

ВЕСТНИК

Российского университета дружбы народов

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

Основан в 1993 г.

Серия
СОЦИОЛОГИЯ

2013, № 4

Серия издается с 2001 г.

Российский университет дружбы народов

СОДЕРЖАНИЕ

ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И МЕТОДОЛОГИИ

- Podvoyskiy D.G.** Heuristic resources of the 'classics': Perspectives of sociological enlightenment 5
- Горячева Е.А.** Перформативные исследования в акторно-сетевой теории (на примере «технологической перформативности» в работах Г. Киена) 15
- Пузанова Ж.В., Чеховский И.В., Ларина Т.И.** Использование невербальной информации в ходе фокус-группового исследования 24

СОВРЕМЕННОЕ ОБЩЕСТВО:

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

- Маркович Д., Димитриевич С.** Социализация личности: проблема насилия 34
- Попов М.Ю., Бугаенко Ю.Ю.** Национальная безопасность России: внешние угрозы и механизмы противодействия им 45

МАССОВЫЕ ОПРОСЫ, ЭКСПЕРИМЕНТЫ, КЕЙС-СТАДИ

- Petrović J.S., Šuvaković U.V.** 'We' and 'Others': Stereotype attitudes of Serbian student youth 52

Нарбут Н.П., Троцук И.В. Репертуар страхов российского студента: по материалам эмпирического проекта	66
Эфендиев А.Г., Сорокин П.С., Гоголева А.С. Карьерные устремления руководителей в российском бизнесе: эмпирическое исследование организаций различных типов	79

СОЦИОЛОГИЯ УПРАВЛЕНИЯ

Пузанова Ж.В., Вялов И.С. Управление здоровьем: научные подходы к исследованию здоровья и здоровьесберегающего поведения у студентов	94
Акулич М.М., Батырева М.В. Социальный контроль как механизм повышения качества предоставления государственных и муниципальных услуг	104
Лобанова Е.Н. Возможности анализа невербальной информации как элемента управления	117

НАУЧНАЯ ЖИЗНЬ

Подвойский Д.Г., Троцук И.В. От турбулентности к диагностике кризиса: пределы и потенциал социологической критики (новая повестка дня для европейской социологии)	127
--	-----

РЕЦЕНЗИИ

Šubrt J., Vinopal J. a kolektiv. Historické vědomí obyvatel České republiky perspektivou sociologického výzkumu. — Praha: Karolinum, 2013. — S. 256 (Шубрт И., Винопал И. и др. «Социологическая оценка исторического сознания жителей Чешской республики». — Прага: Каролинум, 2013. — С. 256)	142
--	-----

НАШИ АВТОРЫ	146
--------------------------	-----

BULLETIN

of Peoples' Friendship University of Russia

SCIENTIFIC JOURNAL

Founded in 1993

Series
SOCIOLOGY

2013, N 4

Series founded in 2001

Peoples' Friendship University of Russia

CONTENTS

THEORY AND METHODOLOGY OF SOCIOLOGICAL RESEARCH

- Подвойский Д.Г.** Эвристические ресурсы «классики» и перспективы социологического просвещения 5
- Goryacheva E.A.** Performative studies in the actor-network theory ("technological performativity" in works of G. Kien) 15
- Puzanova Zh.V., Chekhovskiy I.V., Larina T.I.** The use of nonverbal information in a focus group research..... 24

CONTEMPORARY SOCIETY: THE URGENT ISSUES AND PROSPECTS FOR DEVELOPMENT

- Marković D., Dimitriević S.** Personal socialization: the problem of violence 34
- Popov M.Yu., Bugayenko Yu.Yu.** Russia's national security: the outside threats and mechanisms of counteracting them 45

SURVEYS, EXPERIMENTS, CASE STUDIES

- Петрович Я.С., Шувакович У.В.** «Мы» и «они»: стереотипы сербской студенческой молодежи 52

Narbut N.P., Trotsuk I.V. Russian students' main fears: the results of an empirical study	66
Effendiyev A.G., Sorokin P.S., Gogoleva A.S. Career aspirations of managers in Russian business: an empirical research of organizations of different types	79

SOCIOLOGY OF MANAGEMENT

Puzanova Zh.V., Vyalov I.S. Health management: scientific approaches to the study of students' health and self-preservation behavior	94
Akulich M.M., Batyreva M.V. Social control as a mechanism for improving the quality of public and municipal services	104
Lobanova E.N. Comparative analysis of verbal and non-verbal methods to obtain managerial information	117

SCIENTIFIC LIFE

Podvoyskiy D.G., Trotsuk I.V. From turbulence to the crisis' diagnostics: limits and potential of sociological critique (new agenda for the European sociology)	127
--	-----

REVIEWS

Šubrt J., Vinopal J. a kolektiv. Historické vědomí obyvatel České republiky perspektivou sociologického výzkumu. — Praha: Karolinum, 2013. — S. 256 (Šubrt J., Vinopal J. et al. Historical Consciousness of the Czechs: Sociological Evaluation. — Prague: Carolinum, 2013. — P. 256)	142
---	-----

AUTHORS	146
----------------------	-----

КАРЬЕРНЫЕ УСТРЕМЛЕНИЯ РУКОВОДИТЕЛЕЙ В РОССИЙСКОМ БИЗНЕСЕ: ЭМПИРИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИЙ РАЗЛИЧНЫХ ТИПОВ*

А.Г. Эфендиев, П.С. Сорокин,
А.С. Гоголева

Кафедра управления человеческими ресурсами
Национальный исследовательский университет —
Высшая школа экономики
Кирпичная ул., 33, Москва, Россия, 105187

В статье представлены результаты эмпирического исследования, нацеленного на выявление и анализ карьерных устремлений руководителей в российском бизнесе в зависимости от типа организации. Обследовано 17 бизнес-организаций — престижных и непрестижных, расположенных в Москве и в регионах, находящихся в отечественной и в зарубежной собственности. Опрошено более 250 руководителей нижнего и среднего звена, проведено 35 глубинных интервью. Представленные данные позволяют определить различия карьерных успехов руководителей, обладающих разными карьерными устремлениями, в зависимости от организационных признаков.

