
А.Г. Эфендиев, Е.С. Балабанова, Е.Б. Галицкий

РЕЗУЛЬТАТЫ И ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ СОВРЕМЕННОГО СПЕЦИАЛИСТА СКВОЗЬ ПРИЗМУ КАРЬЕРНОГО РОСТА ВЫПУСКНИКОВ-МЕНЕДЖЕРОВ

Статья поступила
в редакцию
в июле 2009 г.

Представлены результаты социологического исследования, эмпирической базой для которого послужил проведенный в 2007 г. опрос 280 специалистов, окончивших факультет менеджмента ГУ–ВШЭ в 1999–2006 гг. Анализируются факторы карьерного успеха выпускников-менеджеров, среди которых особое внимание обращается на показатели качества образования и соответствие их нынешней работы полученной специальности. Выявляются сегменты российской бизнес-среды, в наибольшей степени ориентированные на клановые или, напротив, на профессионально-квалификационные критерии карьерных продвижений. Вторая часть статьи посвящена анализу мнений респондентов о содержании учебного процесса на бизнес-факультете. В центре внимания авторов соотношение фундаментальных и прикладных знаний в структуре подготовки и их роль в становлении профессиональной карьеры выпускников.

Аннотация

Ключевые слова: бизнес-образование; профессиональная карьера; социальная организация бизнеса.

В течение последних полутора десятилетий развитие российского высшего образования характеризовалось быстрым ростом количественных показателей — численности вузов, студентов, номенклатуры специальностей. Однако, как неоднократно отмечалось экспертами, этот рост происходил в значительной степени за счет снижения качества образовательных услуг. Косвенно об этом свидетельствовали такие факты, как увеличение числа студентов в расчете на одного вузовского преподавателя; опережающий рост численности студентов заочной формы обучения; совмещение работы и учебы у студентов дневных отделений; рост количества филиалов вузов и «смена вывесок», когда учреждения

среднего профессионального образования получали статус высших учебных заведений. То, что мы имеем «на выходе», очевидно, является следствием снижения качества образовательных услуг: по оценкам сотрудников Института развития образования ГУ–ВШЭ, 36% выпускников российских вузов работают не по специальности, а 30% и не планировали по ней работать; 60% недовольны своим трудоустройством [14]; опросы работодателей обнаруживают их нарастающую неудовлетворенность качеством высшего образования, которое получили их работники [9. С. 52].

Как мы отмечали в своих предыдущих работах [15], вуз осуществляет свою деятельность на двух рынках. Первый — рынок образовательных услуг, где вуз взаимодействует с населением и государством, которые непосредственно оплачивают деятельность вуза, предоставляемые им образовательные услуги. И именно то, что вузы ориентируются почти исключительно на спрос государства и населения, эксперты считают одной из причин неэффективности системы высшего образования [Там же. С. 52–53], поскольку главную проверку деятельность вуза проходит на втором рынке — на рынке труда, где трудоустраиваются его выпускники: именно он дает оценку качеству учебного процесса, комплексу знаний, умений, компетенций, которыми овладевает в вузе студент. Именно успех выпускников на рынке труда является лучшим свидетельством правильности избранной стратегии учебного процесса, достаточной квалификации преподавателей, адекватности набора специальностей и специализаций, учебных предметов. При этом, естественно, вуз сохраняет относительную независимость от рынка труда, поскольку он не только несет ответственность за успешное трудоустройство выпускников, но и обязан обеспечить развитие их карьеры на значительной дистанции, должен формировать качества, которые напрямую с актуальными запросами рынка труда могут быть и не связаны, но ориентированы на устойчивое развитие выпускника как профессионала и как личности на долгие годы.

Поэтому одно из важнейших условий обеспечения долгосрочного преимущества вуза на рынке образовательных услуг — это наличие информации о том, как складываются судьбы его выпускников. С одной стороны, сквозь призму профессиональной пригодности выпускников вуза можно оценить эффективность учебного процесса в данном высшем учебном заведении, увидеть его достоинства и недостатки глазами самого строгого контролера — рынка труда. С другой стороны, судьба выпускников есть своеобразный слепок с социальной организации российского бизнеса. Каким образом, благодаря чему — знаниям, опыту, связям, личностным качествам — и где, в каких организациях, сумели добиться успеха наши выпускники? Эти два аспекта взаимосвязаны, но существуют относительно независимо друг от друга. И изучение профессиональных судеб выпускников вуза важно не только для понимания адекватности учебного процесса тем требованиям, которые предъявляет общество к подготовке молодых специ-



алистов, но и для описания глубинных социальных закономерностей — того, кто, как и почему добивается успеха в российском бизнесе и, более широко, в российском обществе.

Наш анализ публикаций последних лет, посвященных социологическим исследованиям выпускников, выявил следующие наиболее распространенные ограничения их эмпирической базы. Во-первых, большинство из них основаны на опросах студентов, работодателей либо молодых сотрудников организаций без привязки к тем вузам, выпускниками которых они являются. Лонгитюдные проекты, отслеживающие выпускников конкретных учебных заведений, ограничены малыми отрезками времени, небольшими выборками и преимущественно качественными, а не количественными исследовательскими методами, не претендующими на репрезентативность. Во-вторых, большинство исследований нацелено на изучение *установок* респондентов и в меньшей степени — на *реальные результаты* профессиональной карьеры [4; 1; 2; 3; 7; 5].

Исследование профессиональной карьеры выпускников факультета менеджмента ГУ–ВШЭ представляет собой попытку преодоления указанных выше ограничений. В данной статье мы попытаемся ответить на следующие вопросы.

- Существует ли связь между успешностью профессиональной карьеры выпускников вуза и качеством обучения, академическими достижениями?
- Какой профиль подготовки — узкоспециализированный или широкий — более эффективен с точки зрения успешного трудоустройства и карьерного роста выпускников?
- Насколько значимыми оказываются для выпускников фундаментальные и прикладные знания, полученные ими в университете?

