

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КАРЬЕРА ВЫПУСКНИКОВ ФАКУЛЬТЕТА МЕНЕДЖМЕНТА

Автор: А. Г. ЭФЕНДИЕВ, Е. С. БАЛАБАНОВА

ЭФЕНДИЕВ Азер Гамидович - доктор философских наук, заведующий кафедрой управления человеческими ресурсами Государственного университета - Высшей школы экономики. БАЛАБАНОВА Евгения Сергеевна - доктор социологических наук, профессор той же кафедры (E-mail: balabanova@hse.ru).

Аннотация. На основе исследования 280 выпускников факультета менеджмента ГУ-ВШЭ 1999 - 2006 годов показаны особенности их трудоустройства, виды деятельности, в которые они включаются после обучения, карьерные стратегии, раскрываются факторы успешного профессионального продвижения молодых специалистов-менеджеров, выясняется роль образования для разных групп респондентов.

Ключевые слова: выпускники, менеджеры, бизнесмены, бизнес-среда, карьерные стратегии, образование

Отмечающийся в последние полтора десятилетия высокий спрос на образовательные услуги в сфере подготовки по специальностям экономико-менеджерального профиля формируется, исходя из имеющихся у населения общих представлений о том, какие специальности сегодня на российском рынке труда являются наиболее востребованными. Между тем, как неоднократно отмечалось экспертами в области образования и рынка труда, при поступлении в вуз большинство студентов не представляют, где будут работать. Вузы, в свою очередь, тоже мало озабочены судьбами своих выпускников, ориентированы на удовлетворение кратковременного рыночного спроса, "рынка родительских амбиций". В результате, по оценкам экспертов, 36% выпускников российских вузов работают не по специальности, а

30% и не планировали по ней работать; 60% недовольны своим трудоустройством [1].

Одно из условий обеспечения успехов вуза на рынке образовательных услуг - наличие информации о том, как складываются судьбы его выпускников. Этому было посвящено исследование профессиональной карьеры выпускников факультета менеджмента ГУ-ВШЭ. Наш анализ публикаций последних лет, посвященных изучению судеб выпускников, выявил следующие весьма распространенные ограничения их эмпирической базы. Во-первых, большинство из них основаны на опросах студентов, работодателей либо молодых сотрудников организаций без привязки к тем вузам, питомцами которых они являются. Лонгитюдные проекты, отслеживающие выпускников конкретных учебных заведений, ограничены малыми отрезками времени, небольшими выборками и "качественными" исследовательскими методами, не претендующими на репрезентативность. Во-вторых, большинство исследований нацелены преимущественно на изучение установок респондентов и в меньшей степени - на реальные результаты профессиональной карьеры [см., например, 2 - 5]. В исследовании, на результатах которого базируется настоящая статья, предпринята попытка преодолеть указанные ограничения.

Кроме практической значимости (выяснения степени востребованности выпускников на рынке труда, адекватности содержания и уровня обучения потребностям рынка труда), наше исследование выходит и на более широкое понимание факторов успеха молодых специалистов в российской бизнес-среде. Сквозь призму профессиональных судеб выпускников престижного факультета нельзя не увидеть явления более общего порядка. С чем связан успех в бизнесе - с опытом практической деятельности выпускника, ранним (или поздним) началом работы в студенческие годы, успехами в учебе, высокой квалификацией, "блатом" или социальным происхождением? Насколько жизненный, в том числе материальный, успех связан со специальностью выпускников бизнес-факультета, отличаются ли траектории их карьеры в зависимости от профиля деятельности? Каковы критерии вознаграждений в бизнес-среде - являются ли они, по терминологии Т. Парсонса [6], *достиженческими* или *аскриптивными*? В статье мы стремились на примере престижных видов деятельности увидеть за карьерными продвижениями выпускников факультета, специализирующихся на подготовке управленцев, социальную организацию российского бизнеса и более широко - российского общества.

Наше исследование основано на стандартизованном анкетном опросе выпускников факультета менеджмента ГУ-ВШЭ, проведенного в марте-июне 2007 г. (путем электронной рассылки анкет).

Опрошено 280 из 986 имеющихся в базе данных выпускников 1999 - 2006 гг., которые прошли полный курс обучения на факультете; обеспечена представительная, почти 30%-ная, выборка¹. Мужчины составили 43% выборки, женщины - 57%. Медианный возраст - 26 лет. По годам выпуска респонденты распределились: 1999 - 2001 гг. - 14%; 2002 - 2003 гг. - 21%; 2004 г. - 18%; 2005 г. - 16%; 2006 г. - 31%. 83% респондентов живут в Москве, 10% - в Московской области, 6% - в других регионах России и СНГ (Санкт-Петербург, Центральная Россия, Поволжье, Северный Кавказ, Урал, Сибирь, Украина, Казахстан). 48% выборки составили выпускники, обучавшиеся по профилю "общий и стратегический менеджмент" (самая старая специальность на факультете), 18% - по направлению "маркетинг", 17% - "управление человеческими ресурсами", 10% - "логистика", 6% - "информационные технологии управления".