Ключевые слова: карьера, карьерные устремления, руководители, эмпирическое исследование.

В статье представлены результаты эмпирического исследования карьеры руководителей в российском бизнесе, проведенного в 2012 г. и ставшего продолжением масштабного проекта «Модели социальной организации российского бизнеса»**, направленного на выявление ключевых характеристик социального устройства российских компаний. Карьерная проблематика составляла одно из основных направлений анализа в рамках проекта. Среди полученных результатов особенно выделим следующие: выявлена общая недооценка профессионализма и низкая значимость квалификации для карьерного успеха на фоне выраженности недостижимых факторов (например, социальных связей неделового характера); в области карьерных устремлений респондентов показано абсолютное преобладание мотивации улучшения материального положения, что особенно характерно для сотрудников с невысоким уровнем карьерного успеха, при этом стремление к профессиональному росту распространено значительно меньше, однако связано с относительно высокими показателями карьерного успеха [7].

Выборка исследования была ориентирована не столько на выявление особенностей социального устройства конкретных типов организаций, сколько на опреде-

* Статья является результатом исследовательского проекта «Социальные факторы и механизмы карьерного продвижения руководителей в российских бизнес-организациях» (№ 11-04-0037), поддержанного в рамках Программы «Научный фонд ГУ-ВШЭ» «Учитель-Ученики» 2011—2012 гг. (руководитель проекта д.ф.н., проф. А.Г. Эфендиев).

** Реализован в рамках Программы поддержки фундаментальных исследований ГУ-ВШЭ и благодаря гранту факультета менеджмента ГУ-ВШЭ: было изучено 80 бизнес-организаций и опрошено более 1500 респондентов, включая 509 руководителей нижнего и среднего звена.

ление тех социальных характеристик (стандартов поведения, представлений, «правил игры» и т.п.), которые свойственны российскому бизнесу в целом. Важный вопрос, решение которого оказалось невозможным на базе выборки 2008 г., состоит в том, в какой степени варьирует социальная организация фирмы в зависимости от тех или иных конкретных характеристик (например, территориальное расположение, тип собственности и др.)?. Ответив на этот вопрос, мы сможем точнее определить степень гомогенности отечественного бизнеса и роль отдельных организационных признаков в дифференциации ключевых параметров его социального устройства. При этом, как показывают наши теоретические разработки [4; 6; 8], для социологического анализа отечественного бизнеса особую важность имеет теоретическая дихотомия «аскриптивность (традиционализм)—достиженчество (меритократизм)», которая позволяет выявить степень социальной зрелости бизнеса, его тяготение к современным (или же традиционалистским) формам социальной организации.

Для восполнения указанного пробела было проведено эмпирическое исследование «Специалисты и менеджеры российских бизнес-организаций: факторы и тенденции развития»*.

Данное исследование было нацелено на проверку гипотез о взаимосвязях между параметрами социальной организации отечественного бизнеса и рядом факторов: уровень престижности отрасли (высокий или низкий; к престижным/высокооплачиваемым отраслям были отнесены финансы, ИТ, консалтинг, операции с недвижимостью; к непрестижным — пищевое, текстильное производство и тяжелое машиностроение), форма собственности предприятия (российская или преимущественно иностранная), территориальное расположение (Москва или регионы — Нижний Новгород и Ростов).

Исследование охватило 17 предприятий, отобранных исходя из специально разработанной выборки: по каждому из трех названных выше критериев было отобрано приблизительно равное количество предприятий и респондентов. Все компании имели численность более 100 человек. Были опрошены 254 руководителя, проведено 35 глубинных интервью в 12 компаниях с представителями среднего и высшего менеджмента для дополнения, углубления и детализации полученной информации. Основные характеристики выборки представлены в табл. 1.

Таблица 1

Основные характеристики выборки

Основные характеристики выборки	Предприятия (в шт.)	Руководители (в %)
<i>Территориальное расположение</i>		
Москва	8	54
Регионы (Нижний Новгород и Ростов-на-Дону)	9	46
<i>Тип собственности</i>		
Иностранные	9	55
Отечественные	8	45

* Исследование реализовано при финансовой поддержке факультета менеджмента НИУ ВШЭ.

Окончание

Основные характеристики выборки	Предприятия (в шт.)	Руководители (в %)
<i>Престижность отрасли</i>		
Престижные	10	40
Непрестижные	7	60

Карьера руководителей составляла один из главных предметов внимания в этом эмпирическом исследовании. Настоящая статья посвящена изложению результатов, полученных по итогам изучения карьерных устремлений руководителей в организациях различного типа и их связи с показателями карьерного успеха.

Основные исследовательские вопросы мы сформулировали следующим образом: различаются ли характеристики карьерных устремлений руководителей в организациях различного типа? Если да, то какой характер носят эти различия? Различаются ли показатели индивидуального карьерного успеха у руководителей, обладающих различными карьерными устремлениями в зависимости от типа организации? Если да, то как именно?

