

УДК 316.305-057.175

ВЯТКИНА Наталья Владимировна – аспирант кафедры социологии и политологии Пермского национального исследовательского политехнического университета (614990, Россия, г. Пермь, Комсомольский пр., 29; zxcx1@yandex.ru)

СОЦИАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ РОССИЙСКОГО МЕНЕДЖЕРА СРЕДНЕГО ЗВЕНА

Аннотация. В статье приводится социальный портрет типичного менеджера среднего звена, составленный по результатам анкетирования 481 сотрудника коммерческих предприятий 18 отраслей экономики России. Показано, что типичным представителем этой профессиональной группы в России можно назвать женщину (71,5% респондентов) в возрасте от 20 до 40 лет (79,8%) с высшим образованием (57%), состоящую в официальном браке (59,1%), имеющую достаток выше среднего уровня (85%) и собственное жилье (58,5%). Большая часть представителей исследуемой категории работает в сфере продаж и маркетинга. Успешным типичным менеджером среднего звена является тот, кто ставит перед собой высокие цели и добивается их, максимально реализуя свой потенциал. 75% опрошенных считают основной составляющей категории «успех» счастливую личную/семейную жизнь, более половины – внутреннюю гармонию с самим собой. Иерархия ценностей-целей, достижение которых определяет успешность менеджеров среднего звена, представлена тремя четко выраженными кластерами: личными ценностями (семья, друзья); индивидуальными ценностями (работа, самореализация) и абстрактными общечеловеческими ценностями (жизненная мудрость, развитие и свобода).

Ключевые слова: социальный портрет, социальный успех, менеджеры среднего звена, социально-статусные характеристики

Современная социально-экономическая ситуация в России характеризуется повышением социального статуса линейных руководителей как особого социального института при адаптации организационных иерархий коммерческих организаций к условиям смены хозяйственных парадигм [Монахов 2001: 66]. Менеджеры среднего звена (*middle managers*), определяющие характер операционной деятельности российских компаний, оказываются основными носителями импульса социально-экономической активности как имеющие наиболее активную жизненную позицию и открытость инновациям [Мовчан 2007: 74].

В то же время отечественная социологическая теория и практика не в полной мере отвечают вызовам времени. В частности, в динамичных условиях трансформации социально-экономической ситуации России недостаточно определена и ограничена социально-профессиональная группа менеджеров среднего звена коммерческих предприятий. Как отмечает В.В. Казаков, до сих пор не была предпринята попытка дифференцировать особенности руководства среднего звена в различных социально-организационных контекстах [Казаков 2007: 96]. Стоит также обратить внимание на то, что и сама управленческая деятельность менеджеров среднего звена является изменяющимся, сложным явлением.

С учетом сказанного выше перед исследователями встала задача формирования социального портрета, т.е. совокупности доминантных индивидуально-психологических, социальных и статусных характеристик, описывающих представителей данной профессиональной группы. Наряду с изучением общих социальных характеристик, акцент был сделан на определении социально-статусных характеристик, мотивационной сферы и ценностных ориентаций менеджеров среднего звена в контексте их взаимосвязи с инновационным развитием коммерческих предприятий [Вяткина 2014: 71].

Из ранее выполненных исследований по данному направлению стоит выделить исследование Э.В. Кондратьева, в котором отмечена высокая значимость компетенции кластера «Личность и внутренняя мотивация» для результативности менеджеров среднего звена, особенно ответственности, заинтересованности и самоконтроля [Кондратьев 2011: 299]. А выполненный Э.В. Бушковой-Шиклиной анализ предпочитаемых менеджерами ценностей показал, что категория «успех» занимает шестую строку в рейтинге профессиональных ценностей наряду с профессионализ-

мом, порядочностью, сотрудничеством, развитием, вниманием к людям [Бушкова-Шиклина 2007: 181].

С учетом заявленных целей исследование было организовано на основе социологического подхода, подразумевающего использование строгой и апробированной методологии. Основным методом сбора данных был выбран социологический опрос в форме анкетирования среди представителей условно-вероятностной выборки менеджеров среднего звена. Анкетированию предшествовал экспертный опрос в форме интервью с целью создания эталонной системы критериев и показателей оценки [Полянова 2009: 153].

Для наблюдения был выбран метод жизненного пути, позволяющий наиболее полно рассмотреть жизненную стратегию личности и траекторию ее социального движения в условиях современных российских реалий. Данные обработаны статистически, описательно и аналитически. Формирование выборки произведено методом условно-случайного кластерного (гнездового) отбора на основе экспертной стратификации (по признакам репрезентативности для генеральной совокупности в рамках социологической модели настоящего исследования).