Особенность выпускников - практически все они работают в частном секторе экономики. В период опроса больше всего - 15% - работали в банковском секторе,

¹ Авторы выражают благодарность доценту факультета менеджмента ГУ-ВШЭ Е. Б. Галицкому за активное участие в подготовке инструментария и обработке результатов исследования, а также выпускникам магистратуры И. Алексухиной, М. Зайцевой, О. Бритвиной, составившим списки электронных адресов респондентов, и Т. П. Захаровой, осуществлявшей рассылку анкет, отслеживание возврата и переговоры с выпускниками.

страховании и недвижимости; 14% - в консалтинге. Далее следуют отрасли "IT, телекоммуникации, мобильная связь", "торговля" - по 10%; реклама, PR - 11%. Более половины респондентов заняты в отечественных компаниях, 29% - в компаниях с иностранным собственником, 9% - в компаниях совместной собственности. Самая большая часть их - 44% - работала в крупных компаниях с численностью работающих свыше 500 человек; 19% - в компаниях среднего размера (101 - 500 чел.); 28% - в мелких компаниях с численностью 100 и менее человек. Достаточно высока трудовая мобильность выпускников: 2/3 респондентов успели проработать более чем в одной компании после окончания вуза. Достаточно высок показатель удовлетворенности опрошенных своим трудоустройством: 90% отметили, что довольны местом работы.

Обратимся к результатам исследования. Нас интересовал, прежде всего, вопрос о том, как респонденты искали работу и трудоустроивались.

Способы трудоустройства выпускников. Способы устройства на работу, использованные выпускниками, были разделены нами на следующие группы. *Формализованные* - поиск работы через СМИ, объявления, Интернет, а также вариант "меня сами нашли" через службу персонала. *Неформальные служебно-учебные* - устроились на нынешнее место работы с помощью товарищей по вузу или коллег по прежней работе. Используя каналы репутационного трудоустройства больше всего среди наиболее мобильных на рынке труда выпускников (работающих на последнем месте менее года); выпускников без московских корней. Наиболее эффективными неформальные служебно-учебные каналы оказываются при трудоустройстве в мелкие компании, а в отраслевом разрезе - в рекламе, PR-деятельности. *Неформальные родственно-приятельские*, то есть использовали при трудоустройстве на нынешнюю работу далекие от профессии связи, родственников, знакомых, товарищей по школе. *Полуформализованные* - узнали о вакансиях от преподавателей, по объявлению в вузе, на Днях карьеры. Большую роль факультета в трудоустройстве чаще всего отмечают выпускники, устроившиеся работать в крупные компании и "укоренившиеся" там (те, кто работает на данном месте 3 года и более).

Обратим внимание на очень важное в контексте поставленной задачи обстоятельство - через призму данных о профессиональной карьере выпускников бизнес-факультета престижного вуза осмыслить особенности социальной организации российского бизнеса. Среди выпускников, работающих в мелких (до 50 человек) фирмах, безусловно ведущее значение играли неформальные связи (служебно-учебные и родственно-приятельские - соответственно 30 и 18%), роль формализованных гораздо ниже, чем в крупных компаниях (21 против 57%). И это понятно, учитывая во многом семейную природу малого бизнеса. Не случайно, что работа в малом бизнесе оказалась связанной с такими чертами, как психологический комфорт, работа с приятелями, знакомыми и т.д. Важен и такой факт. Среди тех, кто устроился в иностранную фирму, 57% отметили, что использовали формализованные (наиболее непредвзятые, объективные) методы. Среди устроившихся на предприятия отечественных форм собственности - 41%, то есть в 1,4 раза меньше. Не вскрывает ли характер используемых каналов трудоустройства выпускников одну из важных особенностей социальной организации российского бизнеса, его социально-исторического (соотношения эмоционально-персонифицированного и формально-деиндивидуализированного) и культурного своеобразия?

Анализ процессов трудоустройства оттеняет и другие проблемы. К формализованным методам чаще обращаются бывшие "хорошисты" и "отличники" (48%), чем "троечники" (42%). Приведенные факты побуждают к умозаключению: не сохраняет ли социальная организация бизнеса российского происхождения в своих первоосновах кланово-традиционалистские элементы, что ведет к доминированию эмоционально-персонифицированных отношений при подборе кадров, трудоустройстве выпускников? В то же время все отчетливее проявляется тенденция, в основе которой достиженчески-модернистские элементы, носителями которых выступают в данном случае иностранные фирмы.

