

КАРЬЕРНОЕ ПРОСТРАНСТВО НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ ТРУДА

.....

Н.В. Евстигнеева¹

В статье предпринята попытка очертить карьерное пространство на российском рынке труда. Прежде всего нужно определиться с термином «карьера», рассмотреть точки «взаимных отношений» с организацией, в которых возможно карьерное продвижение. Для того чтобы обозначить карьерное пространство, необходимо изучить траектории карьеры тех, у кого она состоялась. Поэтому особое внимание уделяется рассмотрению карьерных траекторий топ-менеджеров на российском рынке труда: кто, как, с какой скоростью добивается карьерных вершин, чем отличаются отечественные карьерные маршруты от западных.

Понятие «карьера»

В широком смысле понятие «карьера» определяется как «общая последовательность этапов развития человека в основных сферах жизни: семейной, трудовой и досуговой» [10]. Мы придерживаемся узкого понимания, согласно которому «достижения человека, не получившие институционального признания, не вписываются в карьерные формы жизни», т.е. не имеют отношения к карьере» [1, с. 5]. Иными словами, карьера должна получать публичное удостоверение. Кроме того, говоря о карьере, мы будем подразумевать только профессиональную сферу жизни. Такому узкому пониманию соответствует следующее определение: «целенаправленный должностной и профессиональный рост, поступательное продвижение по служебной лестнице, изменение навыков, способностей квалификационных возможностей и размеров вознаграждения, связанных с деятельностью работника» [10].

¹ Евстигнеева Надежда Валерьевна – магистр социологии, научный сотрудник «Левада-центра». Электронная почта: nadya@levada.ru

Статья принята к публикации 11 декабря 2006 г.

Карьера – это динамичный процесс. Процессная сущность карьеры отражена в большинстве определений этого понятия, о чём свидетельствуют используемые в них термины «движение», «продвижение», «рост», а также подтверждается этимологией слова «карьера» (что в переводе с итальянского означает «бег») [10]. В английском языке есть удачное словосочетание «promotion track» – путь карьерного продвижения, движение сотрудника организации от более низких должностей к более высоким, а также совокупность различных вариантов и направлений такого движения².

Чтобы публично признанная карьера состоялась, одного желания и «спортивных» данных недостаточно. Инициатором карьерного движения все-таки выступает организация – носитель карьерного пространства, без него развитие человека так и останется внутренним развитием, которое не найдет внешнего удостоверения, а потому и не обретет качеств карьеры [8]. Если руководство организации готово к тому, чтобы механизмы карьерной селекции давали заданный результат, оно должно четко определить правила (наподобие правил дорожного движения) карьерного пространства организации и разметить знаками, позволяющими понять, как двигаться к намеченной цели. Именно в размеченном пространстве с опытом осваиваются и правила нарушения правил; это обстоятельство придает гибкость порядку.

В статье «Карьера, этос и научная биография: к семантике автобиографического нарратива» Г.С. Батыгин пишет, что институциональные матрицы задают этос – образцы селективности, диктуемые требованием профессии. Образцы размечают маршруты продвижения вверх, путем последовательных инициаций. На всех этапах селекции образцы поведения не только артикулируются в виде явных требований, но и работают по умолчанию. «Карьера – не столько результат личных усилий, сколько социальный факт, обусловленный совпадением социального характера требованиям институционального образца, и не зависит от намерений самого карьериста» [1, с. 5]. Таким образом, карьерный рост возможен только при одновременном движении навстречу – со стороны «карьериста» и со стороны организации. Поэтому определение карьеры как «развитие человека и освоение им институционального пространства» [8] представляется нам наиболее точным и емким.

Карьерное пространство может осваиваться по нескольким векторам: *должностному, профессиональному, статусному, монетарному*. Должностной вектор задается должностными ступенями, профессиональный – квалификационными разрядами, статусный – статусными рангами, монетарный – объемами вознаграждения [8].

Некоторые исследователи под типами карьер понимают типы перемещений в карьерном пространстве: *вертикальные / горизонтальные; организацион-*

² <http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/260706.html>.

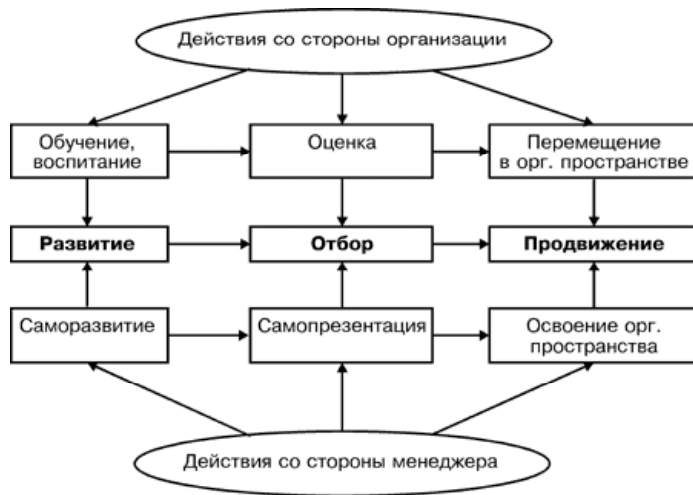
ные / межорганизационные [11]. Есть и более частные типологии: по степени устойчивости (устойчивая, неустойчивая, прерывная, непрерывная); по возможности осуществления (потенциальная, реальная); по характеру протекания (линейная традиционная, последовательно-кризисная, авантюрная, скоростная). Выделяют группы самих карьеристов: *прагматичный тип* (индивид верен выгоде, но не профессии или организации, т.е. с легкостью меняет и то и др.); *отбывающий тип* (перемещение вверх невозможно, главное удержаться на занимаемой позиции); *преобразующий тип* (завоевание мира); *эволюционный тип* (карьерный рост возможен при росте компании) [11]. В этой типологии представлены по существу не столько типы карьеристов, сколько типы, получающиеся в результате взаимодействия актуальных характеристик карьериста и характеристик организации.

