

СТАНОВЛЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ МЕНЕДЖЕРОВ В РЕГИОНАЛЬНЫХ УСЛОВИЯХ

БЮРАЕВА Юлия Григорьевна – кандидат социологических наук, ведущий научный сотрудник отдела региональных экономических исследований Бурятского научного центра СО РАН (E-mail:julbur@yandex.ru).

Аннотация. В статье рассматривается процесс формирования профессиональной идентичности современных менеджеров. Выводы базируются на социологических исследованиях, посвященных изучению тенденций становления и развития социального слоя менеджеров в Республике Бурятия.

Ключевые слова: менеджеры • профессиональная идентичность • профессионализация • бизнес-образование • деловая карьера

Перспективы развития России во многом зависят от успешного формирования социально-профессиональной группы менеджеров, способных обеспечить эффективное использование национальных ресурсов. В данной статье менеджеры, в соответствии с классическим пониманием менеджмента как управленческой практики по обеспечению целенаправленного, эффективного и рационализированного труда на основе определенных методов и приемов, рассматриваются как социальная группа, осуществляющая управленческие функции на практике и имеющая свою структуру. Согласно западным концепциям, менеджеры – наиболее привилегированная группа работников управленческого труда, обладающая высоким уровнем человеческого капитала и инновационно ориентированным поведением. Однако в российской ситуации в результате недостаточного развития формальных институтов собственности и управления менеджеры характеризуются большой степенью гетерогенности, неоднородности социального положения. Значительный исследовательский интерес привлекают основания профессиональной идентичности современных менеджеров, критерии, которые позволяют объединять их в социально-профессиональную группу. Мы фокусируем исследовательское внимание на менеджерах высшего звена, поскольку они обладают чертами, присущими группе (слою) в целом, но в более концентрированном виде, степень их влияния на происходящие социально-экономические процессы несоизмеримо значительнее, более того, они во многом их инициируют.

Сегодня менеджеры остаются одной из малоизученных социальных групп современного общества. Т.И. Заславская, которая одной из первых занялась изучением процесса образования новых групп в социальной структуре российского общества, рассматривает их как неотъемлемую часть так называемого бизнес-слоя [1]. Произведенная ею классификация слоя менеджеров приобрела широкое применение. С началом рыночных реформ за менеджерами признается реальная и потенциальная сила, движущая модернизационными процессами российского общества. Этой проблематике посвящен ряд исследований по трансформации социальной структуры и стратификационным процессам, в которых менеджеры определяются как одна из главных составляющих нового среднего класса [2].

Анализу менеджеров как социально-профессиональной группы, ее эволюции, базовых критериев и отличительных характеристик посвящены исследования Ассоциа-

ции менеджеров (см.: www.amr.ru). При содействии Института социологии РАН был осуществлен широкомасштабный проект на основе двух социологических исследований 2001 и 2003 гг. с выборкой по 1000 человек в 6 федеральных округах России. Главным результатом явилось составление социального профиля российского менеджера в динамике [3]. Однако в этих исследованиях акцент смещен на крупные предприятия, недостаточно представлена региональная специфика.

Процесс профессионализации менеджеров во многом связывают с появлением специального (управленческого) образования. Здесь неоспоримо значение исследований Р.Н. Абрамова [4], который одним из первых актуализирует эту проблему, ставя вопрос о принципиальной возможности существования профессиональных менеджеров в российском обществе.

В советский период менеджеры не выделялись в отдельную группу. Существовала четкая отраслевая структура, в рамках которой директором становился специалист того профиля, в котором функционировало предприятие. Он поднимался по карьерной лестнице, начиная с рядовых позиций. Сейчас наблюдается тенденция, когда ценным для компании становится менеджер, обладающий общими навыками и опытом управления предприятием и его отдельными структурами, а не глубоко специфическими знаниями отраслевых характеристик. Такой менеджер сможет управлять любым предприятием вне зависимости от отраслевой принадлежности. Данная тенденция складывается в рамках “новой” (американской) модели бизнес-образования, называемой “профессиональный менеджер”, в то время как для других развитых западных стран характерна аналогичная российской ситуация. Так, в Германии стать руководителем производственного предприятия, не являясь инженером в соответствующей области, практически невозможно. Американская модель образования базируется на создании школ бизнеса как главных центров образования и исследований по проблемам бизнеса и менеджмента. В то же время, как отмечают исследователи, оппозиция по отношению к тому, что менеджер – это профессия, велика [4, с. 85].

