

ПСИХОЛОГИЯ И СОЦИОЛОГИЯ

Международный научно-практический журнал "Вестник МИРБИС" ISSN 2411-5703 <http://journal-mirbis.ru/>
№ 3 (11)' 2017 http://cs.journal-mirbis.ru/-/w9AOWivkbN-VBuqjuRf6jw/sv/document/0b/a3/aa/521295/188/3_2017_VM.pdf?1508940113

URL статьи: <http://cs.journal-mirbis.ru/-/ihbvHi0j4Gkz3tecildj0Q/sv/document/79/8a/bb/521295/187/94-100.pdf?1508940113> Статья опубликована: 20.10.2017

Ссылка для цитирования этой статьи: Тазов П. Ю., Тазов Ю. А. Социокультурный профиль московских слушателей MBA: вчера и сегодня [Электронный ресурс] // Вестник Московской международной высшей школы бизнеса (МИРБИС). – 2017. №3(11). С. 94-100. – Библиогр.: с. 99 (8 назв.). – URL: <http://cs.journal-mirbis.ru/-/ihbvHi0j4Gkz3tecildj0Q/sv/document/79/8a/bb/521295/187/94-100.pdf?1508940113> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

УДК 316.613

Петр Тазов¹, Юрий Тазов²

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ПРОФИЛЬ МОСКОВСКИХ СЛУШАТЕЛЕЙ MBA: ВЧЕРА И СЕГОДНЯ

Аннотация. В данной статье рассматривается социокультурный профиль слушателей программ MBA РАНХиГС 2016 г. Большое внимание уделено ценностям и мотивам обучения слушателей, также приводится динамика ценностей и мотивов слушателей MBA в период 2004-2016 гг.

Актуальность статьи связана с необходимостью анализа ценностей «деловых людей», как представителей среднего и высшего класса руководителей. Этот класс во многом определяет и будет в будущем определять российский бизнес. Динамика ценностей данной социальной группы показывает ряд тенденций в сознании «деловых людей», что в целом отражает особенность и характер процессов, протекающих в деловой среде. Анализ портрета слушателей программ MBA позволяет сказать о существовании устойчивых особенностей в личности слушателей программ MBA, которые являются представителями среднего и крупного бизнеса.

Ключевые слова: ценностная динамика, динамика ценностей, социокультурный профиль, слушатели MBA, ценности.

1 **Тазов Петр Юрьевич** – заместитель начальника отдела маркетинга и продаж ВШКУ РАНХиГС, Российская Федерация, 119571, г. Москва, Вернадского пр-т, 82/5. E-mail: tazov-py@ranepa.ru

2 **Тазов Юрий Анатольевич** – президент Российской Лиги MBA. Москва, Россия. E-mail: mbaruss@gmail.com

Изучение социальной группы слушателей MBA – задача важная и нужная по ряду причин. Во-первых, это дает представление об образовательных траекториях молодых управленцев (менеджеров среднего и высшего звена), которые составляют большой процент в составе обучающихся. Во-вторых, предоставляет возможность получить данные о ценностях и установках активной части управленцев, заинтересованных в развитии и образовании. Анализ этой прогрессивной группы «деловых людей» позволяет сделать ряд шагов в изучении «деловых людей».

В 2005 г. года компанией Begin Group было проведено исследование «Портрет слушателя программы MBA–2005». Однако в этом исследовании мотивов поступления и ожиданий от обучения нет анализа исследований ценностей и установок слушателей MBA, а также нет трансформации исследуемых социокультурных характеристик. В данной статье приводятся как мотивы и потребности слушателей MBA, так и их трансформация в период 2004–2016 гг.

Прошло десять лет со времени публикации в Академии народного хозяйства при Правительстве России монографии Т. И. Заславской, Э. Н. Крылатых, М. А. Шабановой [1]. В 2017 г. было принято решение провести первый тур социологического опроса в ВШКУ РАНХиГС с использованием некоторых методологических и организационных положений Проекта АНХ–2007.

Цели опроса: изучение мнения слушателей ВШКУ по различным аспектам формирования и развития, эффективных бизнес-руководителей, менеджеров и исследователей в экономической сфере современной России.