Корпоративная культура

Итак, карьера – это одновременно и развитие человека, и освоение им организационного пространства. Организация задает правила игры и размечает карьерное пространство путем создания формальной и неформальной сигнальной системы. Зайдя на сайт любой крупной компании, которая стремится к развитию в условиях здоровой рыночной конкуренции, мы увидим такие понятия, как философия, ценности, цели компании, профессиональный кодекс, корпоративный кодекс и т.д. Ситуация благополучного освоения организационного пространства возможна при условии взаимности, которая в свою очередь возникает, когда система опознает в человеке «своего». В основе успешной идентификации сотрудника лежит *конформность* – «принятие целей и средств институционального действия в качестве своих личных ценностей и целей» [1, с. 5].

Карьера – это долгосрочное планирование, которое можно выстраивать в условиях четкой ясности перспектив, границ освоения и наличия инструкций, правил игры. Как и любой прогноз, она зависит от наличия и качества данных. Не во всех организациях корпоративная культура прописана и прозрачна, в таких условиях планировать карьерное продвижение невозможно. На рисунке показана ситуация взаимности, при которой может состояться успешное карьерное продвижение.

Преимущества прозрачности корпоративной культуры хорошо иллюстрирует цитата успешного американского менеджера Ли Якокка, который в книге «Карьера менеджера», пишет: «Система создает ситуацию, когда каждый человек всегда на виду. А это немаловажно для деятельности крупной компании. Становится невозможным затеряться, когда нужно отчитываться каждый квартал непосредственно перед начальником, и не только перед ним. Косвенно ваш отчет предстает перед его боссом и боссом его босса. Хорошие работники



Взаимодействия организации и менеджера в процессе управления его карьерой [8]

не могут остаться незамеченными, а плохие не могут спрятаться за спину первых» [16, с. 48].

Необходимость корпоративной культуры и разделение ее сотрудниками уже никем не ставится под сомнение. В любой системе оценки персонала существует критерий «лояльность к организации» [2]. Если зайти на сайт сообщества менеджеров «e-xecutive»³, где выложены десятки интервью с успешными российскими топ-менеджерами, то можно обнаружить, что едва ли не каждый второй подчеркивает важность «правильной команды» сотрудников, которая бы «разделяла философию компании».

Экономисты пишут о смещении акцентов внимания в сторону увеличения роли человеческого фактора в развитии экономики, о возрастании значения подсистемы управления персоналом в системе управления организацией. В этих условиях на уровне экономики в целом на первый план выходит управление развитием человеческих ресурсов, а на уровне отдельного предприятия – управление развитием кадров [8]. Исследования показывают значимость корпоративной политики, например, стоимость компании и качество корпоративного управления имеют значимую связь (Б. Блэк, И. Лав, А. Рачинский, А. Паюсте) [13, с. 45].

Карьерное пространство на рынке труда

В отечественной научной традиции принято под профессией и профессионалом понимается любой род деятельности в сфере производства и социально-экономических отношений. В соответствии с англо-американской традицией

³ <http://www.e-xecutive.ru>.

профессиями (professions) называют только высокостатусные виды деятельности, остальные обозначают словом «occupation». М. Кастельс различает два сегмента рабочей силы: производителей информации и рядовую рабочую силу (потенциально заменяемую машинами) [9, с. 117]. Далее мы будем рассматривать карьерное пространство, относящееся к professions, т.е. к высокостатусным видам деятельности, так называемых производителей информации.

Какие профессии самые перспективные? В 2005 г. на этот вопрос попытались ответить журналисты в статье «Карьера: светлое будущее», изучая карьерные перспективы для современного молодого поколения, на основе мнений экспертов (А. Левинсон, А. Крыштановский, Д. Бадовский, В. Седленек, А. Браверман, Г. Сатаров и др.) и представителей самого «молодого поколения». Авторы делают вывод о том, что, «перемещаясь по карьерной лестнице – или поднимаясь на “социальных лифтах”, нынешняя молодежь уже сталкивается с непреодолимыми трудностями – где-то приходится платить, а на какой-то из верхних этажей не пустят ни за какие деньги»⁴ [15]. Головокружительной карьеры, как в 1990-е гг., сейчас не сделаешь. Тогда требовался талант, умение общаться с людьми и удача. Сейчас такие карьеры могут делать только дети видных чиновников, а правление доминирующего сейчас поколения продлится еще 15–20 лет, только потом произойдет смена элит. На этом основании эксперт называет поколение, которое получало высшее образование в 1990-е гг., потерянными. Так как в основе российской экономики лежат нефть, газ и металлы, то и элиту можно назвать сырьевой. Но и те, кто напрямую не связан с ископаемыми, тоже кормятся с элитного стола [15].

Карьера – это канал вертикальной мобильности, по которому человек двигается от школы до пенсии. В советское время выбор каналов был небольшой; идеальная траектория «комсомол – партия – пенсия всесоюзного значения». Сейчас выделяют 4 возможных канала: 1) силовое предпринимательство; 2) собственный малый бизнес; 3) работа в сфере услуг; 4) получение образования, с помощью которого можно сделать карьеру [15]. Остановимся на четвертом канале вертикальной мобильности.