Конечно, наше исследование этих во многом вечных, краеугольных проблем высшего образования ограничено тем обстоятельством, что мы рассматриваем выпускников, во-первых, получивших высокопрестижную профессию, во-вторых, окончивших элитный вуз, в-третьих, впервые трудоустроившихся в условиях докризисной России. Вместе с тем, и мы на этом настаиваем, анализ профессионального пути выпускников бизнес-факультета престижного вуза дает немало информации и об общих тенденциях, характерных для выпускников современных вузов, и в особенности для карьеры молодых специалистов, работающих в российском бизнесе.

Стандартизованный опрос выпускников факультета менеджмента ГУ–ВШЭ проводился в марте — июне 2007 г. путем электронной рассылки анкет с последующими многократными напоминаниями по электронной почте и телефону. Поскольку, в отличие от студентов, выпускники территориально разпылены, надежность результатов опроса зависела от возможности найти максимальное количество респондентов. Такая работа была проделана сотрудниками деканата, секретарями кафедр факультета,

1. Организация исследования и характеристика выборки

студентами магистратуры¹. В результате были опрошены 280 из 986 имеющих в базе данных выпускников специалитета и магистратуры факультета за 1999–2006 гг. Таким образом, была обеспечена представительная, почти 30%-я, выборка выпускников за все восемь лет «самостоятельных» выпусков факультета менеджмента ГУ–ВШЭ, т.е. тех выпускников, которые проучились на факультете с первого по пятый курс.

Из 280 респондентов мужчины составили 43% выборки, женщины — 57%. Медианный возраст респондентов — 26 лет. По годам выпуска респонденты распределились следующим образом: 1999–2001 гг. — 14%, 2002–2003 гг. — 21%, 2004 г. — 18%, 2005 г. — 16%, 2006 г. — 31%.

48% выборки составили выпускники, обучавшиеся по профилю «общий и стратегический менеджмент», 18% — по направлению «маркетинг», 17% — «управление человеческими ресурсами», 10% — «логистика», 6% — «информационные технологии управления»².

2. Поведение выпускников на рынке труда

2.1. Карьерные стратегии выпускников: бизнесмен vs. специалист-управленец

Выводы о существовании двух основных стратегий построения карьеры были сделаны нами на основе анализа мотивации последнего трудоустройства выпускников нашего факультета (табл. 1).

Таблица 1

Распределение ответов на вопрос «На что вы прежде всего ориентировались, принимая решение о трудоустройстве на последнем месте работы?» (не более трех вариантов ответа; %)

Возможность сделать карьеру, повысить должность	59
Возможность более полно реализовать свои знания, замыслы, идеи	54
Хорошая заработная плата	50
Желание работать в известной на рынке, престижной компании	25
Психологически комфортная атмосфера на работе	23
Удобный график работы	11
Желание открыть свой бизнес	9
Желание самостоятельности	9
Привлекательный социальный пакет	6
Желание работать со своими знакомыми, друзьями, родственниками	5
Близость к дому	3
Нужно было устроиться на какую-нибудь работу	3

¹ Авторы выражают благодарность выпускникам магистратуры факультета менеджмента ГУ–ВШЭ И. Алексухиной, М. Зайцевой, О. Бритвиной, составившим списки электронных адресов респондентов, и Т.П. Захаровой, осуществлявшей рассылку анкет, отслеживание возврата и переговоры с выпускниками.

² Подготовка по данной специальности на факультете прекращена пять лет назад, поэтому эти 6% респондентов в анализе не учитывались.



Как видим, в иерархии мотивов трудоустройства респондентов абсолютно преобладающими оказались достиженческие ориентации и мотивы. Высокая ценность саморазвития, содержания труда, предприимчивости, возможности реализовать свой деятельный потенциал, характерная для наших выпускников, сближает их с наиболее экономически благополучными группами российского общества [12].

Таблица 2

**Переменные, вошедшие в фактор 1.
Специалист-управленец vs. бизнесмен**

Исходные переменные	Факторные нагрузки переменных
Возможность сделать карьеру, повысить должность	0,675
Желание работать в престижной компании	0,429
Желание открыть свой бизнес	-0,683
Желание самостоятельности	-0,593

Для выявления глубинных факторов формирования мотивации трудоустройства наших выпускников переменные, представленные в табл. 1, были подвергнуты процедуре факторного анализа. Из пространства двенадцати переменных мы перешли в пространство пяти новых латентных переменных-факторов. Наиболее важным для понимания карьерных стратегий выпускников оказался первый из пяти полученных факторов, обеспечивающий наибольший процент объясненной дисперсии (13,5%), образованный четырьмя исходными переменными (табл. 2).

Факторный анализ, таким образом, вскрыл очень существенную ось, разделяющую карьерные стратегии выпускников бизнес-факультета: ориентация **либо** на профессиональную карьеру менеджера в крупных известных компаниях, **либо** на создание собственного бизнеса. Как показало дальнейшее исследование, для большинства респондентов это не просто ориентация, но реализуемая стратегия. Из всего массива опрошенных действительно четко выделяется небольшая группа выпускников, открывших собственный бизнес. Обращает на себя внимание очень красноречивый и показательный для российского малого бизнеса факт, что с карьерной стратегией бизнесмена тесно связана значимость родственных связей и знакомств как условия успеха в жизни. Ориентированных на собственный (малый) бизнес значительно больше среди мужчин, москвичей и, что особенно важно, среди детей высших руководителей и предпринимателей. Поэтому можно предположить, что соотношение приверженцев этих двух жизненных стратегий будет существенно зависеть от социального состава (происхождения) студенчества того или иного вуза, бизнес-факультета. Характерен и еще один момент: рискуют встать на путь организаторов малого бизнеса лишь те, у кого есть крепкие тылы. Согласимся, что

это красноречивое свидетельство драм и взлетов малого бизнеса в нашей стране.