При этом соотношение двух противоположных практик подбора кадров выпускников в разных исследованиях может быть различным. Сложности с обеспечением репрезентативности выборки исследования, вынужденное ограничение количества опрошенных, тем более числа регионов, типов предприятий ведет в одних случаях к завышению показателей кланово-традиционалистских практик приема на работу (например, [2], [7]); в других - к относительному снижению этого показателя и росту достиженчески-модерных практик (что произошло в нашем исследовании), учитывая особенности московского рынка труда, того его сегмента, на который ориентирован выпускник факультета менеджмента ГУ-ВШЭ. Главное в другом: исследование показывает сосуществование (и скрытую борьбу?) в современном российском бизнесе *двух типов социальных практик*, представляющих собой разные ступени социально-исторического развития (см. также [8]).

Из всего массива опрошенных четко выделяется небольшая группа выпускников, ориентированных на собственный бизнес. Вариант ответа *"не искал работу, открыл собственный бизнес"* означает, по сути, особый канал трудоустройства. Он тесно связан с *"желанием открыть свой бизнес"* как мотивации деловой активности и отрицательно - с мотивом *"возможность сделать карьеру, повысить должность"*.

Факторный анализ ответов респондентов на приведенные выше вопросы показал наличие дихотомии карьерных стратегий выпускников - *ориентация на собственный бизнес vs. ориентация на карьеру менеджера в крупной компании*. Противоположность группе "бизнесменов" - это выпускники, ориентированные на карьеру менеджера как специалиста-управленца. Их больше, чем в среднем по выборке, среди тех, кто учился на "хорошо" и "отлично". По своему социальному происхождению это - дети руководителей среднего звена. Наиболее последовательные приверженцы карьеры специалиста-управленца работают в крупных, т.е. численностью более 500 человек, компаниях с иностранным или совместным капиталом, где высокий "потолок" карьеры наиболее привлекателен для таких респондентов.

Обращает на себя внимание очень красноречивый факт: с карьерной стратегией бизнесмена тесно связана переменная, отражающая значимость родственных связей и знакомств. Кстати, в этой же группе выше, чем в среднем по выборке, доля бывших "троечников". Но гораздо более значим тот факт, что создали собственный бизнес 25% выпускников, чьи отцы на момент получения детьми диплома были представителями бизнес- и государственной элиты. Среди выходцев из семей, где отцы рядовые работники или офицеры, таких нет, специалисты - 2 - 4%, руководители среднего звена - 6%. Из всех выпускников "бизнесменов" 61% - это дети бизнес- и государственной элиты, причём из них 42% тех, чей отец - владелец крупного негосударственного предприятия, организации.

Эти данные, на наш взгляд, могут пролить свет на природу значительного числа малых предприятий в России. Известный факт: роль малого и среднего бизнеса у нас в разы меньше, чем в других цивилизованных странах. Среди причин этого называют и чиновничье-бюрократические, и кредитно-инвестиционные барьеры, и коррупцию и т.д. Думается, необходимо обратить внимание и на следующее. Созданная модель развития малого и среднего бизнеса такова, что успешно может функционировать под покровительством семейного прикрытия. Только такой "бизнес для моего сына", для его взросления как бизнесмена (типа "потешного полка") может прорваться через те препятствия, трудности, с которыми сталкивается предприниматель, желающий создать свое дело, но не имеющий кланово-аскриптивных связей, поддержки, не имеющий средств для "откатов", "кормлений".

Иными словами, мы получаем новую грань, ракурс социальной организации бизнеса, в данном случае, на примере "малого бизнеса" наших выпускников. Имеют больше шансов создать и развивать свой собственный (малый) бизнес, как показало исследование, прежде всего те выпускники, *которые имеют необходимое кланово-родственное прикрытия*. Малый бизнес, тем самым, в условиях его нынешней социальной организации из фактора развития достиженческой мотивации, предпринима-

тельской ориентированности, демократического равенства шансов, транспарентности становится, по крайней мере в нашем случае, средством *воспроизводства кланово-аскриптивных преимуществ*, как возможность, которая предоставляется лишь избранным. По сути, речь может идти о "кланово-олигархическом" перерождении малого бизнеса, из фактора демократизации он может превратиться в фактор олигархизации российского бизнеса, снижения уровня развития конкуренции, повышения уровня его коррупции, бюрократизации.

Результаты первых лет профессиональной карьеры и факторы успеха. 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 количественные накопления профессионального уровня, квалификации, опыта, знаний. Они могут быть явными и латентными. *Явные* означают: 1) подтвержденное соответствующими формальными сертификатами получение работником дополнительного образования, повышение квалификации; 2) выполнение новых функций, усложнение выполняемых рабочих задач в рамках занимаемой должности, а также переход на аналогичную должность в другую компанию. *Латентные* горизонтальные продвижения предполагают, что работник занимается самообразованием, приобретает новые знания, умения, навыки. Горизонтальные продвижения не обязательно сопровождаются изменением должности, но могут рассматриваться в дальнейшем как подготовка к должностному росту. Количественно насыщенные горизонтальные продвижения работника могут обеспечить потенциальный 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).