Какое образование может сулить карьерный рост и безбедное существование? Некоторые эксперты считают, что перспективные профессии те, на которые сейчас острая нехватка; например, технолог, разбирающийся в производстве колбасы, может рассчитывать на зарплату от 2 500 дол. Однако подавляющее большинство родителей видят будущее своих детей в двух профессиях – экономист и юрист. Такой стереотип сложился в 1990-е гг., но отказаться от него люди пока не могут. По итогам вступительных экзаменов 2005 г., по конкурсу на первое место вышли экономисты, на второе – юристы, на третье – менеджеры. «Во всем мире бакалавриата менеджмента почти нет, а у нас ред-

⁴ Несмотря на то что это мнение основано на ответах экспертов, нужно делать поправку на то, что это мнение журналистов, которым положено по жанру быть пессимистами.

кий вуз не имеет такого факультета. Я часто спрашиваю у родителей: что, ваш ребенок в 22 года топ-менеджером станет?» (А. Крыштановский) [15].

При этом менеджер-беспредметник никому не нужен, случаи «транспрофессионализма» редко, но встречаются исключительно на самых верхних этажах топ-менеджмента, «когда компании приглашают человека из другой отрасли на топ-должность, потому что на рынке относительно немного людей, способных выстроить или перестроить все бизнес-процессы» [14]. Для менеджеров среднего звена «пучок» возможных ипостасей более ограничен. Так, для многих гуманитариев это разные функции в проектах в пределах квадрата: маркетинг – реклама – СМИ – пиар. То есть для них актуальна, скорее, демоверсия транспрофессионализма с суженным горизонтом функций и сфер. Таково мнение практиков, директоров ведущих кадровых агентств.

Но так же считают и теоретики, например, «экономисты институционального направления полагают, что национальные рынки труда состоят из взаимосвязанных, но не конкурирующих между собой субрынков. Основная конкуренция с целью трудоустройства происходит в пределах одного сегмента» (Э. Каллеберг, К. Лэнг, У. Диккенс) [8, с. 116]. Если бы менеджер-беспредметник был востребован на рынке труда, то мы бы наблюдали конкуренцию между субрынками.

Кроме того, во всем мире наблюдается спрос на второе высшее образование для взрослых, по мнению экспертов, спрос возрастет и в России. Горизонтальные перемещения – мировая тенденция [15].

О верхних этажах карьерного пространства

Понятие топ-менеджера не имеет четкой характеристики. Одни топ-менеджерами считают только генеральных директоров, другие – руководителей любого подразделения (отдела, направления). В справочнике профессий «Occupational Outlook Handbook», издаваемом Бюро статистики труда США, топ-менеджерами считают тех, кто «разрабатывает стратегию развития компании, для них характерны: высокий уровень оплаты труда, большая продолжительность рабочего дня, значительное число командировок, большое разнообразие формального образования и стажа работы» [13, с. 13].

С.Ю. Рошин и С.А. Солнцев выделяют иные критерии отнесения к топ-менеджменту: 1) значительное влияние на деятельность компании; 2) высшие позиции в компании; 3) подчиненность только гендиректору и представителям собственников; 4) значительную самостоятельность в принятии решения; 5) наличие большого числа подчиненных; 6) крупный или средний размер компании [13, с. 9–10]. Топ-менеджеры могут быть только в крупных компаниях, и помимо высшего руководства компании в топ-менеджмент входят члены правления, члены совета директоров, функциональные директора (по маркетингу, рекламе, информационным технологиям, безопасности, кадрам, работе

с клиентами, связям с общественностью и т.д.), директора бизнес-подразделений, региональные директора [13, с. 12].

Доступны ли верхние позиции карьерного пространства простым смертным с хорошим образованием? Журналисты, изучающие профессиональные наклонности детей «золотого запаса», выстроили в порядке убывания следующие приоритеты: околосударственный бизнесмен, банкир, просто бизнесмен. Причем наблюдается тенденция «профильной» преемственности – дети министров становятся сотрудниками компаний, которые для их родителей были или остаются «профильными». Об этом несколько залихватски пишет журналист: «Пример – Виталий, Алексей и Виктор Черномырдины (сыновья и племянник бывшего премьера). Их судьба оказалась тесно связана с деятельностью ОАО “Газпром”. Виталий с 1995 г. руководил одной из дочерних фирм этой компании – “Стройтрансгазпромом”, а сейчас занимает должность заместителя начальника департамента по работе с регионами. Младший сын Алексей долгое время зарабатывал тем, что экспортировал газ за рубеж. Племянник Виктор работал начальником департамента маркетинга ОАО “Газпром”, но в 2002 г. это место занял сын бывшего спикера Госдумы. Железнодорожный министр Николай Аксененко, имея 12 родных сестер и братьев и одних только племянников 50 штук, проявил недюжинную смекалку, при МПС одна за другой стали возникать семейные фирмы: “ПФГ-Евросиб”, “Иристон”, “Троэль” и др.» [4]. Сергей Матвиенко – вице-президент Внешторгбанка, Илья Волошин – вице-президент Конверсбанка, Сергей Иванов – вице-президент Газпромбанка, Юлия Шойгу возглавляет Центр экстренной психологической помощи МЧС [15].

Напрашивается вывод, если вы не из числа «золотого запаса», но имеете желание сделать стремительную карьеру и дорасти до топ-менеджера, то выбирать для этого организацию, где активным акционером выступает государство, не надо. Кроме того, даже в организациях, не относящихся к государственной монополии, а развивающихся в условиях здоровой рыночной конкуренции, существуют подразделения для развития связей с государственными структурами, для таких подразделений дети «золотого запаса» являются приоритетными кандидатами.