2.2. Трудовая мобильность

Характеризуя поведение выпускников на рынке труда, отметим прежде всего их достаточно высокую трудовую мобильность в целом. Если учесть, что после окончания вуза у наших выпускников прошло не более восьми лет, можно говорить о высоком динамизме их поведения. Лишь 30% отметили, что за годы после окончания вуза работали в одной компании, 39% успели поработать в двух компаниях, 22% — в трех, 8% — в четырех и более компаниях.

Среди сфер деятельности, в которых пришлось за свою трудовую биографию работать выпускникам, лидируют консалтинг (44%), торговля (33%), банковская и страховая деятельность, недвижимость (32%), реклама и PR (29%), IT-компании (23%). Эта же пятерка лидеров, но уже в другой последовательности, сохраняется и в списке отраслей, где выпускники работают в настоящее время: банки, страхование и недвижимость (15%), консалтинг (14%), реклама и PR (11%), IT-компании и торговля (по 10%).

На момент проведения опроса половина респондентов работала на данном рабочем месте в течение года и менее. Большая оседлость, т.е. длительность работы на нынешнем рабочем месте, наблюдается у более старших выпускников, которые, по-видимому, нашли сферу приложения своих способностей и направили усилия на карьерный рост в рамках данной компании.

Более половины респондентов работают в отечественных компаниях, 29% — в компаниях с иностранным собственником, 9% — в компаниях совместной собственности.

Самая большая доля выпускников, 44%, на момент проведения исследования работала в крупных компаниях с численностью работающих свыше 500 человек; 28% — в мелких компаниях с численностью занятых 100 и менее человек, 19% — в компаниях среднего размера (101–500 человек). Заметно выше доля работающих в крупных компаниях среди старших выпускников (1999–2001 гг.), в то время как среди младших выпускников высока доля работающих в мелких компаниях. Возможно, это связано с тем, что в последние годы на факультете увеличивалась доля студентов — выходцев из высокоресурсных семей, которые могли оказать детям ощутимую поддержку для создания собственного бизнеса.

Насколько нынешнее место работы соответствует профилю подготовки выпускников? Свидетельством чего является факт работы по специальности — отсутствия необходимой широты знаний, которое ограничивает мобильность, или, наоборот, глубины профессиональной подготовки, которая обеспечивает соответствующие позиции выпускника на рынке труда? На что у работо-



дателей больше спрос — на универсальность, широту подготовки или ее углубленность, специфичность? И еще один важный вопрос: можно ли судить о том, что более значимо для успешной карьеры — широкий профиль или узкопрофессиональная подготовка, — на короткой дистанции трудовой карьеры наших выпускников: максимум восемь лет?

Среди выпускников факультета 45% заняты на работе, полностью соответствующей профилю подготовки, 49% — «отчасти соответствующей, отчасти нет» (табл. 3). Думается, это достаточно высокий показатель соответствия трудовой занятости полученной в вузе специальности. При этом работа *полностью соответствует* специальности лишь у 33% старших выпускников, у младших выпускников этот показатель выше. Здесь возможны два объяснения: 1) чем больше трудовой стаж, тем больше вероятность смены не только места работы, но и ее профиля, ухода от своей узкой специальности в более востребованную, престижную, новую; 2) в первые годы своего существования факультет имел всего один, достаточно широкий, профиль подготовки (общий и стратегический менеджмент), и только позднее были открыты другие направления магистратуры и специалитета. Как видим, развитие в направлении большей специализации приводит к тому, что большая часть выпускников устраивается на работу, полностью соответствующую профилю их подготовки.

Таблица 3 **Соответствие работы выпускников полученной специальности (%)**

Соответствие работы полученной специальности	Всего	В том числе по годам выпуска			В том числе по специальностям			
		1999/01 гг.	2002/05 гг.	2006/07 гг.	Общий и стратегический менеджмент	Управление человеческими ресурсами	Маркетинг	Логистика
Полностью соответствует	45	36	45	47	38	67	45	52
Отчасти соответствует, отчасти нет	49	61	51	40	55	28	50	44
Совсем не соответствует	5	3	4	10	5	5	5	4
Затрудняюсь ответить	1	–	–	3	2	–	–	–

Существенные различия обнаружены по показателю соответствия нынешней работы профилю подготовки в зависимости от специальности, полученной на факультете. Как видно из табл. 3, наибольших значений показатель «*полностью соответствует*» достигает у выпускников по направлениям «управление человеческими ресурсами» (60%) и «логистика» (44%). На наш взгляд, это свидетельствует: 1) о сформировавшемся и организационно оформленном спросе на специалистов по управлению человеческими ресурсами и логистов; 2) о высокой потребности рынка труда в специа-

листах этих профилей; 3) об узости профиля этих специальностей, которая «обрекает» выпускников работать только в его рамках.

3. Результаты первых лет профессиональной карьеры выпускников-менеджеров и факторы успеха

3.1. Достижения первых лет: вертикальные карьерные передвижения и субъективная удовлетворенность развитием карьеры

Профессиональная карьера является важнейшей составляющей индивидуальной социальной мобильности. Мы различаем вертикальное и горизонтальное измерения профессиональной карьеры. *Вертикальная* карьера заключается в продвижении человека по ступеням социальной, властной, экономической иерархий в рамках своей профессиональной деятельности. *Горизонтальные* карьерные продвижения работников — это повышение профессионального уровня, накопление квалификации, опыта, знаний. Горизонтальные продвижения работников не обязательно сопровождаются изменением должности, но могут рассматриваться как подготовка к должностному росту в дальнейшем. Насыщенные горизонтальные продвижения работника могут обеспечить скачок в виде вертикальных продвижений. Используемый в нашем исследовании инструментарий позволял зафиксировать главным образом результаты вертикальных карьерных продвижений выпускников — социально-статусный (должность в компании) и материальный (уровень зарплаты), а также их субъективную удовлетворенность различными аспектами своей карьеры.