Должностной рост. "Успешными" в данном плане мы считаем тех выпускников, которые успели занять *руководящие позиции*, "неуспешными" - тех, кто (пока) остаются рядовыми специалистами. *Как и благодаря чему делается карьера в российском бизнесе, если об этом судить по нашим результатам?*

Раннее начало трудовой деятельности. Профессиональная карьера большинства респондентов началась еще в студенческие годы: к моменту завершения своего обучения на постоянной основе работали 85% наших выпускников. Наибольшее количество добравшихся до позиции руководителя высшего уровня *среди работавших*, начиная с первого курса бакалавриата (36%). Чем позже начинает работать студент, тем больше у него шансов остаться на позиции рядового специалиста. И это является отражением утвердившегося в российском бизнесе приоритета "опыта" над "квалификацией", "знаниями", "уровнем подготовки".

Качество обучения. Раннее начало трудовой деятельности, облегчающее адаптацию выпускников вузов на рынке труда и способствующее их раннему карьерному росту, *отрицательно сказывается на качестве образования*, что уже отмечалось исследователями [9]. Действительно, наблюдается парадоксальная обратно-пропорциональная связь между карьерным успехом и качеством обучения (наличие красного диплома). На данный момент до высших руководящих постов добрались всего 11% обладателей красных дипломов, среди обладателей обычных дипломов - 21%. Значительно большей оказалась доля высших руководителей среди тех, кто активно пользовался шпаргалками (29%), чем среди тех, кто ими не пользовался (17%).

Стаж работы в данной организации. Должностному росту способствует "оседлость" - среди работающих на данном месте работы более 3 лет высших руководителей 28%, против 14% среди тех, кто работает менее года.

Размер организации, в которой работают выпускники. Должностной рост в мелких организациях происходит значительно быстрее, чем в крупных: топ-менеджером мелкой фирмы можно стать, перепрыгнув через ряд должностей, которые обязательны

для крупной организации. Из общего количества выпускников, работающих в мелких (до 50 человек) компаниях, 47% успели добраться до руководителей высшего уровня, в то время как 60% работающих в крупных (более 500 человек) организациях пока остаются на рядовых позициях.

Пол респондента. Существенную роль для профессионального (не) успеха имеет пол респондента ($\chi^2 = 0,01$). По всей выборке выпускников на рядовых должностях остаются 37% мужчин и 54% женщин. С возрастом эти различия не сглаживаются, а, наоборот, возрастают: среди самых старших выпускников женщины составляют уже 2/3 рядовых специалистов.

Московские "корни". Среди коренных москвичей заняли руководящие должности 23%, среди выходцев из других регионов - 10%.

Социальное происхождение. Из числа выпускников, которые в настоящее время являются руководителями, 59% являются выходцами из семей, где отец - руководитель государственного учреждения, владелец крупного частного предприятия или средний предприниматель. А вот среди выходцев из семей, где отец - рядовой работник, 71% сами являются рядовыми.

Ценностно-мотивационные особенности профессиональной деятельности. Выпускники, которые в настоящее время занимают руководящие позиции, в отличие от своих менее успешных коллег придают гораздо большее значение таким факторам жизненного успеха, как "*предприимчивость*", "*связи и знакомства, поддержка влиятельных лиц*". Меньшее значение имеют "*трудолюбие*", "*везение, удачное стечение обстоятельств*". Водораздел проходит именно по качествам, необходимым для предпринимательской деятельности. Мотивация последнего трудоустройства также свидетельствует о тесной связи руководящей должности молодых людей с ориентацией на "предпринимательский" тип карьеры.

Как видно, за 8-летний период после окончания вуза главным определяющим фактором быстрого должностного роста является собственный бизнес и соответствующие ему социальное происхождение из высокоресурсных страт, "предпринимательская" мотивация и раннее начало трудовой деятельности, связанное со "спокойным" отношением к учебе. В свою очередь, значительная часть рядовых специалистов - это самые молодые выпускники, делающие карьеру в крупных компаниях, где успех быстро не приходит. Разумеется, следует учитывать, что 8 лет - слишком малый период для изучения должностного роста выпускников; с уверенностью можно будет говорить о факторах такого роста только с приближением их к 50-летнему возрасту, на который обычно приходится пик профессиональной карьеры.

Уровень доходов. Сведения о доходах выпускников факультета позволяют элиминировать различия в должностном росте, привязанные к двум противоположным карьерным стратегиям - на карьеру в крупной компании либо собственный бизнес. С уровнем зарплаток выпускников оказались связанными следующие факторы:

Раннее начало трудовой деятельности. Те, кто начал работать раньше, больше преуспел в уровне зарплаты ($\chi^2 = 0,01$). Доля высокооплачиваемых выше в группах респондентов, которые начали работать на постоянной основе с 1 - 2 курса бакалавриата, чем среди тех, чей трудовой стаж начался на старших курсах либо после окончания вуза.