Итак, в первую очередь нас интересовала важность карьеры для респондентов. Для этого мы обратились к ним с вопросом: «Какое значение, по-вашему, имеет в жизни человека карьера: решающее, существенное, второстепенное или совсем несущественное?». В зависимости от пола статистически значимых различий выявлено не было: по признаку «возраст» «решающее» значение карьеры чаще всего отмечают респонденты в возрасте от 25 до 40 лет. Между руководителями, представляющими организации разного типа, статистически значимых различий не было выявлено. Однако при исключении из анализа тех руководителей, которые отметили, что не имеют желания дальнейшего карьерного роста (12%), мы обнаруживаем статистически значимые различия (табл. 2).

Как видно, статистически значимые различия в значении карьеры для руководителей прослеживаются по отношению к признаку «территориальное расположение» и «тип собственности». Причем явно большее значение карьера имеет для респондентов из организаций зарубежной формы собственности, а также из столичных фирм. Эти факты позволяют сделать предположение, что в указанных организациях функция карьеры как социального лифта, вероятно, раскрывается в более благоприятных условиях: потолок служебного роста высок, и перспективы дальнейшего карьерного развития в целом лучше.

Таблица 2

«Какое, значение, по-вашему, имеет в жизни человека карьера: решающее, существенное, второстепенное или совсем несущественное?»
(по группам руководителей, в % опрошенных, N = 222)

Ответы	Типы организаций						Всего
	Территориальное расположение		Тип собственности		Тип отрасли		
Значение карьеры	Москва	Регион	Отеч.	Заруб.	Престиж.	Непрестиж.	
Совсем неважное	1	0	1	0	0	1	1
Второстепенное	4	15	14	6	10	9	9
Затрудняюсь ответить	10	9	13	7	12	7	9
Существенное	64	59	57	65	64	60	62
Решающее	21	17	16	21	13	23	19

Ниже представлены две таблицы: в табл. 3 приводится распределение ответов на вопрос о конкретных карьерных устремлениях в зависимости от признаков «пол» и «возраст»; в табл. 4 — распределение ответов респондентов на тот же вопрос в зависимости от организационных признаков. Обе таблицы сформированы по следующему принципу: в ячейках представлены доли руководителей из каждой группы, указавшие, что имеют конкретное карьерное устремление (всего можно было указать до трех вариантов ответа).

Как видно, возраст оказывается значимым дифференцирующим фактором, пол взаимосвязан с характеристиками карьерных устремлений в меньшей степени (лишь по двум карьерным устремлениям показаны статистически значимые различия). Таким образом, мужчины более ориентированы на влияние и наращивание ответственности, а материальные и профессиональные аспекты карьерного развития несколько более важны для молодых руководителей (в возрасте до 30 лет) нежели чем для старших возрастных когорт, которые чаще отмечают, что вообще не имеют желания делать карьеру.

Таблица 3

«Есть ли у Вас желание продвигаться по служебной лестнице, достигать более высоких позиций на предприятии, в бизнесе в целом? Если да, то чего Вы ожидаете от своего служебного роста, от достижения более высоких должностей?»
(в зависимости от пола и возраста* в % опрошенных, N = 254)

Карьерные устремления	Пол		Возраст					Все-го
	Муж.	Жен.	25 лет и менее	от 26 лет до 30 лет	от 31 года до 40 лет	от 41 года до 50 лет	51 год и более	
Нет желания достигать более высоких позиций	12	13	0	2	6	14	52	12
Возможность влиять на большее число людей, контролировать их деятельность	17	12	0	17	20	14	6	15
Ответственность за более широкую сферу бизнес-деятельности	23	13	31	19	16	24	6	18
Рост уважения, авторитета среди коллег по работе	43	57	23	30	26	33	15	27
Большие возможности для реализации своих профессиональных, управленческих идей, замыслов, планов	42	26	62	49	32	26	12	33
Увеличение материального вознаграждения, социальных льгот	61	59	62	76	65	53	33	61
Высокая должность позволит вращаться в соответствующих кругах, иметь связи с важными людьми	15	12	15	15	23	5	0	14
Рост уважения, признания среди приятелей, родственников	12	12	25	11	14	14	3	12
Возможность дополнительно обучаться за счет средств организации	8	9	8	15	8	10	6	10
Более высокая должность позволит мне повысить свой уровень как профессионала	27	27	15	44	28	19	12	27

* — все пункты, кроме «нет желания...», рассчитывались при исключении респондентов, указавших вариант ответа «нет желания...».

Таблица 4

«Есть ли у Вас желание продвигаться по служебной лестнице, достигать более высоких позиций на предприятии, в бизнесе в целом? Если да, то чего Вы ожидаете от своего служебного роста, от достижения более высоких должностей?»

(в зависимости от организационных признаков* в % опрошенных, N = 254)

Карьерные устремления	Типы организаций						Всего
	Территориальное расположение		Тип собственности		Тип отрасли		
	Москва	Регион	Отеч.	Заруб.	Престиж.	Непрестиж.	
Нет желания достигать более высоких позиций	16	8	17	9	5	17	12
Возможность влиять на большее число людей, контролировать их деятельность	11	19	11	17	19	12	15
Ответственность за более широкую сферу бизнес-деятельности компании	18	22	17	22	30	13	20
Рост уважения, авторитета среди коллег по работе	27	27	26	27	30	24	27
Большие возможности для реализации своих профессиональных, управленческих идей, замыслов, планов	33	34	29	37	30	35	33
Увеличение материального вознаграждения, социальных льгот	69	68	61	74	58	77	68
Высокая должность позволит вращаться в соответствующих кругах, иметь связи с важными людьми	13	18	8	21	14	16	15
Рост уважения, признания среди приятелей, родственников	11	14	9	15	10	13	12
Возможность дополнительно обучаться за счет средств организации	11	7	9	10	11	9	9
Более высокая должность позволит мне повысить свой уровень как профессионала	24	38	42	22	32	30	31

* — все пункты, кроме «нет желания...», рассчитывались при исключении респондентов, указавших вариант ответа «нет желания...».

