сервисов;
- разработчик логотипов и фирменного стиля компании, продукта;
- оформитель обложек, создание этикеток, наружной рекламы.

Специальность графического дизайнера может не подразумевать углубленных знаний и навыков, так как все ее задачи сегодня выполняются с помощью соответствующих интернет-конструкторов, но, как и в случае работника по созданию сайтов, подобному специалисту необходимо иметь креативный склад ума. Зарплата графического дизайнера варьируется в пределах 40 000–100 000 руб., средняя зарплата – 65 000 руб., медианная – 59 000 руб.

Еще одна популярная и пользующаяся спросом в сфере интернет-услуг специальность комьюнити-менеджера (иначе называемого менеджером социальных сетей). В задачи этого работника входит отслеживание определенного социального сообщества и частичная модерация его контента. Комьюнити-менеджер также пишет и выкладывает тексты, подбирает интересующие аудиторию картинки, осуществляет мониторинг комментариев и реагирует на них. Это очень характерная молодежная специализация, так как здесь необходимо разговаривать на одном языке с аудиторией, понимать друг друга. Наряду с перечисленными довольно простыми функциями, комьюнити-менеджер может выполнять и ряд задач, требующих соответствующей подготовки, в частности:

- разработки стратегии по росту сообщества;
- определения KPI²;

¹ Диапазон зарплат, средние и медианные значения рассчитаны на основе вакансий с указанной предлагаемой заработной платой. Значение медианной заработной платы показывает, что половина вакансий соответствуют зарплате ниже его, а другая половина – выше.

² KPI (key performance indicators) – «ключевые показатели эффективности», значения, позволяющие оценить степень достижения целей при выполнении определенных действий, их результативность.

- разработки и организации различных событий для сообщества как в онлайн-, так и в офлайн-режимах;
- решения разнообразных операционных задач, связанных с взаимодействием с сообществом, например, тестирования продукта, вокруг которого формируется сообщество, организация обратной связи и т.д.

Зарплата комьюнити-менеджера обычно невысока, так как не требует специальных навыков. Большинство вакансий находится в диапазоне 20 000–50 000 руб. Впрочем, в зависимости от объема задач и интенсивности участия в процессе модерации социального сообщества его заработок может расти. Средняя зарплата данного специалиста – 72 000 руб., медианная – 55 000 руб.

Для более эффективного продвижения собственного имиджа, бренда, продукта, в компании обычно наряду с комьюнити-менеджером создают специальную ставку SMM-менеджера (SMM – Social Media Marketing, «маркетинг в социальных сетях»). Это тот же самый комьюнити-менеджер, но обладающий специфическими навыками: умением рекламировать, раскручивать интернет-сообщество, привлекать в него все большее и большее число людей. В обязанности SMM-менеджера может входить:

- анализ рынка, аудитории своего сообщества в различных социальных сетях, анализ конкурентов;
- разработка маркетинговой стратегии по продвижению компании, бренда, продукта в сети, для чего необходимо знание возможностей и ограничений тех сетей, где компания ведет свои страницы;
- увеличение аудитории своих страниц в социальных сетях путем привлечение новых подписчиков, что подразумевает опыт ведения таргетированной рекламной кампании;
- деятельность по формированию и повышению лояльности к компании, бренду, продукту;
- мониторинг эффективности продвижения своих страниц в социальных сетях, для чего необходимы навыки работы с сервисами веб-аналитики (Яндекс.Метрика, Google Analytics и др.);
- маркетинг репутации компании, бренда, продукта, то есть анализ их упоминаний в социальных сетях, генерация способов улучшения репутации.

Поскольку специальность SMM-менеджера подразумевает наличие углубленных навыков по сравнению с комьюнити-менеджером, соответственно увеличивается и его зарплата. Она, как правило, варьируется в пределах 50 000–100 000 руб. Средняя зарплата – 66 500 руб., медианная – 59 000 руб.