Год выпуска. Наблюдается очень сильная связь показателя дохода и поствузовского трудового стажа респондента ($\chi^2 = 0,001$). У выпускников 2006 г. медианный уровень зарплаток составил 56 тыс. руб., выпускников 1999 - 2001 гг. - 117 тыс.

Качество обучения. Если наличие красного или обычного диплома и преобладающие оценки во время обучения в вузе не являются факторами, существенно дифференцирующими зарплатки выпускников, то процент использовавших "шпоры" отличается разительно: среди выпускников с низкими зарплатами регулярно использовали их 19%, среди имеющих высокие зарплатки - 34%.

Динамика поведения на рынке труда. Поведение высокодоходных выпускников более динамично, нежели низкодоходных. Так, только 21% высокодоходных всю

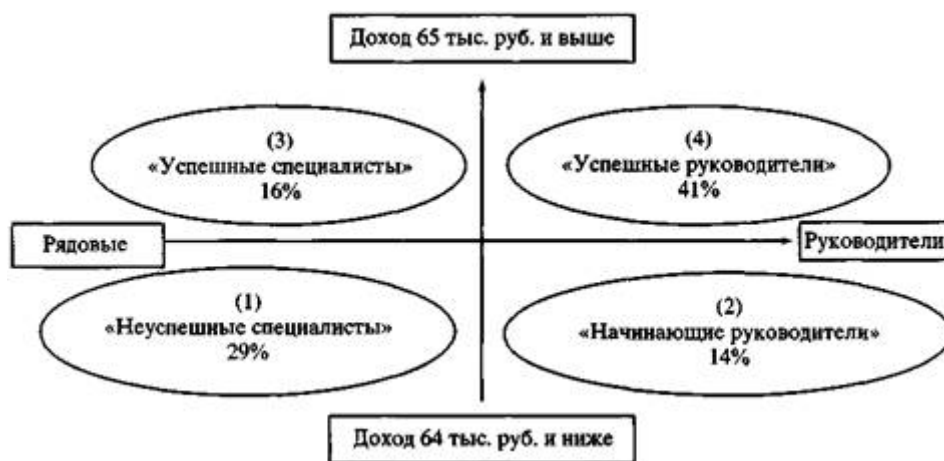


Рис. Типы выпускников по совокупности социально-статусных и материальных факторов карьерного успеха

трудоустройство провели в одной компании (среди низкодоходных - 35%), а 34% успели поработать в трех и более компаниях (среди низкодоходных - 24%).

Работа в иностранной компании. При том, что средний уровень заработков выпускников, работающих в отечественных и иностранных компаниях, одинаков, значимые различия наблюдаются при анализе трех доходных групп. В иностранных компаниях выше степень дифференциации заработков. Среди выпускников, работающих в иностранных компаниях, выше как доля с низкими (21 % против 13% в отечественных), так и с высокими заработками (33 против 26%). Учитывая, что наибольшее влияние на заработок оказывает стаж работы, можно сказать, что иностранные компании не торопятся баловать высокими зарплатами "новичков", но впоследствии, получив признание, работник вознаграждается очень достойно.

Должностная позиция. Среди высокооплачиваемых выпускников факультета 42% составляют руководители среднего и нижнего уровней, 37% - руководители высшего уровня, 21% - рядовые специалисты. Среди низкооплачиваемых абсолютно преобладают рядовые (68%), далее идут руководители нижнего и среднего звена (26%), совсем незначительную их часть составляют высшие руководители (6%). Как видим, если высшая руководящая позиция почти наверняка позволяет говорить о "карьерном успехе", то отсутствие подчиненных само по себе - еще не маркер "неудачи". Поскольку наши выпускники работают в интеллектуально насыщенных отраслях, многие "рядовые" респонденты - это хорошо оплачиваемые специалисты.

Пол респондента. Как и следовало ожидать, очень сильное влияние на уровень заработка оказывает фактор пола ($\chi^2 = 0,03$). Медианный заработок мужчин оказался в 1,75 раза выше, чем женский - 91 и 52 тыс. руб. соответственно. Доля женщин в группе с низкими заработками в 2,4 раза выше, чем мужчин (22% и 9% соответственно). Тот же разрыв в группе с высокими заработками, но уже в пользу мужчин - 19 и 44%.

Наличие детей. У женщин наличие / отсутствие детей не сказывается на размере их средних и медианных заработков (58 тыс. руб.), в то время как у мужчин различия очень существенные: средний заработок не успевших обзавестись детьми составляет 91 тыс. руб., а у молодых менеджеров-отцов он поднимается до 156 тыс. Поскольку наличие семьи и детей тесно связано с возрастом, хорошо видно, что отмеченная ранее линейная зависимость роста должностного статуса и личных заработков, с одной стороны, и трудового стажа респондентов, с другой, - это типично "мужская" тенденция. Рост трудового стажа у женщин не приносит им столь же ощутимых дивидендов.

дов. Получается, что наличие детей у мужчин является стимулирующим фактором их оплачиваемой занятости, у женщин - сдерживающим.