Основные тенденции формирования и функционирования социально-профессионального слоя менеджеров мы исследовали применительно к условиям урбанизированной среды Республики Бурятия¹. Полученные данные позволяют увидеть некоторые основания профессиональной идентичности региональных менеджеров, способствующие их интеграции в единый социальный слой, прежде всего по характеристикам получения профессионального образования.

Далеко не все руководители в регионе ощущают свою принадлежность к специфической социально-профессиональной группе менеджеров и идентифицируют себя как профессиональное сообщество, где главным являются управленческие навыки

¹ Исследование по выявлению специфики формирования слоя менеджеров в Республике Бурятия (РБ) было проведено автором в 2005–2006 гг. при финансовой поддержке РГНФ (проект № 05-03-62301 а/Т) на основе стандартизированного опроса. Объектом исследования выступили менеджеры высшего звена коммерческих предприятий (N = 365). Модель выборки составлена, исходя из следующих квотных признаков: организационно-правовая форма, форма собственности и отрасль экономики. Ошибка выборки составила 7%.

Исследование по выявлению путей и основных этапов профессиональной карьеры менеджеров высшего звена проведено при финансовой поддержке гранта Президента РФ для поддержки молодых российских ученых (проект № 1516.2008.6). Его основой выступил экспертный опрос в форме полуструктурированного направленного интервью. В его ходе опрошено 30 топ-менеджеров коммерческих предприятий в 2008–2009 гг. в сфере торговли, строительства, издательской деятельности, транспорта, управления, туризма. Интервью включало следующие блоки вопросов: понятие “успех”, “успешность” применительно к карьере и предприятию; деловая карьера (начало, основные этапы, поворотные точки, перспективы, ограничения); образование (значение, влияние, необходимость для развития карьеры); профессиональная идентичность (принадлежность к социально-профессиональной группе, осознание, характер взаимоотношений с ее представителями); специфика управления (мужские и женские; региональные и национальные особенности).

**Распределение менеджеров по критериям, объединяющим их в единый слой,
2005–2006 гг. (в % к числу опрошенных)**

Критерии	Степень объединения		
	В полной мере	Частично	Отсутствует
Принадлежность к активной части населения	32,1	38,0	17,5
Дружеские отношения	25,3	46,7	16,0
Единство действий в ходе проведения реформ	16,3	38,8	30,4
Круговая порука	9,3	29,9	47,3
Определенная независимость	24,7	47,4	15,2
Обладание материальными благами	14,5	45,8	27,0
Общие взгляды на проблемы современности	18,3	44,0	24,3
Отношение к средствам производства	29,6	51,8	6,2
Политические предпочтения	6,8	25,4	53,5
Профессионализм	56,9	23,8	10,0
Стиль жизни	22,9	44,8	20,4
Умение рисковать	26,0	43,4	17,8
Уровень дохода	28,2	49,3	10,7
Характер деятельности	35,6	39,8	13,0
Ценностные ориентации	19,2	48,7	18,8
Элита общества	11,8	45,0	29,8

независимо от сферы деятельности. *“В принципе, осознание принадлежности к определенной группе или слою не произошло до сих пор. У меня нет такого, что я принадлежу особой группе”* (мужчина, коммерческий директор торговой компании). Большое значение имеет фактор преобладания в регионе малого бизнеса. По данным федеральной службы государственной статистики Бурятии, крупные предприятия, имеющие сложную организационную структуру, составляют всего 11,2%. Соответственно, подавляющее большинство предприятий имеют простую структуру управления и ограниченное количество подчиненных, что не позволяет региональному директору ощущать себя топ-менеджером в классическом понимании. *“Официально мы вроде директора фирм, но на самом деле в душе совершенно не ощущаю себя директором”* (мужчина, руководитель строительной фирмы). *“Хотелось бы себя позиционировать как директорат, но я думаю, что это не совсем корректно”* (мужчина, арбитражный управляющий).

Представляет интерес то, что среди консолидирующих критериев, по которым менеджеры должны были определить, в какой степени они объединяют их в единый социальный слой, основная роль принадлежит профессионализму (см. табл.). Профессионализм в данном случае – характеристика деятельности менеджера, которая отражает практическую способность находить наиболее эффективные способы выполнять работу. В свою очередь, профессионально выполненная работа отличается тем, что она основана в большей степени на фундаментальных знаниях, связанных с практическим опытом, чем на импровизированной реакции на события, обусловленной здравым смыслом или стереотипами поведения. В этой связи первостепенное значение приобретает формирование системы профессиональной подготовки менеджеров. Так, по мнению Р.Н. Абрамова, профессиональное образование позволяет менеджерам иметь экспертную власть в современной организации. Наличие специального образования позволяет менеджерам быть более конкурентоспособными на рынке труда.