В табл. 4–6 приведены основные характеристики карьерных достижений выпускников факультета: должностные продвижения, уровень заработков и степень удовлетворенности различными аспектами своей карьеры. Сразу оговоримся, что наши респонденты — это выпускники элитного московского вуза, а опрос проводился в первой половине 2007 г., т.е. здесь представлен докризисный уровень заработков молодых менеджеров. Эти данные не претендуют на репрезентативность для всех выпускников московских вузов по специальности «менеджмент».

Таблица 4

Уровень занимаемых выпускниками позиций в компаниях (%)

Позиции	%
Рядовые работники (нет подчиненных)	46
Руководители низшего и среднего уровня (небольшого или среднего отдела, группы в подразделении)	35
Руководители высшего уровня	19
В том числе:	
руководители крупного отдела, департамента (из нескольких отделов, групп)	6
руководители направления (из нескольких департаментов)	2
топ-менеджеры	11

Таблица 5 **Уровень месячного дохода выпускников, N = 249* (%)**

Низкий (до 41 тыс. руб.)	16
Средний (от 42 до 103 тыс. руб.)	54
Высокий (от 104 тыс. руб.)	30

* От ответа на вопрос о зарплатах уклонились 20% респондентов.

Таблица 6 **Степень удовлетворенности выпускников различными аспектами своей карьеры (%)**

Степень удовлетворенности...	нынешним мес- том работы	зара- ботком	карьерой в целом
Безусловно удовлетворены	31	7	19
Скорее удовлетворены	59	54	55
Скорее неудовлетворены	6	26	18
Безусловно неудовлетворены	2	11	5
Затруднились ответить	2	3	3

Как видно из табл. 4–6, в течение менее чем восьмилетнего периода после окончания вуза доля успешных с точки зрения должностного продвижения и величины заработка выпускников-менеджеров достаточно высока. Треть респондентов на момент опроса являлись руководителями нижнего и среднего уровней, а каждый пятый — руководителем высшего уровня. Средний уровень доходов выпускников составил 93 тыс. руб., медианный — 71 тыс. Последняя цифра в 5 раз превышает уровень номинальной среднемесячной заработной платы по России и в 3 раза — средний уровень зарплат по г. Москве в 2007 г. [13]. 90%-й показатель удовлетворенности респондентов местом своей работы является, на наш взгляд, свидетельством успешности и востребованности выпускников на рынке труда, практически полного отсутствия «вынужденного» трудоустройства: если молодой менеджер не удовлетворен местом работы, он его просто меняет. Достаточно высоки показатели удовлетворенности выпускников тем, как складывается их карьера в целом (74%), а наименьший показатель удовлетворенности относится к уровню заработка (61%).

Главной интригой при взгляде на эти достаточно впечатляющие показатели успешности выпускников становится ответ на вопрос, на какой основе формируется карьерный успех молодого специалиста-менеджера в российской бизнес-среде: благодаря аскриптивным или достиженческим факторам. Данная дихотомия, в свое время сформулированная Т. Парсонсом [11], является широко используемым в социологии понятием. К аскриптивным (приписанным) факторам относятся характеристики, которыми человек наделяется от рождения: пол, этническая принадлежность, социально-экономический статус родителей. В современном обществе к аскриптивным способам достижения успеха также относятся связи, семейные или дружеские отношения, личная преданность. Аскриптивному социальному статусу

противостоит достигаемый: социальное положение, приобретенное посредством личных усилий в открытом соревновании с другими. Главными достиженческими факторами карьерного успеха являются хорошее образование, квалификация и профессионализм [10. С. 155; 6. С. 193].

3.2. Аскриптивные факторы успешности карьеры выпускников-менеджеров

Самыми очевидными из аскриптивных признаков, связанных с должностным ростом и высокими заработками, являются пол и возраст респондента. Выросли до руководителей 63% мужчин и 46% женщин; топ-менеджерами стали 17% мужчин и всего 5% женщин. Причем с возрастом эти различия не сглаживаются, а, наоборот, возрастают. В группу с высокими доходами попали 44% мужчин и 19% женщин. Среди самой старшей группы выпускников до руководителей высшего уровня успели вырасти 27%, среди самой младшей — всего 14%. На рядовых позициях остаются 29% самых старших выпускников и 60% самых младших. Соответственно самые старшие выпускники являются и наиболее высокооплачиваемыми: высокие доходы имеют 53% самых старших выпускников и всего 10% самых младших.

Ожидаемой была статистически значимая связь переменных, отражающих социальное происхождение выпускников, с показателями успешности их карьеры. Так, 25% выходцев из семей, где отец на момент получения ребенком диплома был руководителем учреждения или предпринимателем, добрались до уровня руководителей высшего уровня; среди детей рядовых работников до этой позиций не добрался пока никто. Среди коренных москвичей заняли руководящие должности 23%, среди выходцев из других регионов — 10%.

Как мы уже указывали, характерной чертой многих выходцев из высокоресурсных семей является ориентация на предпринимательский тип карьеры. Действительно, анализ медианных значений описанного в табл. 2 фактора «специалист-управленец vs. бизнесмен» показал, что у выпускников, работающих на рядовых позициях, у руководителей нижнего и среднего уровней и даже руководителей отделов/департаментов преобладает ориентация на карьеру менеджера-управленца (значение фактора 0,409). Значение фактора меняет свой знак в группе руководителей направлений (−0,412) и приближается к полюсу ориентации на карьеру бизнесмена в группе топ-менеджеров (−1,733). Практически никто из выпускников, работающих на рядовой должности, не входит в число собственников компании, где они работают, а вот среди топ-менеджеров 59% владеют либо небольшой, либо значительной долей собственности.