Ценностно-мотивационные особенности профессиональной деятельности. При ответе на вопрос о том, что наиболее важно для жизненного успеха, наиболее сильные различия между выпускниками с высокими и низкими доходами наблюдаются по следующим позициям. Высокодоходные больше ценят "качественное образование", "природную одаренность, способности", "предприимчивость", "везение, удачное стечение обстоятельств". При выборе места работы они чаще ориентируются на критерии "хорошая заработная плата" ($\chi^2 = 0,001$), "возможность сделать карьеру, повысить должность". А у низкодоходных чаще встречаются ценностные ориентации, характерные для "слабых" категорий работников на рынке труда - "удобный график работы", "близость к дому" ($\chi^2 = 0,016$), "нужно было устроиться на какую-нибудь работу".

Среди высокооплачиваемых выпускников существенно меньше доля устроившихся на последнее место работы по формальным каналам и выше значение неформальных репутационно-служебных связей. Если в среднем по выборке нашли себе работу через Интернет 35% выпускников, то среди высокооплачиваемых - всего 10% ($\chi^2 = 0,019$). Трудоустроились с помощью товарищей по вузу 24% из той же категории (по выборке - 10%). Не искали работу, а открыли собственный бизнес 24% высокооплачиваемых (по выборке - 7%, $\chi^2 = 0,027$). То есть, при общем преобладании формализованных способов трудоустройства на "хорошие" рабочие места выпускники значительно чаще устраиваются по неформальным каналам, в том числе неформально-родственным.

Типология выпускников по совокупности социально-статусных и материальных факторов карьерного успеха. Для получения более наглядного социального портрета "успешных", и "неуспешных" выпускников мы разделили их на 4 группы (см. рис.). Как видим, основная часть респондентов расположилась по оси "высокий заработок + руководящая должность vs. низкий заработок + рядовая должность". В совокупности они составили 70% ответивших на вопросы о заработках и позиции в компании. Менее распространенные сочетания - "высокий заработок + рядовая позиция" и "низкий заработок + руководящая должность" - составляют соответственно 16 и 14% выборки, что также дает основание рассматривать их не как "выбросы", но наличие тенденции. Ниже дается краткая характеристика групп.

1. "Неуспешные специалисты". Группа рядовых специалистов с относительно низкими заработками - наиболее феминизированная. Здесь самая высокая доля выходцев из семей, где отцы были рядовыми работниками. В этой группе самая высокая доля не удовлетворенных заработками и карьерой, причем карьерные затруднения 23% представителей этой группы "сваливают" на "семью, детей", и это при том, что группа не является лидером по доле имеющих детей (см табл.). Отличительными чертами группы является самая высокая доля обладателей "красных дипломов" (25%), тех, кто вообще не пользовался на экзаменах "шпорами" (40%). Похоже, что представители группы воплощают стратегию построения карьеры, характерной для представителей низкоресурсных групп населения (часто такую стратегию называют "женской" [5, с. 85]): не имея аскриптивно-клановых связей, преимуществ, для достижения результата они должны прикладывать больше усилий. Это и выражается в высоких формально-квалификационных показателях этой группы, которые не всегда удается конвертировать в материально-статусные.

2. "Начинающие руководители". Эта группа выпускников на 80% состоит из руководителей нижнего и среднего звена, ее представители имеют в среднем 6 человек в подчинении. Большая часть их (40%) работает на предприятиях среднего размера (от 51 до 500 занятых). При том, что средний возраст этой группы немногим ниже, чем в целом по выборке, здесь больше доля 23 - 25-летних, т.е. это выпускники последних лет, быстро занявшие руководящие позиции, которые пока не приносят им ощутимых зарплатных дивидендов. 50% их (самая высокая доля из выборки) нашли работу че-

Характеристики четырех групп по совокупности социально-статусных и материальных факторов карьерного успеха

Характеристики	"Неуспешные специалисты"	"Начинающие руководители"	"Успешные специалисты"	"Успешные руководители"
Медианный доход, руб.	47 000	47 000	91 000	117 000
Доля мужчин, %	25	40	46	59
Средний возраст, лет	25	25	26	27
Имеют детей, %	19	13	23	25

рез формализованные каналы. По отраслям занятости в этой группе представлены: реклама и PR; склады, перевозки и транспорт; наука и образование; СМИ; медицина, красота, здоровье, спорт; предприятия ТЭК. В отличие от первой группы, объясняющей свой карьерный неуспех семейными обстоятельствами, представители данной более склонны ссылаться на *"отсутствие связей"* (29%). Еще одно отличие от предыдущей группы, где самая большая доля выходцев из семей рядовых, - здесь преобладают те, чьи отцы - руководители среднего звена, средние и мелкие предприниматели.