Но это не единственные ограничения на пути к топ-менеджерским позициям. Отличительной чертой российских компаний является участие владельцев в оперативном управлении, когда они занимают в ней высшие руководящие посты. В соответствии с международной практикой такие компании принято относить к семейным компаниям. Наличие большого числа семейных компаний сдерживает развитие рынка труда топ-менеджеров в России. Талантливые менеджеры, зная, что их карьерные перспективы ограничены, в таких компаниях не задерживаются [13, с. 18–19]. Развитию рынка топ-менеджеров способствовали следующие факторы: открытие в первой половине 1990-х гг. большого

числа предприятий и филиалов иностранных компаний; совершенствование корпоративного управления; рост конкуренции на рынках; выход российских компаний на западные рынки и повышение их прозрачности [13, с. 43].

Специалисты, изучающие рынок кадровых услуг, считают, что спрос на эти услуги является значимым показателем того, что организация находится в ситуации нормальной рыночной конкуренции, что организация динамично развивается, что в ней осознают значимость человеческого ресурса.

В книге «Рынок труда топ-менеджеров в России» [13] проанализирована информация о перемещениях (назначениях, увольнениях) топ-менеджеров за период 1999–2004 гг. Источником информации послужила газета «Ведомости», в которой регулярно (1–2 раза в неделю) публикуются сведения о назначениях топ-менеджеров, что позволило собрать данные о 1778 перемещениях. При этом 6 руководителей попали в базу 3 раза, 79 руководителей – 2 раза, 1693 – один раз. Проведенный анализ позволил выделить 3 основные группы топ-менеджеров.

В первую группу вошли бывшие *советские директора*, которые еще до 1993 г. возглавляли организации и впоследствии смогли адаптироваться к рынку. Для этих руководителей характерен низкий уровень мобильности. На эту группу приходится всего 8% назначений, и ее численность будет снижаться по причине выхода на пенсию.

Вторую группу составили *более молодые топ-менеджеры*, которые в 1990-е гг. сделали успешную карьеру. Они приобрели опыт работы на высшем уровне в представительствах иностранных компаний, реже за рубежом. Часть из них получила дополнительное образование по программе МВА. Данная группа наиболее многочисленна (около 80%) и разнородна по составу. В ней можно выделить руководителей, управляющих собственными предприятиями, хотя их доля снижается и они уступают место наемным топ-менеджерам. Другую подгруппу составляют бывшие собственники, их компании были поглощены, и они остались работать наемными топ-менеджерами.

К третьей группе отнесены *экспаты*⁵ – иностранные топ-менеджеры, доля которых составляет 13%. В основном они работают в иностранных компаниях, размещенных в России, однако 38% экспатов работают в российских компаниях. При этом в иностранных компаниях это внутреннее перемещение, т.е. работника переводят из зарубежных филиалов, а российские организации нанимают иностранных топ-менеджеров на международном рынке труда. Нередко они остаются в России продолжительное время, переходя из одной компании в другую, что говорит о частичной интеграции российского рынка труда топ-менеджеров в мировой рынок [13, с. 42–43].

⁵ В зарубежной практике иностранного топ-менеджера называют «expatriate top-manager», т.е. «топ-менеджер – экспатриант». В современной российской управленческой практике получило распространение сокращенное понятие «экспат» [13, с. 39].

По данным исследования Ассоциации консультантов по подбору высшего управленческого персонала (Association of Executive Search Consultants), в котором было опрошено 516 руководителей (72% проживают в Северной Америке, 18% – в Европе, остальные – в других странах), наиболее привлекательной страной возможного места работы для менеджеров является Китай, в который согласились бы поехать 50% опрошенных. Россия и Индия кажутся привлекательными для 34% специалистов⁶.

Итак, что представляет собой российский топ-менеджер? Основная возрастная группа – 31–37 лет, доля перемещений которой составила 40%, на долю пожилых (от 60 лет) приходится всего 2%. Происходит снижение доли возрастной группы до 31 года с 23% в 1999 г. до 15% в 2004 г. Возможно, это говорит о том, что «головокружительные карьеры» действительно остались в 1990-х гг. Мужчины, конечно, преобладают в высших эшелонах руководства, но женщины активно осваивают верхние этажи карьерного пространства: если в 2000 г. их доля составляла 7%, то в 2003 г. – 12,5%. Доля женщин выше в финансовой сфере (кроме банков) и сфере бизнес-услуг (рекрутинг, аудит, консалтинг, реклама, юриспруденция). У большинства топ-менеджеров экономическое образование, техническое образование имеют 47,5% российских топ-менеджеров и 15,5% экспатов, гуманитарное – 9,2% российских и 15,5% экспатов. Бизнес-образование получили 14,1% российских и 9,2% иностранных топ-менеджеров [12, с. 20–21]. Таким образом, типичный российский топ-менеджер – это мужчина 31–37 лет с экономическим или техническим образованием.

Таковы данные о назначениях, а если посмотреть базу данных соискателя на позиции топ-менеджера, то получается следующая картина: 82% соискателей – мужчины в возрасте от 30 до 40 лет (51%) [7].

В целом число внутренних (внутриорганизационных) и внешних (межорганизационных) перемещений оказалось практически одинаковым. В 51% случаев имели место внутренние продвижения по службе и в 49% – внешний найм. Если говорить отдельно о группе экспатов, то для тех, кто работает в иностранных компаниях, наиболее распространено внутреннее перемещение (76%), а для экспатов, работающих в российских компаниях, наоборот внешнее (79%) [12, с. 22].