В опросе участвовали 387 человек, из них 177 слушателей программ дополнительного образования).

Характеристика контингента слушателей: 69% – мужчины, 31% – женщины.

Возрастной состав слушателей:

- до 25 лет.....8%
- 26–30 лет.....22%
- 31–35 лет.....25%
- 36–40 лет.....30%

- Старше 40 лет....15%
- Базовое образование слушателей имеет три основных преобладающих профиля:
- техническое.....43%
- экономическое...34%
- юридическое.....13%
- остальные.....10% (медики, психологи, педагоги пр.)
- Должностные характеристики слушателей. По результатам опроса выявлена следующая структура:
- генеральные директора и их заместители....25%
- директора, заместители директоров..... 25%
- руководители филиалов, подразделений.....28%
- менеджеры, специалисты.....9%
- другие.....3%

Отношение работодателя к учебе работника предприятия отражено в четырех уровнях на рисунке 1:



Рис. 1 — Отношение работодателя к учебе работника в бизнес-школе [ВШКУ, РАНХиГС, 2017 г.]. Графика: <https://www.mba.su>

Можно считать ситуацию с работодателями сложной, но не критической: 62% слушателей имеют моральную, и финансовую поддержку повышению квалификации сотрудников.

Проблема развития человеческого капитала в России – одна из острых. В.А. Шишкин подчёркивает, что для России в силу её природного и геополитического положения, как ни одной стране мира важно развивать человеческий капитал, предпосылки для чего имеются с XX века. Как важнейший фактор производства и как самая передовая форма собственности человеческий капитал со временем будет видоизменять формы присвоения и формы политического устройства страны, определять её развитие. Данный автор видит в его развитии столбовую дорогу в будущее в условиях усиления конкуренции стран на мировой арене [2, с. 31]. А слушатели ВШКУ составляют передовую группу в формировании и укреплении такой тенденции в экономике России.

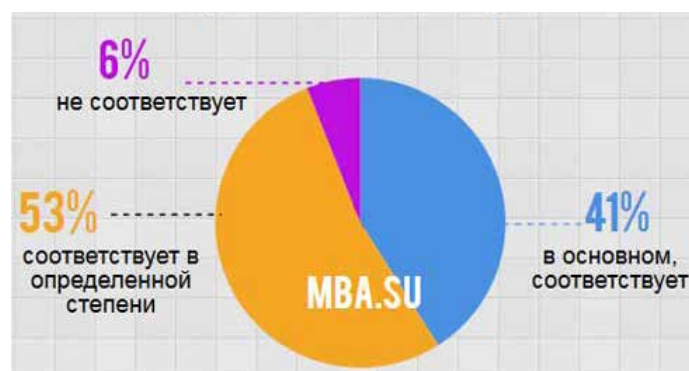


Рис. 2 — Соответствие заработной платы (дохода) вкладу в работу компании [ВШКУ, РАНХиГС, 2017 г.]. Графика: <https://www.mba.su>

96 Социокультурный профиль московских слушателей MBA: вчера и сегодня

В то же время, повышение образовательного потенциала руководителей приводит к более взвешенной политике к своим подчиненным. Как справедливо считает профессор А. И. Панов: «В связи с высокими ценами на продукты и предметы потребления и низкой заработной платой, высокими тарифами на ЖКХ человек вынужден трудиться дополнительно, а это повышенная нагрузка на организм и как результат быстрый его выход из работоспособного состояния» [3, с. 15].

Финансовый аспект обучения имеет большое значение для решения повышать свою квалификацию. По результатам опроса (см. рис. 2) выявляется следующая структура оплаты обучения. Сами оплачивают обучение в ВШКУ за счет собственных средств – 67%; обучение оплачивает организация (полностью или частично) – 33%.

Весьма значимыми целями для карьерного роста слушатели считают:

- продолжить и расширить свое образование – 26%
- освоить новые сферы деятельности – 18%
- завоевать лидерские позиции в своем сегменте рынка – 17%
- организовать собственный бизнес – 14%

Наиболее значимыми можно считать завоевание лидерских позиций на рынке и организацию собственного бизнеса: третья часть слушателей ставит перед собой такие задачи, увязывая их с обучением в ВШКУ.