Контуры выборки заданы следующими ограничениями:

– менеджеры среднего звена из разных городов России, получающие второе высшее образование в одном из вузов Москвы (личный опрос слушателей экономических и юридических факультетов заочной формы обучения в период сессии);

– рассылка анкет зарегистрированным пользователям сайта «Клуб менеджеров – профессиональное бизнес-сообщество топ-менеджеров и менеджеров среднего звена» (www.e-executive.ru) на основе предварительной фильтрации по должностному положению. Потенциальная аудитория рассылки была ограничена 292 тыс. зарегистрированных пользователей данного ресурса.

Дополнительными критериями отбора респондентов для увеличения гомогенности выборки выступили наличие людей в подчинении (минимум трех) и умственный характер труда. На завершающем этапе формирования выборки использовалось квотирование по отраслевому и географическому признаку, что типично для исследований специализированных групп [Добренков, Кравченко 2009: 311]. Недостатком применяемого подхода является отсутствие действительно репрезентативной выборки для соответствующих совокупностей, однако при заданной системе ограничений выборку можно считать репрезентативной. В ходе данного этапа был опрошен 481 менеджер среднего звена 18 отраслей экономики на территории России.

Итак, в результате анкетирования получены следующие доминантные показатели социального портрета менеджера среднего звена.

С социально-демографических позиций типичным представителем этой профессиональной группы в России является женщина (71,5% респондентов) в возрасте от 20 до 40 лет (79,8%) с высшим образованием (57%), состоящая в официальном браке (59,1%) (см. рис. 1). Мужчин среди управленцев среднего звена гораздо меньше, так же как и людей в возрасте старше 40 лет – всего 20,1% респондентов. Преобладание женщин над мужчинами наблюдается во всех рассматриваемых возрастных группах (см. рис. 2).

В частной жизни типичный менеджер среднего звена придерживается традиционных семейных ценностей – для исследуемой группы характерна нуклеарная семья (муж, жена, один-двое детей).

В плане индивидуально-психологических характеристик менеджеры среднего звена представлены «думающей» частью городского населения – эти люди регулярно читают (1–3 книги в месяц) как художественную, так и специальную (профессиональную) литературу. При просмотре телевизора предпочтение отдается информационно-политическим передачам и художественным фильмам (как отечественного, так и зарубежного производства). Досуг характеризуется активностью и разнообразием, стоит выделить такие основные его виды, как ведение домашнего хозяйства, культурный отдых (посещение театров, музеев и т.п.), просмотр телепередач и работа за компьютером (Интернет), физическая активность и спорт.



Рисунок 1 Социальный портрет менеджера среднего звена России

В социально-статусном аспекте данная профессиональная группа характеризуется относительным финансовым благополучием: 85% респондентов имеют достаток среднего или выше среднего уровня; 58,5% имеют собственное жилье. В профессиональном разрезе стоит отметить, что большая часть представителей исследуемой категории работает в сфере продаж и маркетинга, а также государственного и муниципального управления.

Трудовая деятельность этой группы постоянно сопровождается высокими нервными нагрузками, связанными с высокой ответственностью за принимаемые решения.

Мотивация к осуществлению трудовой деятельности в среде менеджеров среднего звена описывается двумя следующими утверждениями:

– работа – важная часть жизни, способ достижения успеха и материального достатка;

– работа – средство самореализации и применения личных способностей, способ повысить уважение окружающих, а также неплохой доход.

Ценностные ориентации типичного менеджера звена представлены согласованным (более 90%) восхищением людьми, которые упорным трудом добились материального процветания. В то же время 80% респондентов считают, что если все время работать, то жизнь пройдет зря.

Душевная гармония – важный персональный измеритель успеха для менеджеров среднего звена, именно поэтому 80% считают, что успех нельзя измерить материальными ценностями. Если говорить о финансовой стороне успеха, то для большинства достаточно обеспечить средний материальный достаток для себя и своих близких. Также отмечается ориентация на традиционные ценности – крепкую семью, детей, счастливую семейную жизнь, а так же любимую работу с хорошим заработком и возможностью самореализации.

Структура и иерархия ценностей, свойственных типичному представителю менеджеров среднего звена, представлена четырьмя основными кластерами.