Основная теоретическая концепция, которая используется для объяснения выбора внутреннего или внешнего назначения, опирается на понятие специфического человеческого капитала, которое было введено в 1960-х гг. Г. Беккером. Согласно его концепции, качественные характеристики работника можно разделить на общий и специфический человеческий капитал. Основное отличие между этими капиталами состоит в том, что общий капитал способен к отдаче на различных рабочих местах в разных организациях [12, с. 13].

⁶ 34% западных топ-менеджеров хотят работать в России (09.06.2004) http://www.e-xecutive.ru/publications/ratings/article_2350.

Наиболее склонны к использованию внешнего найма юридические компании (71%), далее следуют страховые и табачные компании (65%), СМИ (60%), банки (58%), научные организации (56%), туристические фирмы (55%), компании связи и кадровые агентства (54%), гостиницы (52%). Получается, что в этих сферах специфический человеческий капитал играет меньшую роль, а важным он является в таких секторах, как газовая промышленность (83% внутренних назначений), аудиторско-консалтинговые компании (73%), нефтеперерабатывающие (72%), машиностроительные (70%), угольные и энергетические компании (68%), рекламные агентства (66%). Женщины более склонны к внутрифирменным перемещениям, чем мужчины (64 и 50% соответственно), особенно в возрасте от 22 до 26 лет, когда этот показатель достигает 80%. У мужчин на 12% выше вероятность внешнего назначения, чем у женщины, для которых характерен меньший уровень мобильности как межфирменной, так и территориальной [13, с. 23–25]. Интересно, что наличие гуманитарного образования повышает вероятность внешнего перемещения на 14% [12, с. 27].

Изменения в карьерных траекториях

Обратимся к данным февраля 2007 г. о назначениях топ-менеджеров. На сайте сообщества менеджеров (e-executive.ru) еженедельно публикуется информация о назначениях (с краткой трудовой биографией) топ-менеджеров из таких источников, как «Ведомости», «Коммерсант», ИА «Финмаркет», ГИПП, «Admarket», «Media-atlas», «Finam.ru». Мы проанализировали 100 назначений. Средний возраст топ-менеджера – 37 лет. Из 100 назначений 19 достались женщинам. Средний трудовой стаж составил 14 лет, в течение которых в среднем менеджер менял 4 организации – средняя продолжительность работы в одной организации составила 3,5 года.

Карьерные траектории в разных секторах экономики имеют особенности. Например, в металлургии и автопроме топ-менеджеры получают назначение в 44–50 лет, а в сфере бизнес-услуг – в более молодом возрасте. Какие-то сферы более открыты для женщин, чем другие. В одних сферах карьера возможна благодаря межорганизационным перемещениям, в других продвижение открыто для опытных старожил.

Если российский рынок топ-менеджеров стал формироваться только в 1990-е гг., то на Западе он сложился давно и претерпел несколько этапов развития. П. Капели и М. Хамори⁷ провели сравнительное исследование карьерных траекторий топ-менеджеров (компаний, входящих в списки Fortune-100 в 1980 г. и в 2001 гг. [17]). Двадцать лет назад карьерная траектория была типична для большинства топ-менеджеров: престижное образование в университете

⁷ Питер Капели – директор Центра управления человеческими ресурсами «Уортон» («Wharton»), Моника Хамори – профессор Школы бизнеса «Instituto de Empresa» (Мадрид).

Лиги Плюща⁸, перспективная должность в крупной компании и 20–30 летний подъем, шаг за шагом, по корпоративной лестнице, завоевание кресла председателя совета директоров и, наконец, пост CEO. Рост внутри одной компании доминировал в качестве принципа карьерного продвижения.

Сейчас эпоха «человека организации» миновала⁹. Топ-менеджеры «помолодели», и им теперь необязательно оканчивать престижный университет. Они двигаются к первой позиции в среднем на 4 года быстрее, чем их предшественники в 1980 г. Им бывает достаточно 5 лет с момента прихода в компанию, чтобы ее возглавить, и чаще их нанимают со стороны, так что позиция CEO становится для них первой и единственной в этой компании. Если в 1980 г. среди глав компаний Fortune-100 не было ни одной женщины, то в 2001 г. в список вошли 11% женщин. По сравнению с мужчинами, бизнес-леди моложе (в среднем 47 лет против 52), быстрее достигают вершины и реже проходят длинный карьерный путь в одной компании (32% против 47%) [17].

Авторы установили связь между эволюцией карьеры управленца и изменением самого состава корпораций, входящих в Fortune-100. Только 26% компаний из списка 1980 г. попали в рейтинг 2001 г. При этом число производственных компаний упало с 17 до 1%, а компании, занятые в секторе финансового сервиса, вообще не представленные в 1980 г., в новом рейтинге заняли 17% от всего списка. «Время в пути» на вершину также зависит от отрасли. Компании наиболее динамично развивающихся секторов рынка предлагают лучшие перспективы карьерного продвижения. Например, в 2001 г. кратчайший путь к посту топ-менеджера открывался перед менеджерами в торговых компаниях и компаниях финансового сервиса, при этом ни одна из отраслей не была представлена в Fortune-100 в 1980 г.

Изменения коснулись и сфер ответственности, из которых чаще всего приходят главы компаний. Если в 1970-е гг. самой надежной ступенькой к верхним позициям был маркетинг, то сегодня вершины открываются перед финансовыми специалистами, им несколько уступают, но очень близки профессионалы HR.