Наименьшее число голосов было отдано двум следующим вариантам:

работать в престижной иностранной компании в России – 6%

найти работу за рубежом – 2%



Рис. 3 – Оценка влияния профессиональных качеств на успешность [ВШКУ, РАНХиГС, 2017 г.]. *Графика:* <https://www.mba.su>



Рис. 4 – Оценка влияния внешних обстоятельств и личных причин на карьерный рост [ВШКУ, РАНХиГС, 2017 г.]. *Графика:* <https://www.mba.su>

В заключение: о самооценке слушателями своей способности и (или) желания быть лидером:

- Я уже лидер в своей компании, но способен на большее – 59%
- Хотел бы стать лидером, но не хватает настойчивости и знаний – 15%
- Хотелось бы стать лидером, чувствую способность – 14%
- Надеюсь развить задатки лидера в результате учебы в ВШКУ – 12%

Теперь обратимся к динамике социокультурных характеристик слушателей за период 2004–2016 гг. Данные исследований Крылатых Э. Н., Заславской Т. И. 2004, 2006 гг. и данные исследования Э. Н. Крылатых 2016 г. (таблица 1 а, б)

Таблица 1а – Динамика социокультурных характеристик слушателей МВА за период 2004-2016 гг.
(влияние профессиональных качеств на достижение успеха)

Профессиональные качества, которые помогают в современных условиях добиваться успеха	2004 г. (%)	2006 г. (%)	2016 г. (%)
Готовность брать на себя ответственность в принятии сложных решений	79	74	73
Вести деловые переговоры	42	40	37
Умение все тщательно рассчитывать, взвешивать	32	25	30
Настойчивость в осуществлении принятых решений	45	33	32
Умение создать в коллективе климат доверия и взаимной поддержки	40	32	25
Высокий уровень профессионализма, большой опыт работы	31	36	25
Умение «ладить» с чиновниками и контролирующими структурами	25	16	10
Умение стимулировать подчиненных к творческой деятельности			8
Постоянный поиск и освоение новых возможностей			27
В случае необходимости могу обходить «неудобные» юридические нормы	18	9	3
Способность организовывать командную работу	51	54	42
Строгое соблюдение деловой этики	21	17	6

Таблица 1б – Динамика социокультурных характеристик слушателей МВА за период 2004-2016 гг.
(прочие характеристики)

	Каковы Ваши планы на ближайшие два-три года(%)		Каковы Ваши планы на ближайшие пять лет(%)
	2004 г.	2006 г.	2016 г.
Продолжить или расширить свое образование	21,00	21	62
Завоевать лидерские позиции на своем сегменте рынка	29,50	29	40
Работать в престижной иностранной компании (в России)	14,00	18	14
1. Войти в кадровый резерв Президента			16
Освоить новые сферы деятельности	44.5	38	43
1. Принять участие в реализации инновационного проекта			23
Найти работу за рубежом			6
Организовать собственный бизнес, создать свою фирму	19,00	18	34
Другое (дописать):			3
Какие конкретно личные перспективы Вы связываете с освоением программы в ВШКУ?			
	2004 г.	2006 г.	2016 г.
Повышение уверенности в своих силах	66,00	56	59
Рост заработной платы, доходов	42,00	51	33

98 Социокультурный профиль московских слушателей MBA: вчера и сегодня

Продвижение по служебной лестнице	26,00	44	31
Изменение сферы и вида деятельности	22,00	27	21
Расширение личных связей в сфере бизнеса			36
			1
Связываете ли Вы свою карьеру с обучением в ВШКУ?			
	2004 г.	2006 г.	2016 г.
Да, но только в известной мере	46	49	40
Да, в значительной мере	40	36	31
Нет, прямо не связываю	14	15	20
Затрудняюсь с ответом			6
Другое			1

Графика: <https://www.mba.su>

На основе анализа динамики стоит отметить по-прежнему высокий процент респондентов, выбравших среди качеств, помогающих в современных условиях добиваться успеха – готовность брать на себя ответственность в принятии сложных решений (79% в 2004 г. и 73% в 2016 г.). Это, конечно, не является сюрпризом, так как это качество – одно из ключевых для лидера. Интересно, что такое качество как "настойчивость в осуществлении принятых решений" пользуется в 2006 г. и 2016 г. меньшей популярностью (45% в 2004, 33% и 32% в 2006 и 2017 годах соответственно), хотя для деловых людей из бизнеса – это немаловажный фактор достижения успеха.