В целом образовательный уровень региональных менеджеров достаточно высок – 89,3% менеджеров имеют высшее образование, из них 3,3% – научную степень (чаще – кандидата экономических наук). Это близко к общероссийским циф-

рам – в среднем по РФ 90% менеджеров имеют высшее образование. Преобладает инженерно-техническое образование – 40,6% респондентов окончили технические вузы, при этом выпускники Восточно-Сибирского государственного технологического университета (Улан-Удэ) среди имеющих высшее образование составили 34%. Это положение обуславливается резким сокращением производственной сферы в 1990-е гг. и, соответственно, “перепроизводством” инженеров всех профилей; многие из них нашли себе применение в рыночном секторе экономики, нередко получив дополнительное экономическое образование. С другой стороны, проявляется общероссийская тенденция – именно техническая интеллигенция стала основным источником пополнения слоя российских менеджеров на начальных этапах [5]. По данным исследований, доля менеджеров с техническим образованием в среднем по России превышает аналогичную долю в Бурятии на 13,3% (40,6% в Бурятии, 53,9% – в РФ – см.: Матвеев А. Кто управляет российскими компаниями. Сетевой адрес: www.argm.ru).

Техническое образование – хорошая база для успешной управленческой деятельности [6]. Среди качеств, позволяющих менеджерам осуществлять управленческие функции, приоритет часто отдается профессиональным знаниям. *“Бывает, от природы хороший руководитель, но если приравнять к современному рынку, то без профессиональных знаний талант не сможет развиваться”* (женщина, руководитель туристической фирмы). *“Помимо определенного склада характера нужны знания, причем на современном уровне, т.е. менеджер должен владеть информационными технологиями”* (мужчина, директор торговой компании).

В то же время профессиональная деятельность современных региональных менеджеров часто строится на основе практического опыта и здравого смысла. По мнению некоторых руководителей, специальное образование необходимо, прежде всего, наемным работникам, в то время как для собственников предприятий большее значение имеет близость к властным иерархиям. *“Профессиональное экономическое образование необходимо наемному работнику, которому можно дать задание – вот это надо сделать, а я посмотрю и сделаю выводы, и буду предпринимать дальнейшие шаги. А самому мне не надо”* (мужчина, руководитель строительной компании). Здесь следует отметить, что расхождение между практикой управления и ее научной базой, основанной на специальном обучении, актуально не только в региональном масштабе, но и в общероссийском, а также мировом. Так, Г. Минцберг констатирует, что сложившиеся к сегодняшнему времени стиль управления и подготовка менеджеров переживают серьезные проблемы. *“Не родилась еще та учебная аудитория, в которой можно создать руководителя”* – один из его любимых постулатов [7]. Багаж получаемых теоретических знаний зачастую совершенно не востребован на практике. Теория “не действует” на региональном рынке. *“Специальное образование, конечно, необходимо, но реально в жизни мало что используется”* (мужчина, директор транспортного предприятия).

Наличие специального образования у современных менеджеров не является обязательным атрибутом карьеры. Небольшая часть (6,6%) опрошенных руководителей имеет профессиональное бизнес-образование. *“Все известные бизнесмены в республике не экономисты по образованию. Это инженеры-строители, инженеры-механики, инженеры-автомобилисты и, самое интересное, спортсмены, – последние, думаю, добиваются успеха в силу своего закаленного характера и воли”* (мужчина, руководитель строительного предприятия).

Особо следует отметить лидерские качества – чтобы быть менеджером, по мнению опрошенных, необходимо иметь определенный склад характера, некую харизму, позволяющую убеждать людей и вести за собой. *“Должна быть некая интуиция. Это первое. Второе – харизма. Третье – это уже все то, чему можно научиться – работа с людьми, коммуникабельность, профессиональная компетентность”* (мужчина, директор торговой компании).