Предпринимательский тип карьеры, учитывая возраст молодых специалистов, реализуется на предприятиях малого бизнеса, поэтому зафиксированы сильные корреляции руководящей позиции с размером организации, где работают респонденты, и принадлежностью капитала. Так, среди выпускников, работающих в мелких (до 50 человек) компаниях, 47% стали руководителями высшего уровня. Статистически значимых связей размера организации с уровнем зара-



ботков не выявлено. Естественно, что мелкий бизнес представлен отечественными компаниями, поэтому доля выпускников, быстро поднявшихся до руководящих позиций, заметно выше в отечественных компаниях. Зато иностранные компании показывают значительно большую дифференциацию заработков: среди выпускников, работающих в иностранных компаниях, выше доля специалистов как с низкими (21% против 13% в отечественных), так и с высокими заработками (33% против 26%). То есть, не торопясь баловать высокими зарплатами новичков, иностранные компании более достойно вознаграждают опытных и квалифицированных работников.

Небольшой размер организаций предполагает высокую значимость неформальных каналов трудоустройства, «связей». Группа выпускников, занявших высокие руководящие позиции, резко выделяется из всей совокупности опрошенных: для них гораздо менее значимыми, чем для других, оказались формальные каналы трудоустройства — этот вариант отметили 29% руководителей при среднем значении по выборке 43%. Треть руководителей высшего уровня выбрали вариант ответа «не искали работу, а открыли собственный бизнес». Существенно меньше, чем в среднем по выборке, доля устроившихся на последнее место работы по формальным каналам и выше значение неформальных репутационно-служебных связей и среди высокооплачиваемых выпускников. Так, если в среднем по выборке нашли себе работу через Интернет 35% выпускников, то среди высокооплачиваемых — всего 10%. А вот трудоустроились с помощью товарищей по вузу 24% высокооплачиваемых (по выборке — 10%). Не искали работу, а открыли собственный бизнес 24% высокооплачиваемых (по выборке — 7%). То есть при общем преобладании формализованных способов трудоустройства на «хорошие» рабочие места выпускники значительно чаще устраиваются все-таки по неформальным каналам.

Итак, в отношении аскриптивных факторов карьерного успеха выпускников-менеджеров картина следующая: чаще других достигают руководящих позиций и высоких заработков мужчины, выходцы из высокоресурсных московских семей, бывшие в числе первых, самых старших выпускников факультета. Своим трудоустройством они в значительной степени обязаны неформальным связям, знакомствам. Вряд ли кого удивят эти результаты, отражающие высокую степень неравенства и клановость современного российского малого бизнеса, но важный вопрос состоит в следующем: существует ли и развивается ли при этом альтернативная линия успешной карьерной стратегии, главным фактором успеха в которой являются профессионализм, высокое качество полученного образования и систематическое повышение своей профессиональной квалификации?

Достиженческие факторы карьеры не связаны с социальным происхождением, они характеризуют трудовой путь, успехи в учебе в период обучения в вузе, а также повышение профессиональной квалификации по окончании ГУ–ВШЭ.

3.3. Достиженческие факторы успешной карьеры: стаж работы или показатели образования?

Обращает на себя внимание высокая значимость такого фактора карьерного успеха выпускников, как раннее начало трудовой деятельности. То, что значительная доля студентов, обучающихся на дневном отделении, совмещает работу с учебой, стало реальностью последнего десятилетия. Действительно, как показал опрос, у подавляющего большинства наших выпускников трудовая биография началась задолго до окончания вуза. Как видно из табл. 7, половина выпускников начала работать на постоянной основе еще в бакалавриате, а к моменту окончания вуза работали уже 85%. Таким образом, к моменту завершения обучения наш выпускник уже имеет 1–2-летний опыт профессиональной деятельности.

Таблица 7

**Доля респондентов, работавших
и подрабатывавших в период
обучения в вузе (%)**

Работали на постоянной основе во время обучения	
С 1-го курса бакалавриата	8
Со 2-го курса бакалавриата	12
С 3-го курса бакалавриата	16
С 4-го курса бакалавриата	15
Всего на 1–4-м курсе	51
С 5-го курса специалитета или 1-го курса магистратуры	28
Со 2-го курса магистратуры	6
Всего к моменту окончания вуза	85

Этот приобретенный еще в студенческие годы опыт работы оказывается очень востребованным в условиях современного российского рынка труда: наибольшая доля ставших руководителями — 36% — зафиксирована среди работавших уже начиная с первого курса бакалавриата. На момент опроса высокие (более 104 тыс. руб.) доходы имели 33% выпускников, работавших в студенческие годы, и всего 10% неработавших. Соответственно, почти зеркальным отражением выглядит картина с низкими (ниже 40 тыс. руб.) доходами: на этой планке застряли 31% не работавших в период обучения и 14% работавших. Получается, что трудовая деятельность студента вуза в условиях современного российского общества — это не только (а для студентов-менеджеров — не столько) средство достижения приемлемого уровня потребления, но и инвестиция в свой будущий карьерный рост.

Существенным для занятия руководящей позиции оказался не только общий стаж работы респондентов, но и стаж работы в данной организации, или «оседлость» на последнем месте работы. Среди работающих на данном месте работы более трех лет высших руководителей 28% — против 14% среди тех, кто работает менее года. Интересно при этом, что «оседлость» оказалась не связанной с уровнем зарплаток выпускников.

Не обнаруживая статистически значимых корреляций со статусом руководителя, значимым для уровня зарплаток оказалось



динамичное поведение выпускников на рынке труда. Только 21% высокодоходных специалистов всю свою трудовую карьеру провели в одной компании (среди низкодоходных — 35%), а 34% успели поработать в трех и более компаниях (среди низкодоходных — 24%).

Раннее начало трудовой деятельности, облегчающее адаптацию выпускников вузов на рынке труда и способствующее их быстрому карьерному росту, отрицательно сказывается на качестве образования, что неоднократно отмечалось исследователями [8]. Действительно, в целом по выборке наблюдается обратно пропорциональная связь между карьерным ростом и качеством обучения (наличие красного диплома). На данный момент до высших руководящих постов добрались всего 11% обладателей красных дипломов, среди обладателей обычных — 21%. Однако, напомним, путь к руководящей должности оказывается наиболее легким у выходцев из обеспеченных семей, открывающих свой бизнес или работающих в небольших компаниях. Если же мы сравним уровни доходов отличников и всех прочих, то обнаружим, что самая высокая доля низкодоходных специалистов — среди обладателей обычных дипломов, работающих в иностранных компаниях (25%), а высокие доходы получают также в иностранных компаниях, но специалисты, имеющие красные дипломы (39%). Таким образом, академическая успеваемость выпускников не влияет на карьерный рост в отечественных компаниях, а в иностранных фирмах качество образования оказывается значимым фактором успеха.