Интересно, что популярность такого качества как "умение «ладить» с чиновниками и контролирующими структурами" снизилось с 25% выборов в 2004 г. до 10% в 2016 г. Не связано ли это с тем, что за этот период сформировались общие "правила игры" в процессе взаимодействия с чиновниками и контролирующими структурами? Не помогло ли в этом формирование законодательной базы и другие действия, связанные с тем, чтобы не "кошмарить бизнес" как говорили высшие руководители РФ?

Удивительно, что в 2016 г. только 6% связывают успех со строгим соблюдением деловой этики. В 2004 г. таких было 21%. Можно предположить, что в бизнес-этике сформировались устойчивые правила, которые считаются нормой, поэтому соблюдение или не соблюдение таковых не вызывают проблем. То есть, произошла институционализация ряда деловых норм и правил. В меньшей степени хочется думать о том, что новое поколение деловых людей готовы идти на нарушение правил деловой этики ради достижения успеха.

Одним из главных трендов для деловых людей Москвы – слушателей ВШКУ – является повышение значимости ценности образования. Так, 62% в вопросе "каковы Ваши планы на ближайшие пять лет" выделяют пункт "Продолжить или расширить свое образование". В 2004 г. на аналогичный вопрос в перспективе 2–3 лет только 21% опрошенных ставили эту задачу перед собой.

Несомненно, высокий уровень амбиций также характеризует современное поколение деловых людей. Так, 40% планируют в ближайшие 5 лет завоевать лидерские позиции на своем сегменте рынка. Также о создании бизнеса задумывается и хочет реализовать эту цель почти каждый третий респондент. В 2004 – 19% планировали организовать свой бизнес в ближайшие 2–3 года.

Стоит сказать, что снижается число тех, кто как то связывает свою карьеру с получением MBA. Если в 2004 г. таких было 46%, в 2006 – 49%, то спустя 10 лет – 40%. Это связано, как нам кажется, с тем, что происходит переосмысление ценности диплома MBA, значимость которой было во многом овеяно ореолом быстрого карьерного РОСТА и резкого увеличения заработной платы. Так, в 2006 г. ожидания, связанные с ростом заработной платы были у половины (51%) респондентов, в то время как в 2016 г. – уже у каждого третьего (31%). Согласно данным 2017 г., среди причин, по которым респонденты принимают решения поступить на MBA – повышение уровня своих знаний.

Анализ динамики ценностей слушателей MBA РАНХиГС позволяет сказать об устойчивости ценностей лидера и изменчивости мотивов обучения. Также обращает внимание высокая амбициозность слушателей 2016 г.

Социокультурный портрет слушателей MBA РАНХиГС позволяет говорить о наличии у респондентов таких качеств как: амбициозность, активность, целеустремленность, заинтересованность в развитии и обучения.

Таким образом, анализ социокультурного портрета слушателей MBA РАНХиГС за 2004–2016 гг. дает возможность оценить социокультурные особенности молодых управленцев, подойти к возможности выделения слушателей MBA в особую группу прогрессивных и мотивированных на обучение и саморазвитие людей, выделить их социокультурные характеристики-ценности, установки, мотивы.