Профессионализм, безусловно, подразумевает *карьерный рост*. В теории управления карьера рассматривается как результат осознанной позиции и поведения человека в области трудовой деятельности, связанный с должностным или профессиональным ростом. Так, началом типичной деловой карьеры регионального менеджера стал переход из различных сфер деятельности в коммерческую, затем постепенный рост управленческих позиций или создание и управление собственным бизнесом. Только 2,5% из опрошенных менеджеров сразу организовали собственное дело. Выделяются две основные группы – “классические” менеджеры, работающие на основе найма (35,5%), и бизнесмены-менеджеры, в той или иной степени владеющие руководимым предприятием (64,5%).

Успешность в индивидуальной карьере становится синонимом успешности в профессии. Специфика управленческой карьеры нацеливает человека на личный успех, который рассматривается в неразрывной связи с руководимым предприятием. *“Успешность – это когда твое предприятие делает услугу и товар, который востребован. Успех менеджера заключается в том, что его предприятие может одинаково хорошо работать при его непосредственном участии и в его отсутствие”* (мужчина, руководитель туристической компании).

Ключевое значение среди личностных характеристик, позволяющих достигать профессионального успеха и карьерного продвижения, прежде всего в управленческой сфере, для региональных менеджеров имеет работоспособность. *“Все зависит только от меня. Главным качеством успешного менеджера я бы назвал трудоспособность, трудолюбие”* (мужчина, коммерческий директор торговой фирмы). *“Во-первых, конечно же, это работоспособность, это однозначно. Во-вторых, в какой-то мере жадность, наверное, даже”* (мужчина, арбитражный управляющий).

Основным фактором, определяющим развитие профессиональной карьеры в регионе, является обладание устойчивой сетью в той или иной степени институализированных отношений с полезными акторами рынка. Имеющийся социальный капитал должен постоянно воспроизводиться, что предполагает непрерывающуюся работу по установлению социальных связей, непрерывные серии обменов, в ходе которых признание постоянно подтверждается и утверждается. *“В нашей республике профессиональный успех возможен только, когда у тебя очень много знакомств, которые направляют тебя в рост, подталкивают. Даже не деньги решают в бизнесе, все идет через знакомства”* (мужчина, руководитель строительной фирмы).

Такая ситуация – следствие непрозрачности рыночных механизмов, сложившихся в республике в частности, и в России в целом. Менеджеры на рынке труда действуют в условиях неформальных связей и скрытых влияний, что особенно ярко проявляется в республике в силу немногочисленности бизнес-сообщества и развитости национальных традиций землячества и клановости.

Неудивительно, что пути реализации профессиональных интересов менеджеров пролегают через участие в политической жизни, а не через формирование собственных профессиональных объединений. Политические предпочтения диктуются коммерческой выгодой и могут легко меняться в зависимости от ситуации, при этом практически не объединяя менеджеров в единое целое. Только 6,8% опрошенных менеджеров рассматривает схожесть политических предпочтений в качестве консолидирующего критерия, в то время как более половины опрошенных (53,5%) имеет противоположное мнение. Существующие сообщества (Союз промышленников и предпринимателей, Торгово-промышленная палата и пр.) не обладают пока достаточными ресурсами для защиты общих интересов. В идеале здесь должны реализовываться коммуникационные потребности менеджеров, завязываться полезные для бизнеса контакты, предоставляться юридические и другие консультации. Однако решение этих задач пока осуществляется в кулуарах властных структур. Уже 45,5% депутатов республиканского законодательного органа власти – известные в регионе руководители бизнес-структур.

В данном контексте менеджеры все чаще рассматривают получение специального образования как хорошее вложение средств, повышающее их профессиональную мобильность. *«Сейчас я получаю второе высшее образование по специальности “государственно-муниципальное управление”, поскольку есть свободные деньги, которые я могу потратить на образование, чтобы в случае каких-то форс-мажорных обстоятельств в бизнесе можно было бы уйти на госслужбу. Так же делают все мои товарищи, заканчивают президентскую программу по переподготовке кадров и т.д., стремясь подстраховаться и, в крайнем случае, стать государственным чиновником»* (мужчина, директор строительной компании). *“Образование, в том числе получение ученой степени, имеет смысл и в дальнейшем в плане повышения статуса. Если я захочу избираться, например, в Горсовет, то люди предпочтут голосовать за кандидата наук, будут более доверять ему, чем просто человеку, проработавшему 10 лет в типографии и ставшему, допустим, ее директором”* (мужчина, коммерческий директор типографии).