Вариантом ответа, по которому зафиксированы наиболее значимые различия по всем рассматриваемым признакам, оказался ответ «нет желания достигать более высоких позиций». Московские, «отечественные» (по типу собственности) и «непрестижные» организации насчитывают наибольшую долю людей, не заинтересованных в дальнейшем росте.

Тот факт, что в иностранных организациях, а также в престижных отраслях руководители более заинтересованы в карьерном росте, не удивляет. Во-первых, широко распространено представление об умении зарубежных компаний стимулировать персонал к карьерному развитию. Во-вторых, в престижных отраслях карьерное продвижение дает человеку относительно больший прирост социального статуса (именно в силу того, что эти отрасли «престижные», т.е. предлагают за-

нятым в них людям более широкие перспективы для увеличения дохода, получения социального признания и т.п.).

Неожиданной кажется большая «карьерная апатия» московских респондентов по отношению к региональным. С чем это связано: с большей трудностью карьерного продвижения в Москве или же с большей удовлетворенностью столичных респондентов? Этот факт не согласуется с данными о том, что в Москве карьера имеет большее значение для респондентов (табл. 2).

Таким образом, мы не можем сделать однозначный вывод о том, что признак «территориальное расположение» однозначно определяет мотивационное поле руководителей с точки зрения более активного или пассивного отношения к карьере. Добавим, что если сравнивать московских и региональных респондентов, то для вторых характерно не только большее стремление делать карьеру, но и более выраженное желание профессионального развития (38% против 24% указали стремление «повысить свой уровень как профессионала»). Этот факт представляется отчасти неожиданным, поскольку рисует менее «достиженческий» портрет столичных руководителей в сравнении с их коллегами из регионов.

Обратимся к различиям в зависимости от престижности отрасли. В престижных компаниях руководители значительно чаще стремятся к увеличению ответственности и менее ориентированы на материальное благополучие, т.е. мы получаем более социально-ориентированный образ руководителя в престижной компании: он менее «заточен» на увеличение дохода, но, скорее, ждет расширения ответственности и в целом стремится к карьерному росту. Эти данные указывают на значимость социальной (помимо технологической) логики, обуславливающей различия в характеристиках карьерного процесса в организациях, представляющих различные отрасли.

Теперь сравним руководителей из компаний с различным типом собственности. Различия между респондентами по этому признаку оказываются наиболее сильными и отчасти неожиданными [11].

Руководители из фирм зарубежной собственности оказываются не только более ориентированными на карьеру вообще, но существенно чаще указывают стремление к «увеличению материального вознаграждения» и желание «вращаться в соответствующих кругах, иметь связи с важными людьми». При этом вариант ответа «более высокая должность позволит мне повысить свой уровень как профессионала» эти респонденты выбирали существенно реже, чем руководители из фирм отечественной собственности (42% против 22%). Правда, вариант «большие возможности для реализации своих профессиональных, управленческих идей, замыслов, планов» чаще выбирали руководители из фирм зарубежной собственности, но, во-первых, различия по этому вопросу не являются статистически значимыми, во-вторых, они составляют лишь 8% разницы (37% против 29%) при 20% разницы по варианту ответа «повысить свой уровень как профессионала».

Наши интервью подтвердили данные о материальной «заточенности» руководителей из зарубежных фирм. Один из респондентов в московской компании с зарубежной собственностью отметила: *«У нас самое главное — это деньги. Мы все каждый месяц просматриваем „Хед-Хантер“ и смотрим, кто сколько предлагает за нашу работу. Если вижу, что где-то предлагают большие заработную плату — мы идем к начальству и ставим условия: если не повышает, мы уходим»*.

Таким образом, важным и во многом неожиданным дополнением к сравнительному портрету фирм с различным типом собственности является тот факт, что руководители в «зарубежных» фирмах в существенно меньшей степени ориентированы на профессиональное развитие и больше стремятся к росту материального благополучия и влияния. На наш взгляд, эти факты указывают на специфику социальной организации российского бизнеса и общества в целом. Компании из развитых стран, когда приходят в российский бизнес, находят способы стимулировать персонал к трудовой деятельности и умеют сформировать стремление активно строить свою карьеру, однако не в состоянии изменить сущностные ориентации в мотивационно-ценностном блоке российских сотрудников. В условиях, когда за пределами организации профессиональная квалификация не ценится, амбициозные и нацеленные на рост в социальной иерархии сотрудники «зарубежных» фирм ориентируются на цели, которые наиболее актуальны с точки зрения укрепления позиций в социальной иерархии на макроуровне. В российском обществе этими целями оказываются, в первую очередь, власть и деньги. Не случайно в глубинном интервью в одной из московских «зарубежных» компаний, представляющих престижную отрасль, респондент признался, что *«если человек себя зарекомендует как профессионал — его продвигут. Даже если он интересуется только деньгами»*.