Значительно большей оказалась доля высших руководителей среди тех, кто пользовался шпаргалками более чем на половине зачетов и экзаменов (29%), чем среди тех, кто ими совсем не пользовался (17%). «Шпорноносители» и зарабатывают больше: 40% среди них имели на момент опроса высокие доходы, среди не пользовавшихся «шпорами» — всего 27%.

Что касается соответствия нынешней работы полученной в ГУ–ВШЭ специальности, то здесь наблюдается следующая картина. Самая высокая доля тех, кто работает по специальности, полностью соответствующей полученной в ГУ–ВШЭ, оказалась среди руководителей нижнего и среднего звена — 54% (среди рядовых сотрудников — всего 38%). Обращает на себя внимание высокая доля обладателей низкого дохода среди тех, кто работает не по специальности, — 29% при среднем показателе по выборке 16%. Соответственно обладателей высокого дохода больше всего среди тех, чья работа полностью соответствует полученной в вузе специальности, — 34%, среди работающих не по специальности — всего 14%. Как и в случае с красными и обычными дипломами, иностранные компании демонстрируют большую дифференциацию зарплаток, усиливая эту связь: низкие доходы у работающих не по специальности и высокие — у тех, кто работает в соответствии с полученным дипломом.

К достиженческим факторам карьерного успеха относится и отдельно рассмотренное нами получение послевузовского образования. Как показал качественный анализ открытых ответов, свое образование наши выпускники продолжают по следующим направлениям:

- аспирантура ГУ–ВШЭ и других вузов;
- бизнес-образование — программы MBA, реализуемые университетами и бизнес-школами Москвы и Санкт-Петербурга, а также США, Великобритании, Франции, Германии, Бельгии, Италии, Бразилии;
- курсы для получения международных сертификатов в области финансов, оценочной деятельности, бухучета и аудита;
- второе высшее образование, преимущественно по специальностям «финансы», «бухучет и аудит», «оценка», «право»;
- краткосрочные тренинги, семинары, курсы иностранных языков — как организованные по месту работы, так и самостоятельно оплачиваемые респондентами.

Выяснилось, что среди выпускников, которые учились еще где-либо после окончания вуза или продолжают учиться сейчас, выше доля высокодоходных работников (36% против 27% тех, кто не продолжил своего образования), а также тех, кто стал руководителем нижнего звена (41% против 30% не продолживших учиться). Эта разница сильнее выражена в иностранных фирмах и в крупных компаниях. Таким образом, спрос на непрерывное образование предъявляют прежде всего крупные компании с иностранным капиталом.

Итак, наш анализ достиженческих факторов карьерного успеха выпускников бизнес-факультета выявил противоречивые и, прямо скажем, не слишком отрадные для вузовских преподавателей закономерности. Как с должностным ростом, так и с уровнем зарплаток оказались положительно связанными два бича российской высшей школы — работа студентов дневных отделений и использование шпаргалок. На наш взгляд, такое положение вещей является, во-первых, отражением утвердившегося в российской экономике приоритета опыта над квалификацией, знаниями, уровнем подготовки³. Во-вторых, это еще одно свидетельство востребованности в российском бизнесе таких личностных качеств, как хитрость и беспринципность.

При этом сдержанный оптимизм вызывает тот факт, что карьерный рост и уровень зарплаток оказались положитель-

³ Этот вывод получил подтверждение в недавнем исследовательском проекте кафедры управления человеческими ресурсами ГУ–ВШЭ, осуществленном под руководством А.Г. Эфендиева, — «Социальная организация российского бизнеса». Эмпирическая база проекта была представлена опросом 2500 работников 80 предприятий и организаций частной формы собственности, проведенным в девяти регионах России в мае — июне 2008 г. По данным этого исследования, показатель стажа дает больше преимуществ при трудоустройстве на «хорошие» рабочие места, в уровне жизни, карьерных продвижениях по сравнению с образовательно-квалификационными показателями.



но связанными с соответствием нынешней работы полученной на факультете специальности и получением послевузовского образования. Наиболее сильна связь отличных оценок в дипломе, работы по специальности и послевузовского образования с высокими заработками в подвыборке выпускников, работающих в крупных иностранных компаниях. Это позволяет предположить, что западный бизнес, оперирующий в России, приносит с собой и соответствующие культурные образцы, систему ценностей, в которой несравнимо большее значение придается качеству образования и уровню профессионализма, нежели социальному происхождению и наличию связей, блата.

Подготовка менеджеров изначально ориентирована на тесную связь с практикой. Эта установка присуща как преподавателям, многие из которых сами являются профессиональными управленцами, консультантами, аналитиками, так и — в еще большей степени — студентам, требующим усиления практической нацеленности образовательных программ. Как видно из табл. 8, в целом по выборке в группу «очень важных», т.е. отмеченных более чем половиной респондентов, попали только дисциплины прикладного блока — общеуправленческие знания, предметы специализаций и прикладная экономика. Фундаментальные же (или тяготеющие к фундаментальным) предметы оказались в нижней части списка.