3. "Успешные специалисты". Это самые динамичные на рынке труда выпускники: 40% из них успели проработать в трех и более компаниях, 49% работают на данном месте менее года. Абсолютное большинство из них прошли через "сито" таких жестких с точки зрения требований к работникам сфер, как консалтинг и торговля. В списке нынешних мест работы этой группы - такие известные бренды, как РАО ЕЭС, УК Группа ГАЗ, Вимм-Билль-Данн, BMW-Group, Beeline, Danon, PriceWaterhouseCoopers, Renault, МТС, НефтегазХолдинг; несколько банков и консалтинговых групп. Это преимущественно дети руководителей нижнего уровня, специалистов и офицеров. Любопытно, что в группе нет обладателей красных дипломов, и вариант ответа, что для успеха в жизни необходимо *"качественное образование"*, набрал здесь наименьшее количество положительных ответов. В то же время здесь самая высокая доля (46%) тех, кто нашел работу благодаря *семейно-дружеским связям*. Именно среди успешных специалистов, а не руководителей, наиболее высоки уровни удовлетворенности своим нынешним местом работы, карьерой, заработками и материальным положением (даже несмотря на то, что абсолютный уровень доходов ниже, чем в группе 4). А вот неудачи в своей карьере, в отличие от двух предыдущих групп, "успешные специалисты" более всего склонны объяснять *"собственными ошибками и промахами"* (44%).

4. "Успешные руководители". В среднем каждый представитель этой группы имеет 15 человек в подчинении, каждый пятый является топ-менеджером. 40% своим трудоустройством обязаны *знакомым или родственникам*, 33% вообще не искали работу, открыв свой бизнес. Самые успешные - это и самые старшие респонденты. *Половина представителей группы - дети высших государственных руководителей и крупных предпринимателей.* Это неоднородная группа, вобравшая в себя как представителей "предпринимательского" типа карьеры, так и успешных менеджеров, успевших за менее чем 8-летний срок достичь достаточно высоких позиций в средних и крупных компаниях². При том, что представители группы во время обучения в вузе больше всех работали на постоянной основе, были самыми активными "шпороносителями", реже всех остальных используют формализованные каналы трудоустройства и чаще остальных отмечают *"предприимчивость"* как необходимое условие успеха в жизни (57%) и *"качественное образование"* (73%). К тому же здесь самая высокая -40% - доля тех, кто учился после окончания ГУ-ВШЭ. Все имеющиеся в выборке 5 кандидатов наук и 3 обладателя степени МВА также оказались в этой группе.

² Это совпадает, например, с характеристикой группы "богатых", выделенной И. П. Поповой по репрезентативной территориально-поселенческой выборке: при общих высоких достигательных установках в профессиональной сфере в ней присутствуют два явно очерченных типа - "профессионалы" и "предприниматели". См.: [10, с. 56].

Анализ четырех групп по степени успешности их профессиональной карьеры показал, что самая распространенная траектория карьеры респондентов - от позиции "низкооплачиваемый рядовой специалист" к позиции "высокооплачиваемый руководитель". Важнейшие параметры, обуславливающие переход из левого нижнего квадранта схемы (см. рис.) в правый верхний - это стаж работы, накопленная деловая репутация, позволяющая обрести "полезными связями", а также (!) *продолжение образования*. Самая высокая вероятность застрять в "неуспешном" карьерном сегменте у женщин, что обусловлено противоречием между интересами карьеры и семьи. Последнее оказывается более сильным фактором, перебивающим отличные оценки в дипломах представительниц этой группы.

Социальный портрет представителей четырех групп свидетельствует о том, что в краткосрочном периоде диплом престижного вуза в современном российском обществе работает не столько на *повышение*, сколько на *воспроизводство* социального статуса семей выпускников. Латентная функция высшего образования как одного из основных звеньев в социальном механизме воспроизводства, в первую очередь, среднего и высшего классов, подчеркивалась еще в работах П. Бурдьё [11] и подтверждается нашими исследованиями [см. 12].

На наш взгляд, профессиональная карьера выпускников-менеджеров проецирует сложившиеся на данный момент *сегменты российской бизнес-среды* и в целом - российского общества. С одной стороны, это *универсалистски-достижительский* сегмент, представленный крупными иностранными компаниями, делающими ставку на формальные каналы подбора персонала и профессионализм. С другой - *партикуляристски-аскриптивный*, воспроизводящийся в малом бизнесе и высокозарплатных отраслях, прежде всего, финансово-страховой и нефтегазовой. *Этим двум сегментам соответствуют и карьерные стратегии респондентов*. На универсалистски-достижительские критерии более всего ориентированы выпускники, избравшие карьеру специалиста/менеджера крупной компании. Этот тип карьеры является более привлекательным для выходцев из средне- и низкоресурсных групп населения. Партикуляристски-аскриптивные более всего характерны для карьеры бизнесмена либо независимого специалиста и связаны с высокой значимостью "связей" и "предпринимательских способностей" как ключевых условий жизненного успеха. "Предпринимательский" тип карьеры жестко ограничен наличием семейного капитала для ведения собственного бизнеса и доступен только выходцам из высокоресурсных слоев общества.