В 2001 г. число топ-менеджеров, не обучавшихся в университетах Лиги Плюща, возросло до 50%, но значительно увеличилась доля тех, кто получил степень MBA или второе юридическое образование. Авторы подчеркивают, что это совсем не означает, что крупнейшие корпорации США стали менее элитарными и более открытыми для выходцев из любых социальных слоев.

⁸ В Лигу Плюща входят самые престижные частные университеты северо-востока США: Дартмутский колледж, Йельский, Колумбийский, Пенсильванский, Принстонский, Корнельский, Гарвардский университеты и Университет Брауна. В соответствии с английской традицией стены университетов членов Лиги увиты плющом [13].

⁹ В 1970-е гг. доля внешних перемещений в США составляла 10%, в 1980-е – 20% [12, с. 14–22].

Наиболее достоверное объяснение они видят в том, что университеты Лиги Плюща просто не в состоянии полностью обеспечить потребности современного бизнеса [17].

Нельзя сказать, что новая модель безоговорочно вытеснила традиционную схему корпоративной карьеры. Самые крупные и консервативные компании Fortune-100 и в 2001 г. придерживались устоявшейся карьерной модели. 45% топ-менеджеров по-прежнему являются старожилками, имеющими около 15 лет стажа. Однако в 1980 г. таких было 54%. Речь в данном случае идет в основном о крупнейших мировых корпорациях с огромным внутренним рынком труда и жесткой политикой, ориентированной на карьерный рост внутри компании. В то же время в молодых организациях, существующих на рынке менее 30 лет, показатель топ-менеджеров, поднимающихся по ступенькам корпоративной иерархии, составил только 17%.

Авторы исследования говорят о том, что изменился не только карьерный путь топ-менеджеров, но и их роль в организациях. *Сегодня их нанимают не на работу, а на проекты* – не для того, чтобы они просто работали, а для того, чтобы они сделали что-то конкретное для организации. Современные корпорации заинтересованы в лидерах, способных выработать стратегию и становиться стратегией компании. *Сегодня выигрывают те, кто способен продвигать себя сам* [17].

Мы видим, что ситуация на отечественном рынке в чем-то схожа, он формировался во время трансформации эпохи «человека организации». Российский топ-менеджер в среднем работает 3,5 года в одной организации, и количество межорганизационных перемещений возрастает. Наш топ-менеджер гораздо моложе западного – в среднем на 10–15 лет. Самый быстрый карьерный рост наблюдался в торговых и финансовых компаниях, эти же сектора на российском рынке входят в число наиболее динамично развивающихся.

Идеальное карьерное пространство

Консалтинговая компания «Graduate» и журнал «Карьера» определили рейтинг не просто самых желанных работодателей, но и тех из них, которые соответствуют ожиданиям выпускников. Было опрошено 500 студентов и выпускников из ведущих московских и региональных вузов, это были экономисты, технари, управленцы, гуманитарии, получившие или получающие степень бакалавров, специалистов, магистров, а также аспиранты. На втором этапе проводился телефонный опрос компаний, попавших в число наиболее желанных работодателей. Менеджеры по персоналу или представители пресс-служб отвечали на вопросы, подобные тем, что содержали анкеты для молодых специалистов. Исследователей интересовало, предоставляет или нет компания определенные условия из списка ожидаемых. Были выявлены следующие критерии оценки организации:

- 1) характеристика компании (динамичное развитие компании в России и мире, высокая эффективность, наличие сложившейся корпоративной культуры и т.д.);
- 2) возможности статусного и карьерного роста в компании;
- 3) возможности личностного развития и профессионального роста (доступность корпоративного обучения, специальных программ для молодых специалистов и пр.);
- 4) характеристика работы (возможность нести ответственность за выполнение отдельных проектов, необходимость выполнения рутинных обязанностей и т.д.);
- 5) компенсации и гарантии (заработная плата, социальный пакет и др.);
- 6) условия работы в компании (наличие и частота командировок, возможность совмещать работу с учебой, гибкость рабочего графика и др.) [5].

Список самых желанных работодателей 2006 г. получился следующим: «Morgan Stanley», «Shell», «Лукойл», «Danone», «BAT», «Procter&Gamble», «PricewaterhouseCoopers», «L'Oreal», Альфа-банк, «Nestle», «Deloitte», «McKinsey», «KPMG», «BBDO», «Тройка-Диалог», «Coca-Cola», «Erns&Young», «Газпром», «ТНК-ВР», «Уралсиб» [5].

Выделяются *три лидирующие отрасли*: FMCG¹⁰, аудит и консалтинг, нефтедобывающие компании. Именно эти отрасли сохраняют лидерство в течение 3–5 лет. В 2004 г. межотраслевое соотношение было примерно одинаковым, с небольшим перевесом FMCG-компаний, но уже в 2005 г. компаний, оказывающих профессиональные услуги, было в 1,5 раза больше, чем FMCG.

Источником популярности одних компаний является активная политика на рынке труда: «PricewaterhouseCoopers», «BAT», «Shell», «Procter&Gamble», «L'Oreal», «Deloitte», «Ernst&Young» постоянно организуют для студентов мероприятия, курсы, семинары, лекции, презентации, дни открытых дверей.

Популярность компаний FMCG-сектора – «Procter&Gamble», «L'Oreal», «Nestle», «Danone» – частично объясняется тем, что с их продукцией каждый сталкивается практически ежедневно. Ведь попадание именно этих, а не каких-то других FMCG-компаний в рейтинг «самых желанных» связано с тем, что они с каждым годом повышают свою активность на рынке труда молодых специалистов.