SEO-специалист (SEO – Search Engine Optimization, «поисковая оптимизация сай-

та») выполняет примерно тот же объем задач, что и SMM-менеджер, но применительно к корпоративным сайтам. Это специалист по долгосрочной стратегии оптимизации сайтов. Для того чтобы поднять сайт на высокие позиции в интернет-поисковых системах, необходимо проделать ряд задач. SEO-специалист наполняет ресурс определенными ключевыми словами или выражениями, чтобы при наборе в поисковых системах он оказывался на верхних строчках. В результате на него бесплатно приходят посетители, потенциальные клиенты. Также высокие рейтинги сайта позволяют привлекать рекламу. В задачи SEO-специалиста обычно входит:

- анализ общей ситуации на рынке, анализ брендов, продуктов, предложений конкурентов;
- анализ целевой аудитории и позиционирование сайта, способов его адаптации под представления и запросы аудитории;
- разработка семантического ядра сайта, формирование списка поисковых запросов, мониторинг объема трафика;
- написание текстов для наполнения сайта, которые отвечают на конкретные запросы из семантического ядра, прописание тегов для каждого текста.

Профессия SEO-специалиста подразумевает владение специфическими навыками, которым необходимо предварительно обучиться. Большинство вакансий варьируется в пределах 55 000–110 000 руб. Средняя зарплата – 73 000 руб., медианная – 62 000 руб.

QA-тестировщик (QA – Quality Assurance, «обеспечение качества») занимается проверкой работоспособности программного продукта. Он смотрит, насколько удобно функционирует продукт с точки зрения пользователя, открываются ли соответствующие страницы и ссылки. QA-тестировщик скрупулезно проверяет, что будет, если совершить в программе или приложении различные действия и насколько ожидания будут соответствовать результатам.

Среди QA-тестировщиков выделяются специалисты по ручному и автоматизированному тестированию программного продукта. Тестировщик вручную, по сути дела, имитирует действия обычного некомпетентного пользователя. Он старается совершить максимальное количество ошибок с целью установления сбоя программы.

Ручное тестирование – наиболее простой, трудоемкий процесс, так как длительность проверки ограничена возможностями специалиста. Напротив, автоматизированное тестирование выполняется в существенно более «сжатые» сроки, но оно подразумевает предварительную разработку соответствующего программного обеспечения. Профессия программиста-тестировщика требу-

ет углубленных знаний и навыков по сравнению с тестирующим вручную.

Соответственно различаются их заработки: предложения по зарплате специалиста по ручному тестированию находятся в диапазоне 50 000–90 000 руб., средняя зарплата – 90 000 руб., медианная – 71 000 руб.; зарплата программиста-тестирующего – 60 000–110 000 руб., средняя – 103 000 руб., медианная – 87 000 руб.

Специалист по контекстной рекламе занимается разработкой, оптимизацией и продвижением платной рекламы в поисковых системах. Обычно это производство баннера или любого другого программного продукта, имеющего ссылку на сайт рекламодателя. Этот специалист обычно настраивает рекламу таким образом, чтобы она была видна только тем, кто ищет такую же или похожую информацию. Профессия специалиста по контекстной рекламе также требует определенных креативных навыков. В его обязанности может входить:

- формулировка целей рекламной кампании, путей их достижения;
- составление рекламных объявлений, включая специальные слова, символы и картинки-триггеры;
- настройка рекламной кампании при помощи специальных сервисов;
- анализ результатов ее проведения.

Предложения по зарплате специалиста по контекстной рекламе находятся в пределах 40 000–100 000 руб., средняя зарплата – 81 000 руб., медианная – 67 000 руб.

Те же функции, но в социальных сетях, выполняет таргетолог: настраивает рекламу страниц в различных социальных сетях с целью привлечения специфической аудитории, способной в дальнейшем приобрести нужный продукт. Этот специалист должен обладать навыками маркетолога, к тому же хорошо владеть слэнгом, принятым в аудитории сети. В круг задач таргетолога входит:

- анализ и сегментирование³ аудитории, подготовка рекламных объявлений в соответствии с потребностями и установками представителей каждого сегмента;
- поиск целевых аудиторий в социальных сетях с помощью как инструментов рекламного кабинета, так и специальных программ;
- запуск тестовой рекламной кампании, по результатам которой отбираются наиболее перспективные креативы, а также определяется размер рекламного бюджета;

– запуск и ведение основной рекламной кампании, в ходе которой постоянно отслеживаются креативные действия конкурентов, корректируются собственные рекламные объявления с целью их более точной настройки на аудиторию, продолжается тестирование адресатов рекламной кампании;

– анализ результатов проведенной рекламной кампании с целью усовершенствования дальнейших действий в этом направлении.