Не секрет, что профессиональные умения и навыки в современном российском обществе (и не только в нем), как правило, не являются основанием претендовать на высокий социальный статус. Вероятно, характеристики карьерных устремлений руководителей, занятых в компаниях зарубежной собственности, наиболее органичны для современного общества в целом. Не следует забывать и о том, что иностранные компании по оценкам менеджеров и профессиональных консультантов характеризуются более эффективными системами управления карьерой [4].

Для более глубокого понимания мотивационной структуры респондентов мы провели дополнительный статистический анализ. В табл. 5 представлены результаты факторного анализа ответов по вопросу о карьерных устремлениях.

Таблица 5

Факторный анализ данных по вопросу «Чего Вы ожидаете от своего служебного роста, от перехода на более высокие должности?»
(методом главных компонент, без вращения)

Варианты ответов	Общая объясненная дисперсия 57%			
	1-й компонент (19%)	2-й компонент (15%)	3-й компонент (13%)	4-й компонент (11%)
Возможность влиять на большее число людей, контролировать их деятельность	,644	,296	-,072	-,043
Ответственность за более широкую сферу бизнес-деятельности компании	,482	,477	,023	,270
Рост уважения, авторитета среди коллег по работе	,528	-,442	,194	-,047
Большие возможности для реализации своих профессиональных, управленческих идей, замыслов, планов	-,371	,589	,080	,092

Варианты ответов	Общая объясненная дисперсия 57%			
	1-й компонент (19%)	2-й компонент (15%)	3-й компонент (13%)	4-й компонент (11%)
Увеличение материального вознаграждения, социальных льгот	-,410	-,576	-,252	,364
Более высокая должность позволит вращаться в соответствующих кругах, иметь связи с важными людьми	,134	-,198	,624	,304
Рост уважения, признания среди знакомых, родственников	,213	-,100	-,640	-,410
Возможность дополнительно обучаться за счет средств организации	-,360	,031	,480	-,695
Более высокая должность позволит мне повысить свой уровень как профессионала	-,490	,298	-,174	,199

Первый компонент описывает антагонизм между профессиональной самореализацией и расширением социального влияния. Можно предположить, что данное противоречие является одним из базовых для мотивационного поля руководителей в российском бизнесе: ориентация на власть оказывается в существенной степени несовместимой со стремлением к профессиональному развитию. Противоречие между устремлениями к материальному благополучию и к профессиональной самореализации представлено во втором компоненте — мы фиксируем еще один мотивационный антагонизм («деньги» или «профессиональный рост»). Если обратиться к третьему компоненту, то можно заметить, что уважению, признанию среди знакомых и родственников противостоит рост позиций в организации (вхождение в особые круги).

Ориентация на «обучение» (за счет средств организации) является высокоспецифическим карьерным устремлением (четвертый компонент). На основе представленных результатов можно предположить наличие ряда стержневых антагонизмов, определяющих характер мотивационного поля руководителей в российском бизнесе и прежде всего антагонизм между ориентацией, с одной стороны, на профессиональную самореализацию и, с другой стороны, на материальное благополучие и/или на власть. Возможно, данное противоречие выступает важной характеристикой не только карьерного процесса в отечественном бизнесе, но и его социальной организации в целом.

Далее был проведен кластерный анализ выборки по вопросу о карьерных устремлениях респондентов. Последовательное проведение иерархического анализа и кластерного анализа методом К-средних показало, что рассматриваемая выборка делится на 4 группы (табл. 6).

Итак, наиболее крупный по численности кластер (39% респондентов, имеющих желание делать карьеру) получил название «преимущественных материалистов». Его главные черты состоят в безусловном доминировании материалистических карьерных устремлений, которые дополняются желанием профессионального роста (существенно менее выраженным).

Таблица 6

**Кластерный анализ данных по вопросу «Чего Вы ожидаете от своего
служебного роста, от перехода на более высокие должности?» на выборке 2012 г.
(кластерные центры, N = 222)***

Варианты ответов	Кластеры			
	Преимущест- венные мате- риалисты	Профес- сионалы	Комплексный со- циально-ориен- тированный тип	Власто- любцы
Возможность влиять на большее число людей, контролировать их деятельность	4	5	41	51
Ответственность за более широкую сферу бизнес-деятельности компании	11	8	0	94
Рост уважения, авторитета среди коллег по работе	33	8	47	54
Большие возможности для реализации своих профессиональных, управленческих идей, замыслов, планов	0	100	0	43
Увеличение материального вознаграждения, социальных льгот	93	75	39	21
Более высокая должность позволит вращаться в соответствующих кругах, иметь связи с важными людьми	17	12	17	18
Рост уважения, признания среди знакомых, родственников	6	9	44	15
Возможность дополнительно обучаться за счет средств организации	13	15	6	0
Более высокая должность позволит мне повысить свой уровень как профессионала	40	37	3	21

*Численность кластеров: «преимущественные материалисты» — 87 респондентов, «профессионалы» — 73, «комплексный социально-ориентированный тип» — 31, «властолюбцы» — 31.

Второй кластер включает «профессионалов» (33% желающих карьерного роста) — люди, ориентированные, прежде всего, на профессиональное развитие. Выделены еще два кластера с ориентациями, с одной стороны, на влияние и власть и, с другой стороны, на уважение («комплексно социально-ориентированные» руководители и «властолюбцы»).

Таким образом, по результатам кластерного анализа среди заинтересованных в карьерном росте руководителей в российском бизнесе можно выделить четыре более или менее устойчивые группы, каждая из которых отличается характерными чертами мотивационной структуры:

- первая группа: доминирующее устремление — материальное обогащение;
- вторая группа — профессиональное развитие;
- третья группа — уважение окружающих;
- четвертая группа — власть и влияние.