Заключение. В результате проведенного нами исследования можно сделать следующие *выводы*.

Ориентация на разные типы карьеры обуславливает *разную роль образования* для групп респондентов. *Универсалистски-достижительская карьера* наемного менеджера крупной компании тесно связана с потребностью в качественном образовании, так что для ориентированных на нее выходцев из средних слоев населения образование становится инструментом восходящей социальной мобильности, "социальным лифтом". Противоположная ей *партикуляристски-аскриптивная карьера* бизнесмена либо независимого специалиста ориентирована на использование семейных, дружеских, профессионально-репутационных связей. Поэтому для ориентированных на этот тип карьеры престижное образование - это, скорее, элемент "престижного потребления", а также инструмент расширения своего "социального капитала" за счет завязывания полезных знакомств в стенах университета.

Исследование подводит нас к ряду проблем, находящихся на *стыке интересов бизнеса и высшей школы*. В бизнесе достигают многого - как успехов в зарплате, так и должностного продвижения - не столько те, кто успешно учился, сколько те, кто во время (или вместо) учебы набирал опыт практической деятельности. *Что это - болезнь общества, в котором не находят (пока что) справедливой оценки образование, квалификация? Или это болезнь роста российского бизнеса, который еще недостаточно интеллектуализирован*, в котором успех достигается в первую очередь не за

счет креативности, изобретательности; а за счет напора, изворотливости, агрессии, связей, практической смекалки и опыта? Видимо, для разных групп соотношение уровня образования (в том числе качества обучения) и профессионального успеха различно. Вполне возможна высокая корреляция между успехами в учебе и на работе у выпускника, посвятившего себя деятельности на академическом поприще. Для бизнеса эта связь может носить менее однозначный характер.

Студент, желающий посвятить себя бизнесу, изучая требования, которые предъявляет к нему внешняя среда, формирует свои представления о том, насколько ему в будущем понадобится высокая успеваемость в овладении науками, а насколько (помимо личных свойств, энергии, упорства) - клановые связи и практический опыт работы. В бизнес-школах одних стран получение степени MBA требует полной отдачи учебе, подготовке научного исследования, в других - учеба является, скорее, полезным времяпрепровождением после работы. Иначе говоря, в различных обществах (в зависимости от социальной организации деловой сферы и того, в какой мере в ней ценятся знание, интеллект, а в какой - связи, умение устраивать свои дела) отношение к академическим успехам у студентов бизнес-факультетов будет разным. Не является ли тот факт, что, как показало исследование, среди наших выпускников за этот (небольшой) отрезок времени профессионального успеха достигли не те, кто лучше учился, а те, кто раньше начал работать, имеет немалые связи, своеобразным отражением социальной организации российского бизнеса?

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *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>
2. *Абрамова Е. М., Вернаховская Ю. Б.* Работодатели и выпускники вузов на рынке труда: взаимные ожидания // Социол. исслед. 2006. N 4.
3. *Волкова Н. В.* Типология карьерных стратегий молодых экономистов // Социол. исслед. 2006. N 1.
4. *Иванченко Г. В.* На пороге профессиональной карьеры: социальные проблемы и личностные стратегии выбора // Мир России. 2005. N 2.
5. *Гончарова Н. Л.* "Игры" для мальчиков (гендерные аспекты реализации карьерных притязаний) // Социол. исслед. 2003. N 1.
6. *Парсонс Т.* О социальных системах / Под ред. *В. Ф. Чесноковой и С. А. Белановского.* М.: Академический Проект. 2002. С. 36.
7. *Барсукова С. Ю.* Формальное и неформальное трудоустройство: парадоксальное сходство на фоне очевидного различия // Социол. исслед. 2003. N 7.
8. *Шкаратан О. И.* Социально-экономическое неравенство и его воспроизводство в современной России. М.: ОЛМА МЕДИА ГРУПП. 2009.
9. *Капелюшников Р.* Заметка об отечественном человеческом капитале // Отечественные записки. 2007. N 3.
10. *Попова И. П.* Профессионализм - путь к успеху? Социально-профессиональные характеристики богатых и бедных // Социол. исслед. 2004. N 3.
11. *Бурдые П.* Социология политики / Общ. ред. и предисл. *Н. А. Шматко.* М.: Socio-Logos, 1993. С. 74 - 75.
12. *Эфендиев А. Г., Дудина О. М.* Московское студенчество в период реформирования российского общества // Социол. исслед. 1997, N 9. С. 43 - 51; *Эфендиев А. Г., Кондрашова М. В.* Московское студенчество 1995 - 2000 гг.: социальная ситуация, тенденции и перспективы // Мир России. 2004. N 1. С. 155 - 159; *Общая социология: Учебное пособие / Под общ. ред. А. Г. Эфендиева.* М.: ИНФРА-М, 2004. С. 238 - 240.