Выход во властные структуры необходим для лоббирования собственных интересов – интересов представителей деловых кругов, “пробивания” конкретных льгот для отрасли или производства путем создания определенных доминантных коалиций. Вращаясь в кулуарах власти, бизнесмены заводят множество полезных знакомств, благодаря которым решается большинство вопросов быстрее, чем это сделают законы. В условиях непрозрачных рыночных отношений без государственной поддержки эффективная коммерческая деятельность в регионе невозможна. *“У нас все неправильно. Если был бы открытый прозрачный бизнес, то мне было бы необходимо образование, надо было бы учиться, я бы стремился к этому, стремился выйти на какие-то биржи, там работать, на мировой уровень пытался бы выйти. Но мне и так нормально”* (мужчина, директор транспортной компании).

Кроме того, статус народного избранника придает солидность, позволяет “расширить горизонты”. На данном этапе представители топ-менеджмента нуждаются в закреплении своего положения в обществе. Если для большинства руководителей крупных промышленных предприятий, доставшихся своим владельцам “в наследство” от государства, проблема повышения собственного общественно-политического статуса не актуальна, то для представителей “нового” бизнеса она часто стоит весьма остро [8]. Так, 60% руководителей крупных предприятий не думают, что менеджерам следует активно участвовать в политике, в то время как директора меньших предприятий в большей степени заинтересованы в участии в политической сфере.

С развитием рыночных отношений следует ожидать снижения политизации управленческого сообщества республики в пользу его профессионализации. Решение этих и других вопросов (объединять управленцев для защиты их интересов, быть площадкой для общения, обеспечивать полезной информацией по проблемам образования, помогать при решении кадровых и карьерных вопросов) должны взять на себя профессиональные объединения.

Таким образом, несмотря на то что менеджеры демонстрируют высокую степень готовности к обучению и восприятию нового, а также настроены на карьерный рост, их профессиональная идентичность в региональных условиях определяется не столько профессиональной компетентностью и образованием, сколько умением договариваться и обладанием развитой сетью неформальных связей с представителями властных структур. Чем эта связь теснее, тем успешнее профессиональная деятельность. В региональных условиях образование продолжает играть общую роль в повышении уровня развития личности. В то же время многие менеджеры начинают рассматривать специальное образование как основную предпосылку высокой профессиональной мобильности и конкурентоспособности на рынке труда. Такая тенденция будет в значительной степени способствовать гомогенизации социального слоя менеджеров республики, поскольку именно в течение образовательного процесса происходит осознание единых групповых интересов и принадлежности к особой профессиональной группе, а наличие образования становится платформой для профессиональных объединений и сообществ.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Заславская Т.И.* Бизнес-слой российского общества: сущность, структура, статус // *Общественные науки и современность*. 1995. № 1. С. 17–32.
2. *Радаев В.В., Шкаратан О.И.* Социальная стратификация. М.: Аспект Пресс, 1996; *Голенкова З.Т., Игитханян Е.Д.* Средние слои в современной России (опыт социологического исследования) // *Социол. исслед.* 1998. № 7. С. 44–53; *Тихонова Н.Е.* Факторы социальной стратификации в условиях перехода к рыночной экономике. М.: РОССПЭН, 1999; *Беляева Л.А.* Социальная стратификация и средний класс в России: 10 лет постсоветского развития. М.: Academia, 2001; *Дилигенский Г.Г.* Люди среднего класса. М.: Институт Фонда “Общественное мнение”, 2002; *Инясевский С.А.* Российские менеджеры // *Журнал социологии и социальной антропологии*. 2008. Том XI. № 3. С. 77–99.
3. Социальный профиль российского менеджера: результаты исследования. М.: Ассоциация менеджеров, 2004.
4. *Абрамов Р.Н.* Российские менеджеры: социологический анализ становления профессии. М.: КомКнига, 2005.
5. *Абрамов Р.Н.* Российские менеджеры: социологический взгляд со стороны // Сетевой адрес: www.elitarium.ru/2007/02/26/rossijskie_menedzhery.html
6. Элитный управленец для науки и бизнеса: кто он? // Сетевой адрес: www.rsci.ru/rt/?action=more&id=28
7. *Минцберг Г.* Требуется управленцы, а не выпускники МВА. Жесткий взгляд на мягкую политику управления и систему подготовки менеджеров. М.: ЗАО “Олимп-Бизнес”, 2008.
8. *Таргашева Ю.* О связи бизнеса с политикой. Сетевой адрес: <http://gazet.net.ru/modules.php?name=News&file=article&sid=26625>