Теперь постараемся определить, есть ли различия в представленности различных мотивационных групп руководителей в организации в зависимости от ее типа.

Сначала перечислим анализируемые группы руководителей, включив в их число и тех, кто указал, что у них нет желания делать карьеру: преимущественные материалисты (35% выборки), профессионалы (29%), комплексно социально-ориентированный тип (14%), властолюбцы (12%), не стремящиеся к карьере (12%) (табл. 7).

Таблица 7

**Доли руководителей с различными типами карьерных устремлений
в зависимости от типа организации (в % опрошенных, N = 254)**

Группы руководителей	Типы организаций						Средняя по выборке
	Территориальное расположение		Тип собственности		Тип отрасли		
Москва	Регион	Отеч.	Заруб.	Престиж.	Непрестиж.		
Преимущественные материалисты	32	36	33	35	36	32	34
Профессионалы	30	25	26	29	23	31	28
Комплексно социально- ориентированный тип	13	15	13	14	15	13	13
Властолюбцы	9	16	11	14	21	7	13
Не стремящиеся к карьере	16	8	17	9	5	17	13

Как видно из табл. 7, выделенные группы представлены в различных долях в разных типах организаций. Статистически значимые различия показаны только по признаку «тип отрасли»: непрестижные характеризуются большей долей руководителей-«профессионалов» и не стремящихся к карьере. Престижные отрасли, в свою очередь, отличаются в три раза большей долей руководителей-«властолюбцев» (21% против 7%): видимо, престижные отрасли, характеризующиеся большим статусным весом карьерного роста, привлекают людей, в мотивационной структуре которых первое место занимает власть и влияние. По аналогичным соображениям «властолюбцы» менее ориентированы на работу в непрестижных отраслях.

С другой стороны, «профессионалы» тяготеют к непрестижным отраслям. Возможно, одна из причин состоит в том, что в указанном типе отраслей у руководителей в среднем ниже заработная плата, ниже уровень социального статуса, и это вызывает рост профессиональной мотивации (отчасти по «остаточному принципу»). Помимо отмеченного выше факта большей «карьерной апатии» у респондентов в Москве и в отечественных организациях (табл. 4), в регионах несколько возрастает доля властолюбцев, что можно объяснить большей «закупоренностью» каналов социальной мобильности в столице по сравнению с регионами.

Итак, характеристики карьерных устремлений руководителей в организациях разного типа существенно различаются. Наиболее выраженные статистические различия прослеживаются по признаку «престижность отрасли». Соответствующие различия были выявлены как на уровне линейного распределения ответов респондентов, так и в рамках кластерного анализа: для руководителей, занятых в престижных отраслях, характерна большая выраженность стремлений к власти, влиянию, ответственности и в целом более активное отношение к собственной карьере (меньшая доля руководителей не желает делать карьеру).

Анализ линейного распределения ответов показал, что руководителям из компаний с зарубежной формой собственности свойственно большее желание делать карьеру и большая выраженность материалистических карьерных устремлений

и стремления «вращаться в особых кругах». Этот факт представляется любопытным с точки зрения сопоставления той роли, которую играет в формировании мотивационного поля руководителей, с одной стороны, макросоциальная среда и, с другой стороны, организационный контекст.

Мы делаем предположение о том, что выраженность устремлений к деньгам и власти у руководителей «зарубежных компаний» связана с особенностями институциональной среды российского общества, которая «признает» в качестве главных атрибутов высокого статуса деньги и власть, во многом игнорируя профессиональную компоненту.

Теперь проведем анализ различий между показателями карьерного успеха у выделенных групп руководителей в зависимости от типа организации. Сначала обратимся к субъективному критерию карьерного успеха. Вопрос, адресованный респондентам, звучал следующим образом: «Если говорить в целом, Вы удовлетворены или не удовлетворены на сегодняшний день своей карьерой?» (табл. 8).

Таблица 8

Процент руководителей, безусловно удовлетворенных карьерой, среди выделенных групп в зависимости от типа организации
(в % опрошенных, N = 254)

Группы руководителей	Типы организаций						В сред- нем
	Территориальное расположение		Тип собственности		Тип отрасли		
	Москва	Регион	Отеч.	Заруб.	Престиж.	Непрестиж	
Преимущественные материалисты	23	14	27	12	22	14	34
Профессионалы	17	17	27	10	28	11	39
Комплексно социально- ориентированный тип	33	0	38	0	40	0	31
Властолюбцы	15	37	38	21	29	27	34
Не стремящиеся к карьере	14	11	20	0	0	15	13
В среднем	20	16	28	10	26	12	33

Представленные данные позволяют сделать вывод, что различия в удовлетворенности карьерой сильнее проявляются в зависимости от организационных признаков, чем по группам руководителей. Выраженные статистически значимые различия прослеживаются между руководителями из организаций, различающихся по признакам «тип собственности» (лучше показатели в компаниях отечественной собственности) и «тип отрасли» (в престижных отраслях выше удовлетворенность).

При анализе отдельных групп руководителей мы наблюдаем те же тенденции, что и при рассмотрении выборки в целом.