4. Чему учить студентов? Учебный процесс на факультете менеджмента глазами выпускников

Таблица 8

Распределение ответов на вопрос «Какие учебные блоки вы сегодня назвали бы самыми важными для карьеры?» (%)

Блоки дисциплин	Всего	В том числе по годам выпуска			В том числе по специальностям		
		1999/01 г.	2002/05 г.	2006/07 г.	Общий и стратегический менеджмент	Управление человеческими ресурсами	Маркетинг
Общий менеджмент (общий менеджмент, управленческие решения)	60	56	58	66	64	60	63
Предметы по специализации в целом	58	49	59	58	39	72	90
Прикладная экономика (бухучет, финансовый анализ, финансовый менеджмент и т.д.)	55	33	57	62	58	49	67
Операционный менеджмент, управление проектами, управление качеством	41	41	43	38	46	38	35
Математические предметы	35	44	30	38	43	28	24
Теория организации, организационное поведение, конфликтология	34	49	32	29	39	40	22

Экономическая теория, (микро- и макро-) институциональная экономика, теория отраслевых рынков	30	56	29	20	30	36	26
Социологические и психологические науки	29	31	28	29	29	43	31
Правовые науки	20	13	22	21	21	23	22

В зависимости от профиля подготовки выпускники четко разделяются на две группы: признающие важность *только* прикладных предметов и те, для кого важны фундаментальные дисциплины. Первую составляют маркетологи, вторую — стратеги и специалисты по управлению человеческими ресурсами. Особенно велик разрыв между этими группами по значимости предметов специализаций, которые 90% маркетологов отметили в качестве самых важных; математических предметов, явно значимых только для стратегов (44%); теории организации и организационного поведения. Ожидаема и понятна самая высокая значимость социальных и психологических наук для специалистов по управлению человеческими ресурсами.

Недооценка фундаментального знания выпускниками практически ориентированного факультета менеджмента ожидаема, но вряд ли оправдана. Мы имеем возможность сравнить эти данные с результатами проведенного нами 15 лет назад исследования выпускников Московского авиационного института, тоже практически ориентированного вуза. Выпускники МАИ высоко оценили значение фундаментальных наук, справедливо отмечая, что именно они способствуют маневренности, динамизму на рынке труда. В то же время мы должны отдавать себе отчет в том, что по уровню научности современные технические знания (точнее, система наук, включающая общетехнические науки и специальные технические знания) ощутимо опережают учения об управлении организацией, в которых сохранились элементы искусства и нередко доминирует рецептурный подход, акцентируется внимание не на всеобщем, устойчивом, закономерном, а на единичном, специфическом. Возможно, именно общее состояние менеджмента как науки и диктует специфику восприятия студентами фундаментальных знаний как набора броских фраз, нестрогих типологий, эмпирически не верифицируемых положений, которые не столько воспитывают культуру мышления и анализа, сколько являются «информационным шумом», отвлекающим от реалий жизни.

Однако при том, что фундаментальные дисциплины на факультете мало востребованы студентами, анализ наших данных убедительно доказывает правильность стратегического курса на приоритетное развитие именно фундаментальной составляющей подготовки менеджеров.

Напомним, что выборка наших респондентов охватывала, самое большее, восьмилетний период после окончания вуза, с ко-



личественным преобладанием выпускников последних лет. Действительно, вчерашние студенты считают безусловно значимыми для себя лишь прикладные предметы (табл. 8). А вот группа самых старших выпускников резко выделяется из общей выборки: такие предметы фундаментального блока, как экономическая теория и теория организации, оказались у них в четверке самых важных. Анализ распределений ответов по другим группам выпускников также выявил, что фундаментальные предметы наиболее значимы для руководителей высшего уровня; бывших отличников; сотрудников иностранных компаний; респондентов с высокими ориентациями на профессионализм⁴ и тех, кто продолжил свое образование по окончании ГУ–ВШЭ. Напротив, признают значимость только прикладных предметов выпускники, работающие в мелких компаниях; бывшие троечники и те, кто по окончании факультета больше нигде не учился.

Как видим, с возрастом, по мере должностного роста, накопления профессионального опыта приходит и осознание непреходящей ценности фундаментальных знаний, которые являются базисом профессиональной подготовки. Действительно, практические навыки, необходимые в той или иной области, быстро обновляются, и поэтому нехватка прикладных знаний ощущается всегда. Но *способность к обновлению* прикладных знаний выше там, где есть серьезный базис фундаментальной подготовки. Не случайно говорится, что «нет ничего практичнее, чем хорошая теория». Поэтому осознание непреходящей роли фундаментального базиса происходит в ходе многократного обновления прикладных знаний и приемов. А для этого, может быть, требуется более длительная профессиональная карьера, чем восемь лет.

Анализ мнений наших выпускников о построении учебного процесса на факультете менеджмента дает нам основания утверждать следующее.

Во-первых, сама структура специализаций предполагает различное соотношение фундаментальной и прикладной составляющих. Если структура подготовки стратегов и специалистов по управлению человеческими ресурсами выигрывает от усиления научно-фундаментальной составляющей, то подготовку маркетологов перспективно развивать за счет дальнейшего расширения прикладных дисциплин.

⁴ Полученная в результате факторного анализа и последующей группировки значений переменная. Фактор «ориентация на профессионализм» включает исходные переменные «возможность более полно реализовать свои знания, замыслы, идеи», «сделать карьеру, повысить должность», «хорошая заработная плата» как важнейшие мотивы трудоустройства, а также «хорошие знания» и «подходящий профиль образования» как важнейшие причины того, почему они получили эту работу. Респонденты были разделены на три группы по значению данного фактора: «ориентированные на профессионализм» (высокие положительные значения), «не ориентированные на профессионализм» (высокие отрицательные значения), «все остальные» (срединные значения).

Во-вторых, выпускники нашего факультета трудоустраиваются в двух различных сегментах российской бизнес-среды. Крупные иностранные компании предъявляют спрос на специалистов широкого профиля с хорошей подготовкой по фундаментальным дисциплинам, в то время как успешная работа в организациях малого и среднего бизнеса напрямую не зависит от структуры и качества подготовки: в этом сегменте несравнимо большее значение, чем в крупных компаниях, играют факторы связей, знакомств, личностных качеств и социального происхождения выпускников.