В рейтинге самых популярных компаний есть и такие, которые не занимаются крупномасштабной рекламой как в целом на рынке, так и среди молодых специалистов, однако интерес к ним не менее велик. «Morgan Stanley», «McKinsey & Company», «Тройка-Диалог» имеют узкую целевую аудиторию,

¹⁰ FMCG – аббревиатура от Fast Moving Consumer Goods, принятая для обозначения товаров широкого потребления.

наборы молодых специалистов в них небольшие, в результате складывается впечатление, что в них попадают только «самые-самые». Кроме того, на рынке труда молодых специалистов сложилось мнение о том, что сотрудники инвестиционных и консалтинговых компаний – это успешные, амбициозные, целеустремленные молодые люди, достигающие огромных карьерных высот и богатства, т.е. работать в инвестициях модно [5].

В аудите и консалтинге из 6 групп факторов, оценивающих организацию, проигрывает шестая – условия работы, что связано с большим количеством командировок. Но эти компании активно вкладывают в развитие сотрудников (в среднем 3 000 дол. в год на одного сотрудника). Профессия аудитора имеет многоступенчатую квалификационную иерархию и связана с бесконечной учебой, сложной системой получения сертификатов – сдача одного экзамена может длиться полгода.

Представители FMCG-сферы занимают ведущие положения во всех группах факторов. В течение двух предыдущих лет эти компании уступали в рейтинге только по одному показателю – развитие и профессиональный рост, но теперь этого отставания нет.

Идеальный карьерист

Рассмотрев ситуацию пожелания молодого специалиста, посмотрим на ситуацию с другой стороны. Были опрошены руководители предприятий г. Бийска, которые принимали на работу молодых специалистов (до 3 лет, с момента окончания вуза) экономических специальностей. В результате выделены 3 группы критериев.

Образовательный потенциал: теоретические знания, практическая подготовка, навыки работы на компьютере, навыки делового общения, юридическая грамотность, этика поведения.

Мотивация профессионального роста: готовность к повышению квалификации на стажировках и курсах, к получению второго высшего образования, к обучению в аспирантуре, к служебным командировкам, к овладению смежными и дополнительными профессиями.

Личные качества: инициативность, умение работать в команде, способность работать и принимать решения самостоятельно, восприимчивость к инновациям, нововведениям, лидерские качества, коммуникабельность, творческий подход к выполняемой работе [6, с. 10–12].

Сотрудник компании «Finmanagement» в статье «Работа менеджера над собой» выделяет набор качеств «сильного» управленца: обладает высокой сопротивляемостью к фрустрации; умеет общаться с людьми; способен отказаться от своей точки зрения; принимает критику, но при этом сохраняет уверенность в себе; выдержанно принимает и победы и поражения; проигрывает без чувства

поражения, немедленно принимаясь за новые проблемы; энергичен, компетентен в проблемах управления; любит организовывать дело; способен вызвать расположение к себе; способен видеть изменения и внутри организации, и вне ее; готов к изменениям и готов их начать; способен нести ответственность за решения; умеет продуктивно использовать свое время [3].

Карьерная лестница, практически в любой сфере деятельности, так или иначе связана с управлением. Каждый шаг, повышает зону вашей ответственности, свободы, ответственность за внешние факторы, экстремальность, появляются подчиненные, которых надо организовывать, появляются более очерченные и объемные задачи и т.д. – ваша деятельность все больше приобретает проектные черты. Помимо знания предмета, общей эрудированности, знания языка и других технологических параметров из области ЗУН (знания, умения, навыки), все чаще компании требуют экспертных навыков. Для них важен аналитический и стратегический склад ума, интеллигентность, умение общаться с людьми, презентативные и самопрезентативные способности, т.е. человек должен быть социально, а не предметно ориентирован. Все эти качества можно отнести условно к экспертному капиталу, который нужно уметь непрерывно наращивать. Кроме того, необходима высокая степень лояльности к организации, т.е. принятие целей и ценностей организации в качестве собственных.

Заключение

Итак, карьера – это *развитие человека и освоение им институционального пространства*. Как должен развиваться человек, как возможно освоение карьерного пространства, каковы основные траектории освоения и как правильно выбрать пространство, которое нужно осваивать? Помимо образовательного потенциала, знания технологии (ЗУН), необходимо уметь наращивать экспертный капитал, который связан с личными качествами. Интеллигентность, умение общаться, презентативные и самопрезентативные навыки, аналитический стратегический склад ума, умение самоорганизовываться и организовывать других, принимать решения, при необходимости брать ответственность на себя и т.д. Но развиваться для карьеры человек сам по себе не может, развитие может происходить только в точке взаимодействия работника и работодателя (см. рисунок) организация должна принимать участие в развитии, а это в свою очередь возможно при высокой степени лояльности сотрудника к организации, при принятии целей и ценностей организации в качестве собственных. Чтобы ценности организации были приняты, они как минимум должны быть заметны, т.е. необходима прозрачная, четко прописанная корпоративная культура.

В каком *институциональном (организационном) пространстве* возможно стратегическое планирование освоения? Это должна быть крупная компания, лидер своего направления, не государственная, не семейная, с эксплицитной

корпоративной культурой, с понятным карьерным маршрутом. Сектор экономики должен динамично развиваться (FMCG, аудит, консалтинг, финансы, телекоммуникации и т.д.). Компании, в которых преобладает внешний найм, не заинтересованы вкладывать в своих сотрудников. На российском рынке это юридические, страховые, табачные компании, СМИ, банки, научные организации, туристические фирмы, компании связи, кадровые агентства. На западном рынке к внешнему найму склонны молодые компании, а также компании в сфере торговли, финансовых услуг. Начинать трудовую биографию, когда закладывается профессиональное развитие, лучше в компаниях, которые заинтересованы вкладывать в развитие своих сотрудников.