Зарплата таргетолога 40 000–100 000 руб., средняя зарплата – 80 000 руб., медианная – 69 000 руб.

Большой популярностью сегодня пользуются всевозможные онлайн-курсы. В связи с этим широкое распространение приобрела IT-специальность трафик-менеджера, который занимается привлечением максимального числа слушателей на курсы и вебинары путем настройки рекламы в социальных сетях. Это комплексная профессия, которая подразумевает владение навыками как таргетолога, так и специалиста по контекстной рекламе. Соответственно предъявляются и требования к работнику: понимание аудитории, знание технических основ посадочных страниц⁴, планирование, создание и настройка рекламных кампаний в социальных сетях, анализ рекламных программ конкурентов. Профессия трафик-менеджера комплексная, требующая многих навыков, в том числе административных. Зарплата варьируется в диапазоне 60 000–120 000 руб., средняя зарплата – 108 000 руб., медианная – 79 000 руб.

Все вышеперечисленные специальности требуют узких компетенций, которые выпускники СПО могут получить, дополнительно обучаясь на платных курсах. Наряду с ними, однако, на рынке труда в сфере интернет-услуг присутствуют профессии с низким порогом вхождения, подразумевающим самые общие знания и навыки. В частности, относительно новая фриланс-специальность транскрибатора, который занимается переводом аудио- либо видео-контента в текст. Сегодня она не относится к числу высокооплачиваемых, но достаточно популярна, так как для нее требуется лишь хорошее владение русским языком и умение грамотно им распорядиться, составить фразу, абзац, текст из достаточно «сырого» материала: разговора, речи, лекции. Предложения по зарплате транскрибатора находятся в пределах 20 000–50 000 руб., средняя зарплата – 47 000 руб., медианная – 33 000 руб.

Одной из самых востребованных в сфере интернет-услуг сегодня является специальность ко-

³ Сегментирование – разделение аудитории на группы со схожими характеристиками и типовыми реакциями на компанию, бренд, продукт для дальнейшего рекламного воздействия.

⁴ Посадочная страница (landing page) – одностраничный сайт с описанием и ценой продукта с целью его продажи.

пиратера. Его задача заключается в написании статей и постов для блогов, социальных сетей, текстов для писем в рассылку, а также сочинением так называемых «продающих текстов», содержащих предложение приобрести некий товар. Эта специализация требует некоторых знаний в области как психологии, так и маркетинга и продаж, которые можно приобрести самостоятельно, читая соответствующие тексты, широко представленные в сети. Также копирайтер должен уметь хорошо и доступно формулировать мысли, доносить их до целевой аудитории. Копирайтеру предлагают зарплату от 40 000 до 100 000 руб., средняя зарплата – 64 000 руб., медианная – 55 000 руб.

Специалист службы поддержки сегодня востребован в онлайн-школах и интернет-играх. Он обычно отвечает на письма, реагирует в чате на запросы клиентов. В компаниях, занимающихся проведением онлайн-курсов и вебинаров, специалист службы поддержки также сообщает о времени проведения очередного урока, стоимости дополнительных услуг и т.д. Специалисту службы поддержки требуются грамотная речь, усидчивость, терпение в работе с клиентами. Зарплата специалиста службы поддержки на начало 2022 г. колебалась от 20 000 до 50 000 руб. в зависимости от степени занятости и графика работы, средняя зарплата специалиста службы поддержки – 45 000 руб., медианная – 39 000 руб.

Профессионально онлайн-консультант примерно занят тем же, что и специалист службы поддержки, только здесь работа осуществляется на сайтах. Этот специалист ведет окно онлайн-консультации на ресурсе. Спрос на онлайн-консультантов предъявляют юридические сайты, интернет-магазины, компании, торгующие недвижимостью и т.п. Несмотря на то что отвечать, как правило, приходится на стереотипные вопросы, профессия онлайн-консультанта требует определенной подготовки. Чтобы удовлетворить многочисленные запросы клиентов, необходимо в достаточной мере знать предмет. В противном случае, не получив должную консультацию, потенциальные покупатели могут уйти на другой интернет-ресурс, другому продавцу. Зарплата онлайн-консультанта находится в пределах 25 000–55 000 руб., средняя зарплата – 48 000 руб., медианная – 41 000 руб.