В-третьих, тот факт, что значимость дисциплин фундаментального блока нарастает по мере развития карьеры выпускников — увеличения стажа работы, занятия ими руководящих должностей в крупных компаниях, — говорит о том, что факультет не может слепо следовать за конъюнктурным спросом студентов на прикладные дисциплины. В чем задачи высшего образования — обеспечивать сиюминутное знание или личностное развитие студентов? Мы утверждаем, что долгосрочное лидерство вуза на рынке образовательных услуг определяется успешностью профессиональной карьеры его выпускников. А последняя, как показывают наши данные, тесно связана с хорошей подготовкой по фундаментальным дисциплинам, являющейся отличительной чертой университетского образования. А вот заигрывание со студентами, «популяризация» подготовки оборачиваются карьерной неуспешностью выпускников, быстрым обесцениванием прикладного знания.

* * *

Итак, в результате проведенного нами исследования были сделаны следующие выводы.

1. Современное состояние российской бизнес-среды таково, что в ней понятие профессионализма отождествляется с большим стажем работы. Это выражается в сильной положительной связи карьерного успеха наших выпускников, измеряемого уровнем занимаемой позиции и уровнем заработной платы, с ранним, еще в период студенчества, началом трудовой деятельности.
2. Наши данные позволяют говорить о том, что с точки зрения выпускников прикладные учебные предметы наиболее значимы для профессиональной карьеры, а фундаментальные знания ими явно недооцениваются. Мы связываем это, во-первых, с уже обозначенным выше состоянием российской бизнес-среды, с теми реальными требованиями, которые она предъявляет к выпускникам университета. Невысокий уровень интеллектуализации и соответственно низкая ценность профессионализма в противовес ценности опыта, стажа тесно связаны с пренебрежением к фундаментальным знаниям, с «технологизацией» профессии менеджера. Во-вторых, состояние самих дисциплин, составляющих курс фундаментальной подготовки менеджера, низкий уро-



вень их научной обоснованности обуславливают восприятие их студентами как набора бездоказательных и практически не применимых истин.

3. Результаты нашего исследования не дают возможности однозначно судить о предпочтительности широкого либо узкоспециализированного профиля подготовки будущих менеджеров. С одной стороны, полное соответствие нынешней работы полученной в ГУ–ВШЭ специальности зафиксировано у выпускников самых узких специальностей — логистики и управления человеческими ресурсами, — доля которых наиболее низка как среди руководителей высшего уровня, так и среди наиболее высокодоходных респондентов. С другой — верность выбранной специальности тесно связана с субъективными показателями удовлетворенности своей профессиональной карьерой и определяет позитивное социально-профессиональное самочувствие и оптимизм выпускников относительно перспектив своего профессионального пути.
4. Положительная связь академической успеваемости, соответствия нынешней работы полученной на факультете специальности, продолжения профессионального образования с успешностью карьеры наших выпускников зафиксирована только на относительно небольшом сегменте крупных компаний с иностранным капиталом. Это, на наш взгляд, свидетельствует о наличии «зоны профессионализма», противостоящей сегменту рынка, на котором условиями успешной профессиональной карьеры являются клановые отношения и соответствующие аскриптивные характеристики. Пример выпускников, успевших менее чем за восемь лет после окончания университета вырасти в должности в крупных иностранных компаниях, позволяет говорить о перспективах появления в России новой формации менеджеров, главными условиями жизненного успеха которых будут не связи или семейный экономический капитал, но собственные знания, способность и желание учиться.

1. Аврамова Е.М. Поведение выпускников российских вузов 1993–2004 гг. на современном рынке труда // SPERO. Социальная политика: экспертизы рекомендации, обзоры, 2007. № 7. http://spero.socpol.ru/docs/N7_2007-113-124.pdf.
2. Аврамова Е.М., Верпаховская Ю.Б. Работодатели и выпускники вузов на рынке труда: взаимные ожидания // Социологические исследования. 2006. № 4. С. 37–46.
3. Волкова Н.В. Типология карьерных стратегий молодых экономистов // Социологические исследования. 2006. № 1. С. 142–147.

Литература



4. Где работают и сколько зарабатывают выпускники ГУ–ВШЭ 2007 года? Официальный сайт Управления по развитию карьеры и взаимодействию с выпускниками ГУ–ВШЭ <http://www.hseclub.com/career/papers/108>.
5. Гончарова Н.Л. «Игры» для мальчиков (гендерные аспекты реализации карьерных притязаний) // Социологические исследования. 2003. № 1. С. 83–91.
6. Джери Д., Джери Дж. Большой толковый социологический словарь. М.: ВЕЧЕ-АСТ, 2001.
7. Иванченко Г.В. На пороге профессиональной карьеры: социальные проблемы и личностные стратегии выбора // Мир России. 2005. № 2. С. 97–125.
8. Капелюшников Р. Заметка об отечественном человеческом капитале // Отечественные записки, 2007. № 3. <http://www.strana-oz.ru/?numid=37&article=1469>
9. Клячко Т.Л., Мау В.А. Тенденции развития высшего профессионального образования в Российской Федерации // Вопросы образования. 2007. № 3. С. 46–64.
10. Общая социология: учеб. пособие / под ред. А.Г. Эфендиева. М.: ИНФРА-М, 2007.
11. Парсонс Т. О социальных системах / под ред. В.Ф. Чесноковой, С.А. Белановского. М.: Академический проект, 2002.
12. Попова И.П. Профессионализм — путь к успеху? Социально-профессиональные характеристики богатых и бедных // Социологические исследования. 2004. № 3. С. 50–57.
13. Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата, 2007 г. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики http://www.gks.ru/scripts/db_inet/dbinet.cgi?pl=2224055. Дата: 1 июля 2009 г.
14. Старцев Б.Ю. Если вузы существуют — значит, это кому-нибудь нужно // Официальный портал ГУ–ВШЭ, 14 ноября 2008. <http://www.hse.ru/news/recent/4549735.html>
15. Эфендиев А.Г., Кратко И.Г., Латышова Л.С. Маркетинговая активность вуза на рынке образовательных услуг и рынке труда // Российский экономический журнал. 2004. № 8. С. 80–90.