1. Ценности-отношения, такие как счастливая семейная жизнь (78%), наличие хороших и верных друзей (74%), любовь (физическая и духовная близость с человеком) (73%).

2. Личностные ценности – физическое и психологическое здоровье (84%), активная деятельная жизнь (64%).

3. Материальные и профессиональные ценности – материально обеспеченная жизнь (74%), интересная работа (70%).

4. Ценности-средства, типичные для менеджера среднего звена, а именно: вос-

Таблица 1

**Половозрастное распределение
и семейное положение менеджеров среднего звена, %**

Возраст	Пол	
	Женщины	Мужчины
21–29 лет	45,1	48,2
30–39 лет	34	33,6
40–55 лет	17,2	14,6
56–65 лет	3,7	3,6
Семейное положение		
В браке	54,8	70,1
Не в браке	45,2	29,9
Число детей		
1 ребенок	31,7	26,3
2 детей	21,8	24,8
3 и более детей	2	6,6
Нет детей	44,5	42,3

питанность (хорошие манеры и умение вести себя в соответствии с культурными нормами), оптимизм и чувство юмора, образованность и высокий культурный уровень, ответственность.

Важным представляется отношение представителей исследуемой группы к категориям «успех» и «успешность».

Оценивая окружающих людей в рамках дихотомии «успешный – не успешный» типичный менеджер среднего звена прежде всего обращает внимание на уверенность в себе и считает этот показатель главным критерием успешности человека. Успешным типичным менеджером среднего звена является тот, кто ставит перед собой высокие цели и добивается их, максимально реализуя свой потенциал. 75% опрошенных считает основной составляющей категории «успех» счастливую личную/семейную жизнь, более половины – гармонию с самим собой. Для достижения успеха исследуемая нами категория активно работает и зарабатывает, обучается, планирует и ставит цели на будущее.

В ходе анкетирования был сделан своеобразный срез текущего содержания деятельности *middle managers*. Основными его функциями в настоящее время являются:

- координирование, т.е. согласование усилий подчиненных работников при решении служебной задачи;
- регулирование, т.е. устранение нежелательных отклонений в процессе операционной деятельности участка/отдела;
- контроль, т.е. выявление и оценка достигнутых в процессе работы результатов.

Нами было выделено более 20 рабочих занятий в процессе выполнения данных функций, но в качестве наиболее важных и распространенных респондентами были отмечены: 1) подготовка отчетов; 2) консультирование других сотрудников; 3) участие в совещаниях; 4) выдвижение идей и предложений; 5) ответы на телефонные звонки.

Основными компетенциями, без которых не обходится работа менеджеров среднего звена, являются ответственность и требовательность, а также способность обосновывать и принимать решения в динамичных и неопределенных ситуациях. В работе менеджера среднего звена также присутствует творчество и творческий подход. Именно такие новые формы деятельности помогают 60% респондентов

бороться с хроническими проблемами организации. Коммуникации и общение для представителей данной категории открыты и насыщены. Типичный представитель данной категории использует в своей работе современные информационные технологии. Лишь 16% респондентов отметили, что обходятся без них.

По вопросу о форме организации работы в коллективе и способах решения корпоративных задач и проблем 62% менеджеров считают, что организация направляется сильным руководством. Столько же отмечают, что лидерство основывается на наличии авторитета и признания в группе.

Итак, какие выводы можно сделать по результатам проведенного исследования? Прежде всего, обращает на себя внимание существенная гендерная диспропорция: более чем двукратное преобладание женщин над мужчинами наблюдается во всех возрастных группах. При этом важно, что распределение по возрастным группам в описываемой выборке у мужчин и женщин практически не отличается. Занимая руководящие позиции в организации, женщины стремятся отложить вступление в брак и рождение детей на более поздний срок, вследствие чего показатели брачности и детности у них оказались ниже, чем у мужчин.

Во-вторых, менеджмент среднего звена – профессия молодых. Объяснением данного явления может служить значительное технологическое переоснащение современных производств и ширококомасштабная информатизация в сфере управления по сравнению с советским периодом.