Профессия специалиста по рассылкам во многом схожа с профессией копирайтера, но требует дополнительных навыков. Этот специалист не только пишет, оформляет и отправляет письма клиентам, но и отслеживает статистику рассылки. Последнее является одной из важнейших задач специалиста по рассылкам, так как, ос-

новываясь на результатах анализа статистики, руководитель компании, проекта принимает решение о дальнейшей стратегии и деятельности. Специалист по рассылкам зарабатывает в диапазоне 40 000–100 000 руб., средняя зарплата – 65 000 руб., медианная – 57 000 руб.

В целом ИТ-специальности с низким порогом вхождения дают хорошие стартовые возможности для выпускников СПО на рынке труда в сфере интернет-услуг. Для поступления на работу здесь не требуются высшее образование и узкоспециализированные навыки, как правило, достаточно минимальных умений и желания трудиться. Однако рассмотренные виды деятельности, как правило, оплачиваются не слишком хорошо. Для более высокого заработка необходимо получить определенные узкие специализированные компетенции, которые предоставляют коммерческие учреждения дополнительного образования: онлайн-школы и курсы.

Выводы. Выходящие сегодня на рынок труда выпускники учебных заведений сталкиваются с противоречивыми трендами, с одной стороны, спадом в экономике, который обусловлен негативным эффектом санкций и отказом многих зарубежных компаний работать на российском рынке. При этом для сферы интернет-услуг, по крайней мере в ближайшее время, большую значимость имеет второе, так как значительное число рабочих мест в этом секторе экономики обеспечивали до начала 2022 г. иностранные компании. С другой стороны, сказывается продолжающийся с 2017 г. спад численности населения в возрастной группе 20–24 лет. За период с 2017 по 2021 г. количество молодых людей этих возрастов снизилось почти на 14 %, что ослабляет конкуренцию претендентов на рабочие места. Таким образом, несмотря на то, что в целом ситуация на рынке труда ухудшается, у молодых выпускников СПО появляются определенные преимущества перед другими группами соискателей работы в сфере интернет-услуг в силу их большей лабильности к постоянно меняющемуся спросу и предъявляемым требованиям.