Тот факт, что в компаниях иностранной формы собственности руководители демонстрируют существенно более низкие показатели удовлетворенности своей карьерой, требует отдельного рассмотрения. На наш взгляд, одно из возможных объяснений — российским руководителям трудно ужиться с реалиями организации трудового процесса, характерными для фирм с зарубежной формой собственности. В целом «властолюбцы» чаще других отмечали «безусловную» удовле-

творенность карьерой, и можно предположить, что высокая успешность в российском бизнесе именно этой категории респондентов является устойчивой характеристикой его социальной организации. Проверим эту гипотезу, обратившись к объективному критерию карьерного успеха (должностному продвижению за два года) (табл. 9).

Таблица 9

Процент руководителей, имевших служебное продвижение за последние два года, среди выделенных групп в зависимости от типа организации
(в % опрошенных, N = 254)

Группы руководителей	Типы организаций						В сред- нем
	Территориальное расположение		Тип собственности		Тип отрасли		
	Москва	Регион	Отеч.	Заруб.	Престиж.	Непрестиж	
Преимущественные ма- териалисты	29	38	32	35	27	38	34
Профессионалы	34	47	27	50	40	39	39
Комплексно социально- ориентированный тип	39	24	31	32	33	30	31
Властолюбцы	46	26	23	42	29	45	34
Не стремящиеся к карьере	10	22	16	8	20	12	13
В среднем	30	35	26	35	31	33	33

Среди организационных признаков значимые различия прослеживаются только по типу собственности: «профессионалы» существенно чаще получают служебное повышение в компаниях зарубежной формы собственности, для фирм этого типа в целом характерна несколько более высокая частота служебных продвижений. Также мы наблюдаем более высокую регулярность должностных повышений среди руководителей с профессиональными и властными карьерными устремлениями, т.е. группа руководителей (выделенная на основе кластерного анализа), ориентированная на власть и влияние, демонстрирует наилучшие показатели карьерного успеха.

Таким образом, во-первых, группа руководителей, ориентированных на власть и влияние, по обоим признакам карьерного успеха демонстрирует наиболее высокие результаты, что позволяет говорить о наибольшей органичности этой группы для социальной организации российского бизнеса. Также достаточно высокие результаты показал кластер, сформированный вокруг центрального устремления к профессиональному росту, тогда как респонденты, не стремящиеся к карьере, показали худшие результаты по всем рассмотренным признакам.

Во-вторых, тип организации в существенной степени влияет на показатели карьерного успеха руководителей: в частности, что в компаниях из престижных отраслей руководителям свойственна более высокая удовлетворенность своей карьерой; руководители из иностранных компаний, несмотря на более высокие объективные показатели карьерного успеха (должностное продвижение), показали более низкий уровень удовлетворенности карьерой. Это наблюдение подводит нас

к гипотезе о неготовности российских руководителей «играть» по правилам, принятым в зарубежных компаниях, и строить по ним свою карьеру.

В-третьих, влияние организационных признаков практически во всех случаях (когда зафиксированы статистически значимые различия) носит однонаправленный характер для всех выделенных групп респондентов. Иными словами, в рамках обозначенных групп показатели карьерного успеха в зависимости от организационных признаков изменяются в том же направлении, что и на уровне всей выборки.

Проведенное исследование демонстрирует сложные отношения организаций с макросоциальной средой в формировании карьерного процесса в российском бизнесе.

С одной стороны, характеристики карьерных устремлений руководителей и показатели карьерного успеха существенным образом различаются в зависимости от организационных признаков. С другой стороны, организация не «всесильна». В частности, карьерные устремления руководителей, занятых на предприятиях с иностранной формой собственности (известных своей ориентацией на меритократические принципы), парадоксальным образом оказываются далеки от профессионального развития и фокусируются на материальном благополучии и власти в еще большей степени, чем это свойственно респондентам из российских фирм.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Бурдье П. Начала. — М., 1994.
- [2] Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма. — М.: ИНИОН АН СССР, 1972. — Т. 1.
- [3] Парсонс Т. Аналитический подход к теории социальной стратификации // Социальная стратификация. Вып. I / Под ред. С.А. Белановского. — М.: ИНХП РАН, 1992. — С. 114—137.
- [4] Пригожин А.И. Современная социология организаций. — М., 1995.
- [5] Сорокин П.С. Бизнес-карьера как предмет анализа социальных наук: подходы и направления // Вестник НГУ им. Н.И. Лобачевского. — 2011. — № 4. — С. 68—74.
- [6] Сорокин П.С. Изучение карьеры сотрудников российских бизнес-организаций: концепция и теоретико-методологические основания эмпирического исследования // Современный менеджмент: вопросы теории и практики. Сб. ст. Вып. 5 / Науч. ред. М.Ю. Шерешева. — М.: НИУ ВШЭ, 2012. — С. 470—484.
- [7] Сорокин П.С., Эфендиев А.Г., Балабанова Е.С. Модели карьерного успеха руководителей в российских бизнес-организациях // XII Межд. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества. В 4 т. Кн. 2 / Отв. ред. Е.Г. Ясин. — М.: НИУ ВШЭ, 2012. — С. 76—84.
- [8] Сорокин П.С. Теоретические и эмпирические исследования профессиональной карьеры: перспективы интеграции на основе теории П. Бурдье // Вестник РУДН. Серия «Социология». — 2012. — № 1. — С. 5—15.
- [9] Baron J.N., Pfeffer J. The social psychology of organizations and inequality // Social Psychology Quarterly. — 1994. — № 57. — P. 190—209.
- [10] Bell D. The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting by Daniel Bell. — Oxford University Press, 2001.