Литература

1. Заславская Т. И., Крылатых Э. Н., Шабанова М. А. Новое поколение деловых людей России: социальной портрет, карьера, бизнес-образование. – М.: Дело, 2007.
2. Шишкин В. А. Взаимосвязь форм хозяйства общества и культуры // Вестник развития науки и образования. – 2007. – С. 26-35.
3. Панов А. И. Незанятость и/или свободное время – категории экономические [Электронный ресурс] // Вестник Московской международной высшей школы бизнеса МИРБИС. – 2017. – №1(9). – С. 14-17. – Режим доступа : http://cs.journal-mirbis.ru/-/RR_BqSbwl1_QaL1GtxS_lA/sv/document/7f/14/5b/521295/68/VM_1_2017.pdf?1499079528 (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.
4. Панов А. И. К вопросу о духовных ценностях в бизнесе [Электронный ресурс] // Вестник Московской международной высшей школы бизнеса (МИРБИС). – 2015. №1 (1). С. 63-68. – Режим доступа : http://cs.journal-mirbis.ru/-/3AMLsd38CoryqHO6gdPRyQ/sv/document/c4/51/ae/521295/38/1_2015_VM.pdf?1499079528 (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.
5. Panov AI, Ustinkin SV The economic aspect of the dynamics of the youth value orientations. // Contribution to International Economy. Vol. 1.No. 4, 2015. Published by York University Inc. pp. 1–8.
6. Тазов П. Ю. К вопросу о понятии установка в личности студента // Вестник Университета (Государственный Университет Управления). 2009. №16, с.106-108.
7. Тазов П. Ю. Ценностная система личности в социокультурной динамике // Научные проблемы гуманитарных исследований. 2010. № 4. С. 216-219.
8. Шабанова М. А. Бизнес-образование в России. Особенности нового поколения деловых людей // Социологические исследования. № 4, Апрель 2009, С. 49-62.

Petr Tazov¹, Anatoly Tazov²**SOCIO-CULTURAL PROFILE OF MOSCOW STUDENTS MBA:
YESTERDAY AND TODAY**

Abstract. The article discusses the socio-cultural profile of students of MBA programs of the RANEPa 2016, much attention is paid to the values and motives of the students. The article also shows the trend of the values and motives of students MBA in the period 2004-2016.

The urgency of article is connected with necessity of the analysis of values "business people" as representatives of middle and upper class leaders. This class largely determines in the future to determine the Russian business. Dynamics of values of this social group shows a number of trends in the minds of "business people" that generally reflects the nature of the processes occurring in the business environment. Analysis of the portrait of students allows to speak about existence of sustainable features in the personality of the students, who are representatives of medium and large businesses..

Key words: value dynamics, the dynamics of values, socio-cultural profile, MBA students, values.

1 **Tazov Peter Yu.** – Deputy Head of the Marketing and Sales Department of GSCM RANEPa, Vernadsky Prospekt, 82/5, Moscow, Russian Federation, 119571. Email: tazov-py@ranepa.ru

2 **Tazov Yuri A.** – President of the Russian League of MBAs. Moscow, Russia. E-mail: mbaruss@gmail.com

References

1. Zaslavskaya T.I., Krylatykh E.N., Shabanova M.A. A new generation of business people in Russia: social portrait, career, business education. – Moscow: *Delo*, 2007.
2. Shishkin V.A. Interrelation of the forms of the economy of society and culture // *Vestnik razvitiya nauki i obrazovaniya*. 2007, pp. 26-35.
3. Panov A.I. Unemployment and / or free time – the economic categories // *Vestnik MIRBIS*. №1 (9), 2017. Pp. 14-17. URL: http://cs.journal-mirbis.ru/-/RR_BqSbwl1_QaL1GtxS_IA/sv/document/7f/14/5b/521295/68/VM_1_2017.pdf?1499079528(access is free). Ver. from the screen. Rus., Eng.
4. Panov A.I. To the question of spiritual values in business // *Vestnik MIRBIS*. – 2015. № 1 (1). Pp. 63-68. – URL: http://cs.journal-mirbis.ru/-/3AMLsd38CopyqHO6gdPRyQ/sv/document/c4/51/ae/521295/38/1_2015_VM.pdf?1499079528 (access is free). Ver. from the screen. Rus., Eng.
5. Panov A.I., Ustinkin S.V. The economic aspect of the dynamics of the youth value orientations. // *Contribution to International Economy*. Vol. 1.No. 4, 2015. Published by York University Inc, pp. 1-8.
6. Tazov, P.Yu., On the question of the concept of an installation in the personality of a student // *Vestnik Universiteta* (State University of Management). 2009. № 16, pp.106-108.
7. Tazov P.Yu. Value system of personality in sociocultural dynamics // *Nauchnye problemy gumanitarnykh issledovaniy*. 2010. № 4, pp. 216-219.
8. Shabanova M.A. Business education in Russia. Features of a new generation of business people // *Sociologicheskie issledovaniya*. No. 4, April 2009, pp. 49-62.