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. Анализ человеческого капитала показал, что большинство менеджеров среднего звена имеют высшее образование. Вместе с тем при относительной молодости представителей рассматриваемой группы, от которых можно ожидать повышенной социальной активности, можно сделать вывод о высоком уровне гетерогенности менеджмента среднего звена по уровню компетентности. Но в целом представители выборки настоящего исследования продемонстрировали явно выраженную направленность на повышение своего образовательного уровня. Мнения опрошенных менеджеров по вопросу о показателях жизненного успеха неоднородны, но альтруистические позиции преобладают над эгоистическими. Итак, трудовая деятельность тесно связана с понятием успеха, являясь атрибутом жизни успешного человека. По-видимому, здесь стоит говорить о профессиональном прагматичном успехе, позволяющем сформировать фундамент успеха жизненного. Последний воспринимается менеджерами как сочетание разных видов деятельности, приносящих удовлетворение субъекту. Таким образом, в среде менеджеров среднего звена преобладает ориентация на профессиональный успех, т.е. достижение карьерных высот через планомерную трудовую деятельность и реализацию своего потенциала. Ориентация на прагматичный успех, т.е. обеспечение социального положения через материальное благополучие, наблюдается у незначительной части представителей данной профессиональной группы.

Иерархия ценностей-целей, достижение которых определяет успешность менеджеров среднего звена, представлена тремя четко выраженными кластерами – личными ценностями (семья, друзья); индивидуальными ценностями (работа, самореализация) и абстрактными общечеловеческими ценностями (жизненная мудрость, развитие и свобода).

Аксиологические положения в ценностно-мотивационной сфере исследуемой профессиональной группы представлены безусловной нацеленностью на упорный общественно полезный, преимущественно интеллектуальный труд; необходимостью осмысленности и полезности трудовой деятельности для развития личности; направленностью на активную, насыщенную и гармоничную жизнь; ориентацией на личный успех и материальный достаток. Акмеологические аспекты ценностных ориентаций менеджеров среднего звена проявляются в следовании подавляющей

части менеджеров общепринятым нормам морали и нравственности при некоторой склонности к риску, а также развитию собственной яркой индивидуальности, репрезентации себя и противопоставления «серой массе».

Список литературы

Бушкова-Шиклина Э.В. 2007. *Ценностные ориентации менеджеров и процесс принятия управленческих решений: корреляционные связи*: дис. ... к.соц.н. Н. Новгород. 203 с.

Вяткина Н.В. 2014. Информационные аспекты исследования социального успеха менеджеров среднего звена в контексте инновационного развития России. — *Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета*. Сер. Социально-экономические науки. № 1. С. 68-76.

Добренчиков В.И., Кравченко А.И. 2009. *Методология и методика социологического исследования*. М.: Академический Проект. 537 с.

Казаков В.В. 2007. *Ролевой потенциал руководителя среднего звена строительной организации: опыт социологического анализа*: дис. ... к.соц.н. Екатеринбург. 192 с.

Кондратьев Э.В. 2011. Профиль менеджера: предпосылки становления и основные детерминанты. — *Известия Пензенского государственного педагогического университета им. В.Г. Белинского*. № 24. С. 292-301.

Монахов В.В. 2001. *Институт руководителей среднего звена на современном российском производстве как объект социологического исследования*: дис. ... к.соц.н. Волгоград. 132 с.

Мовчан Р.А. 2007. Инновационно-деятельностная активность как категория социологического анализа. — *Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского*. Сер. Социальные науки. № 3. С. 72-75.

Полянова Л.М. 2009. *Социальная оценка управленческого персонала как фактор совершенствования системы управления организацией*: дис. ... к.соц.н. СПб. 177 с.

UYATKINA Natalia Vladimirovna, postgraduate of the Chair of Sociology and Political Science, Perm National Research Polytechnic University (Komsomol'skij av., 29, Perm, Russia, 614990; zxcx1@yandex.ru)

SOCIAL PORTRAIT OF THE RUSSIAN MIDDLE MANAGER

Abstract. The article provides a social portrait of a typical middle manager, based on results of the survey of 481 business employees in 18 sectors of the Russian economy. It is shown that a typical middle manager is a woman (71,5% of respondents) in the age of 20–40 years (79,8%) with higher education (57%), officially married (59,1%), that has the income above the average one (85%) and her own housing (58,5%). Most of the typical middle managers are working in the sphere of sales and marketing. A successful person for a typical middle manager is that one, who has high goals, achieves them and maximally realizes his potential. 75% of respondents said that the main component of the category of success is a happy personal or family life, more than half of them mentioned inner harmony with themselves. Hierarchy of values and goals that determines the success of middle managers is represented by three distinct clusters – personal values (family, friends); individual values (work, self-actualization) and abstract universal values (practical wisdom, development and freedom).

Keywords: social portrait, social success, middle managers, social-status characteristics