- [11] Björkman I., Fey C.F., Park H.J. Institutional theory and MNC subsidiary HRM practices: evidence from a three-country study // *Journal of International Business Studies*. — 2007. — Vol. 38. — № 3. — P. 430—446.
- [12] Chudzikowski K., Mayrhofer W. In search of the blue flower? Grand social theories and career research: The case of Bourdieu's theory of practice // *Human Relations*. — 2011. — Vol. 64. — № 1. — P. 19—36.
- [13] Cuzzocrea V., Lyon D. Sociological conceptualisations of 'career': A review and reorientation // *Sociology Compass*. — 2011. — Vol. 5. — № 12. — P. 1029—1043.
- [14] Granrose C.S., Portwood J.D. Matching individual career plans and organizational career management // *Academy of Management Journal*. — 1987. — Vol. 30. — № 4. — P. 699—720.
- [15] Hughes E.C. Cycles // Turning Points, and Careers // D. Riesman, H.S. Becker (eds.). *The Sociological Eye. Selected Papers*. — Chicago, N.Y., 1971.

CAREER ASPIRATIONS OF MANAGERS IN RUSSIAN BUSINESS: AN EMPIRICAL RESEARCH OF ORGANIZATIONS OF DIFFERENT TYPES

**A.G. Effendiyev, P.S. Sorokin,
A.S. Gogoleva**

Chair of Personnel Management
National Research University — Higher School of Economics
Kirpichnaya str., 33, Moscow, Russia, 105187

The paper presents the results of the empirical research aimed to reveal, compare and analyze the characteristics of career aspirations of managers in Russian business depending on the type of organization. The research was conducted in 17 business companies (of prestigious and non-prestigious industries, located in Moscow and the regions, having a Russian or foreign owner). More than 250 low and middle managers were interviewed, and 35 in-depth interviews were conducted. The findings allow the authors to identify the differences in the career successes of managers with different career aspirations depending on the features of the organization.

Key words: a career, career aspirations, managers, empirical research.

REFERENCES

- [1] Bourdieu P. *Nachala*. — M., 1994.
- [2] Weber M. *Protestantskaja jetika i duh kapitalizma*. — M.: INION AN SSSR, 1972. — T. 1.
- [3] Parsons T. *Analiticheskij podhod k teorii social'noj stratifikacii* // *Social'naja stratifikacija*. Vyp. I / Pod red. S.A. Belanovskogo. — M.: INHP RAN, 1992. — S. 114—137.
- [4] Prigozhin A.I. *Sovremennaja sociologija organizacij*. — M., 1995.
- [5] Sorokin P.S. *Biznes-kar'era kak predmet analiza social'nyh nauk: podhody i napravlenija* // *Vestnik NGU im. N.I. Lobachevskogo*. — 2011. — № 4. — S. 68—74.
- [6] Sorokin P.S. *Izuchenie kar'ery sotrudnikov rossijskih biznes-organizacij: koncepcija i teoretiko-metodologicheskie osnovanija jempiricheskogo issledovanija* // *Sovremennij menedzh-*

ment: voprosy teorii i praktiki. Sb. st. Vyp. 5 / Nauch. red. M.Ju. Sheresheva. — M.: NIU VShJe, 2012. — S. 470—484.

- [7] Sorokin P.S., Efendiev A.G., Balabanova E.S. Modeli kar'ernogo uspeha rukovoditelej v rossijskix biznes-organizacijah // XII Mezhd. nauch. konf. po problemam razvitija jekonomiki i obshhestva. V 4 t. Kn. 2 / Otiv. red. E.G. Jasin. — M.: NIU VShJe, 2012. — S. 76—84.
- [8] Sorokin P.S. Teoreticheskie i jempiricheskie issledovanija professional'noj kar'ery: perspektivy integracii na osnove teorii P. Bourdieu // Vestnik RUDN. Serija «Sociologija». — 2012. — № 1. — S. 5—15.

ВЕСТНИК
Российского университета
дружбы народов
Научный журнал

Серия
СОЦИОЛОГИЯ

2013, № 4

Зав. редакцией *Т.О. Сергеева*
Редактор *К.В. Зенкин*
Компьютерная верстка: *Е.П. Довголевская*

Адрес редакции:
Российский университет дружбы народов
ул. Орджоникидзе, 3, Москва, Россия, 115419
Тел.: (495) 955-07-16

Адрес редакционной коллегии
серии «Социология»:
ул. Миклухо-Маклая, д. 10/2, Москва, Россия, 117198
Тел.: (495) 433-20-22; e-mail: socio_pfu@mail.ru

Подписано в печать 21.11.2013. Формат 60×84/8.
Бумага офсетная. Печать офсетная. Гарнитура «Times New Roman».
Усл. печ. л. 17,67. Тираж 500 экз. Заказ № 1316

Типография ИПК РУДН
ул. Орджоникидзе, 3, Москва, Россия, 115419
тел. (495) 952-04-41

BULLETIN
of Peoples' Friendship
University of Russia

Scientific journal

Series
SOCIOLOGY

2013, N 4

Managing editor *T.O. Sergeeva*
Editor *K.V. Zenkin*
Computer design *E.P. Dovgolevskaya*

Address of the editorial board:
Peoples' Friendship University of Russia
Ordzhonikidze str., 3, Moscow, Russia, 115419
Tel. (495) 955-07-16

Address of the editorial board
Series "Sociology":
Miklukho-Maklaya str., 10/2, Moscow, Russia, 117198
Tel. +7 (495) 433-20-22,
e-mail: socio_pfu@mail.ru

Printing run 500 copies

Address of PFUR publishing house
Ordzhonikidze str., 3, Moscow, Russia, 115419
Tel. +7 (495) 952-04-41