Эти преимущества могут быть реализованы в определенных нишах сектора интернет-услуг, где требуются специфические компетенции, которые могут быть получены при дополнительном образовании, а также имеется спрос на ИТ-специальности с низким порогом входа, не предполагающим знаний и навыков, которые можно получить главным образом на платных онлайн-курсах. Такие рабочие места не обещают высоких заработков, но для выпускников СПО могут стать хорошей возможностью для первичного трудоустройства в этом сегменте.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Рынок ИТ: итоги 2020. URL: https://www.cnews.ru/reviews/rynok_it_itogi_2020/ (дата обращения: 22.03.2022).
2. Экономика Рунета/Цифровая экономика России 2021/2022//РАЭК. URL: <https://raec.ru/activity/analytics/9884/> (дата обращения: 26.04.2022).
3. Digital 2021: главная статистика по России и всему миру. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-russian-federation/> (дата обращения: 26.04.2022).
4. О чем говорят тренды. Макроэкономика и рынки. Бюллетень Департамента исследований и прогнозирования Банка РФ. 2022. №2. URL: http://cbr.ru/Collection/Collection/File/40953/bulletin_22-02.pdf (дата обращения: 25.04.2022).
5. Распределение населения по возрастным группам. 17.06.2022. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/12781/> (дата обращения: 25.06.2022).
6. Константиновский Д. Л., Попова Е. С. Среднее vs высшее // Мир России. 2020. Т. 29. №2. С. 6–26. DOI: 10.17323/1811-038X-2020-29-2-6-26.
7. Индикаторы образования 2021: стат. сб. / редкол. Д. В. Афанасьев [и др.]. – М.: НИУ ВШЭ, 2021. 508 с. URL: <https://www.hse.ru/data/2021/07/15/1418937988/io2021.pdf> (дата обращения: 07.06.2022).
8. Kalleberg A. L. Precarious work, insecure workers: Employment relations in transition. *American Sociological Review*. 2009. Vol. 74, no. 1. P. 1–22.
9. Padrosa, E., Bolívar, M., Julià, M., Benach, J. Comparing precarious employment across countries: Measurement invariance of the employment precariousness scale for Europe (EPRES-E). *Social Indicators Research*. 2021. Vol. 154, iss. 3. P. 893–915. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11205-020-02539-w/>.
10. Standing G. The precariat: the dangerous new class. London; New York: Bloomsbury Acad., 2011. 198 p.
11. Тощенко Ж. Т. Прекариат: от протокласса к новому классу. Москва: Наука, 2018. 350 с.
12. Прекариат: становление нового класса: коллективная моногр. / под ред. Ж. Т. Тощенко. Москва: Центр соц. прогнозирования и маркетинга, 2020. 400 с.
13. Прекарная занятость: истоки, критерии, особенности / под ред. Ж. Т. Тощенко. Москва: Весь Мир, 2021. 400 с.
14. Стребков Д. О., Шевчук А. В. Фрилансеры на российском рынке труда // Социологические исследования. 2010. №2. С. 45–55.
15. Стребков Д. О., Шевчук А. В. Электронная самозанятость в России // Вопросы экономики. 2011. № 10. С. 91–112.
16. Online education global market insights 2021, analysis and forecast to 2026, by manufacturers, regions, technology, application, product type. URL: <https://www.researchandmarkets.com/reports/5399235/online-education-global-market-insights-2021#rela4-5521683/> (accessed 17.06.2022).
17. Online education market – Global industry analysis, size, share, growth, trends, and forecast, 2021–2031. 368 p. URL: <https://www.researchandmarkets.com/reports/5522376/online-education-market-global-industry#rela4-5399235/> (accessed 17.06.2022).
18. Online education market, size, global forecast 2022–2027, industry trends, share, growth, impact of COVID-19. Opportunity company analysis. URL: <https://www.researchandmarkets.com/reports/5521683/online-education-market-size-global-forecast#rela2-5399235/> (accessed 17.06.2022).
19. Исследование российского рынка онлайн-образования 2021 и тренды 2022 от лидеров отрасли. URL: https://datainsight.ru/russian_education_market/ (дата обращения: 07.06.2022).
20. Константиновский Д. Л. Наследие профессора Шубкина // Грани российского образования. М.: Центр социол. исслед., 2015. С. 261–278.
21. Шубкин В. Н., Астафьев Я. У. Социология образования в СССР и России // Мир России. 1996. Т. 5, №3. С. 161–178.
22. Зарплаты по профессиям: Россия 2021–2022 г. URL: <https://zarplan.com/zarplata/po-professiyam/%D0%A0%D0%9E%D0%A1%D0%A1%D0%98%D0%AF/> (дата обращения: 07.04.2022).

REFERENCES

1. *IT market: results of 2020*. URL: https://www.cnews.ru/reviews/rynok_it_itogi_2020/ (accessed 22.03.2022). (In Russ.).
2. *The economy of the Runet / Digital economy of Russia 2021/2022*. URL: <https://raec.ru/activity/analytics/9884/> (accessed 26.04.2022). (In Russ.).
3. *Digital 2021: main statistics for Russia and around the world*. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-russian-federation/> (accessed 26.04.2022). (In Russ.).
4. What the trends say. Macroeconomics and markets. *Bulletin of the Research and Forecasting Department of the Bank of the Russian Federation*, 2022, no. 2. URL: http://cbr.ru/Collection/Collection/File/40953/bulletin_22-02.pdf (accessed 25.04.2022). (In Russ.).
5. *Distribution of the population by age groups*. 17.06.2022. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/12781/> (accessed 25.06.2022). (In Russ.).