Траектории освоения. На западном рынке эпоха «человека организации» трансформируется. Развиваются новые экономические сферы, которые устроены по-новому. Ускоряется темп жизни, появляются новые технологии, меняются экономические приоритеты, мир вообще слишком быстро меняется. Рынок труда подчиняется новым экономическим условиям. Наблюдается рост межорганизационных перемещений, изменяются задачи и функции топ-менеджеров – их нанимают не на работу, а на проекты. Если в 1970-е гг. на западном рынке почти 90% всех перемещений руководителей приходилось на внутрифирменные [12, с. 14–22], то в 2001 г. в молодых, активно развивающихся компаний доля внутренних назначений составила только 17% [17]. Российский рынок труда профессионалов (professionals) развивался в эпоху «трансформации человека организации», когда доля внешних назначений составляла 49%. В среднем за свою трудовую биографию российский топ-менеджер меняет организации каждые 3,5 года. Конечно, тип карьерного продвижения зависит от профессиональной области, но общие тенденции едины: рост значимости человеческого ресурса, необходимость развития корпоративной культуры; изменение функций топ-менеджера, которого нанимают не на работу, а на проекты для решения конкретных задач, поэтому карьерный рост связан с проектной деятельностью, а не с процессной (т.е. чем ближе к «небу», тем больше ваша профессиональная деятельность будет приобретать проектные черты); повышение роли экспертного капитала и умение его развивать (хотя бы потому, что карьерный рост связан с ростом управленческих обязанностей, и здесь важны личные качества).

Изучение карьерных траекторий позволяет не только анализировать рынок труда, но и видеть общее состояние экономики и общества, определить, какие сферы экономики динамично развиваются. Сравнение базы данных соискателей и базы назначений может давать интересные данные. В целом это направление может быть полезным для исследователей, занимающихся проблемами образования, гендерной проблематикой, изменением структуры шансов, типов капитала, мобильности и т.д.

Библиографический список

1. *Батыгин Г.С.* Карьера, этос и научная биография: к семантике автобиографического нарратива // Человек. Сообщество. Управление. 2007. № 1.
2. *Борисова Е.* Критерии оценки персонала. Рецепт для тех, кому некогда // Персонал Микс. 2001. № 2. (http://www.personal-mix.ru/page.php?page_id=6&article_id=96).
3. *Вересов Н.Н.* Работа менеджера над собой // <http://soc.lib.ru/su/221.rar>.
4. *Викторова А.* Ты мое золотце. Российские министры инвестируют в детей и племянников // Новая газета. 2005. 30 июня.
5. *Витина Т.* Он пришел дать вам работу. XX Target (Annual Rating of Graduate Employers) // <http://www.e-graduate.ru/MarketResearch.html?artId=0ebaf400-7e6b-46b7-93d7-e9c64b50736d>.
6. *Волкова Н.В.* Кадровая политика для закрепления на предприятии молодых специалистов (на примере выпускников экономических специальностей высших учебных заведений): Автореф. дис. ... канд. экон. наук. Новосибирск, 2005.
7. Высший менеджмент: тенденции на рынке занятости (2004–2005 г.) // <http://hh.ru/cms/fileManager/getFile.do?id=668308>.
8. *Иванов В.Ю.* Управление карьерой менеджера: необходимость и основное содержание // Менеджмент в России и за рубежом. 1998. № 5. (<http://www.cfin.ru/press/management/1998-5/05.shtml>).
9. *Иванов И.М.* Профессионалы на рынке труда и проблемы их социальной защищенности в современной России // Мир России. 2004. № 4.
10. *Наумова Н.Н.* Карьера как объект социологического исследования // Политические и социальные проблемы современной России: Сб. научных трудов. Таганрог: ТГПИ, 2004. (http://tgpi.ru/old_site/download.htm)
11. *Наумова Н.Н.* Типология карьерного поведения // Политические и социальные проблемы современной России: Сб. научных трудов. Таганрог: ТГПИ, 2004. (http://tgpi.ru/old_site/download.htm)
12. *Роцин С.Ю., Солнцев С.А.* Рынок труда топ-менеджеров в России: между внешним наймом и внутренним продвижением // Российский журнал менеджмента. 2005. Т. 3. № 4.
13. *Роцин С.Ю., Солнцев С.А.* Рынок труда топ-менеджеров в России. М.: ГУ–ВШЭ, 2006. (http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/302302/chapter1_roschcin.pdf.html).
14. *Черников Д.* Человек под функционал или функционал под человека? // Энциклопедия карьеры (Online журнал сайта Headhunter) <http://hh.ru/contents/publication.do?publicationRubrikId=16&publicationId=865>.
15. *Юсупова Д., Вернидуб А., Роткин А.* Карьера: светлое будущее // Русский Newsweek. 2005. 1–7 авг. № 28 (58). (<http://www.gosclub.ru/images/content/projects/newsweek.pdf>).
16. *Якокка Л., Новак У.* Карьера менеджера: Пер. с англ. Минск: Попурри, 2002.
17. *Sappelli P., Natomi M.* The Path to the Top: Changes in the Attributes and Careers of Corporate Executives, 1980-2001 // NBER Working Paper № 10507. 2004. May.