6. Konstantinovskiy D. L., Popova E. S. Vocational vs higher education. *Universe of Russia*, 2020, vol. 29, no. 2, pp. 6–26. DOI: 10.17323/1811-038X-2020-29-2-6-26. (In Russ.).
7. Bondarenko N., Gokhberg L., Kuznetsova V. [et al.]. *Indicators of education in the Russian Federation: 2021: data book*. Moscow, NRU HSE, 2021, 508 c. URL: <https://www.hse.ru/data/2021/07/15/1418937988/io2021.pdf/> (accessed 07.06.2022).
8. Kalleberg, A. L. Precarious work, insecure workers: employment relations in transition. *American Sociological Review*, 2009, vol. 74, no. 1, pp. 1–22.
9. Padrosa E., Bolívar M., Julià M., Benach J. (2020). Comparing precarious employment across countries: measurement invariance of the employment precariousness scale for Europe (EPRES-E). *Social Indicators Research*, vol. 154, iss. 3, pp. 893–915. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11205-020-02539-w/>.
10. Standing G. *The precariat: the dangerous new class*. London, New York, Bloomsbury Acad., 2011, 198 p.
11. Toshchenko Zh. T. *Precariat: from protoclass to a new class*. Moscow, Nauka, 2018, 350 p. (In Russ.).
12. Toshchenko Zh. T. (ed.). *Precariat: the emergence of a new class: collective monograph*. Moscow, Center for Social Forecasting and Marketing, 2020, 400 p. (In Russ.).
13. Toshchenko Zh. T. (ed.). *Precarious employment: origins, criteria, features*. Moscow, Ves» Mir, 2021, 400 p. (In Russ.).
14. Strebkov D. O., Shevchuk A. V. Freelancers on the Russian labor market. *Sociological Studies*, 2010, no. 2, pp. 45–55. (In Russ.).
15. Strebkov D. O., Shevchuk A. V. Electronic self-employment in Russia. *Voprosy ekonomiki = Problems of Economy*, 2011, no. 10, pp. 91–112. (In Russ.).
16. *Online education global market insights 2021, analysis and forecast to 2026, by manufacturers, regions, technology, application, product type*. URL: <https://www.researchandmarkets.com/reports/5399235/online-education-global-market-insights-2021#rela4-5521683/> (accessed 17.06.2022).
17. *Online education market – Global industry analysis, size, share, growth, trends, and forecast, 2021–2031*. URL: <https://www.researchandmarkets.com/reports/5522376/online-education-market-global-industry#rela4-5399235/> (accessed 17.06.2022).
18. *Online education market, size, global forecast 2022–2027, industry trends, share, growth, impact of COVID-19, opportunity company analysis*. URL: <https://www.researchandmarkets.com/reports/5521683/online-education-market-size-global-forecast#rela2-5399235/> (accessed 17.06.2022).
19. *Research of the Russian online education market 2021 and trends 2022 from industry leaders*. URL: https://datainsight.ru/russian_education_market/ (accessed 07.06.2022). (In Russ.).
20. Konstantinovskiy D. L. The legacy of Professor Shubkin. *Dimensions of Russian education*, Moscow, Center for Sociological Research, 2015, pp. 261–278. (In Russ.).
21. Shubkin V. N., Astafyev Ya. U. Sociology of education in the USSR and Russia. *Universe of Russia*, 1996, vol. 5, no. 3, pp. 161–178. (In Russ.).
22. *Salaries by profession: Russia 2021–2022*. URL: <https://zarplan.com/zarplata/po-professiyam/%D0%A0%D0%9E%D0%A1%D0%A1%D0%98%D0%AF/> (accessed 07.04.2022). (In Russ.).

Информация об авторе

Астафьев Янис Улдисович – кандидат социологических наук, старший научный сотрудник, Институт социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук (Российская Федерация, 117218, г. Москва, ул. Кржижановского, д. 24/35, к. 5. e-mail: ayanis@mail.ru).

Статья поступила в редакцию 12.07.2022

После доработки 29.11.2022

Принята к публикации 30.11.2022

Information about the author

Yanis U. Astafyev – Candidate of Sociological Sciences, Senior Researcher, Institute of Sociology of the Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences (24/35, bldg. 5 Krzhizhanovskogo Str., 117218, Moscow, Russian Federation. e-mail: ayanis@mail.ru).

The paper was submitted 12.07.2022

Received after reworking 29.11.2022

Accepted for publication 30.11.2022