

От партнера издания



Эта книга — лучший инструмент для строительства компаний и карьер мирового класса. Ее меня побудили прочесть два человека: Владимир Мельников и Андрей Баранов.

«Глория Джинс» — компания Владимира Мельникова — уникальна для России. Она создает добавленную стоимость преимущественно за счет таланта людей, которые ей управляют и в ней работают. С нашей помощью компания привлекала десятки новых менеджеров. Большую часть из них потом приходилось менять — и достаточно скоро. Мы на этом неплохо зарабатывали. Четыре года назад мне пришлось в голову попытаться решить задачу по-другому — научить компанию привлекать больше и удерживать дольше тех менеджеров, которые ей нужны. Тогда же Андрей Баранов, оставив работу в McKinsey, создал «Принстон Партнерс Групп» — тренера для чемпионов. Его совет для нас звучал так: чтобы оставаться чемпионом, мы должны научиться изменять наших клиентов таким образом, чтобы они умели привлекать, растить и удерживать столько управленческих талантов, сколько необходимо для обеспечения текущего бизнеса и реализации потенциала его роста. Наш тогдашний бизнес, построенный преимущественно на замене выбывших игроков, Андрей уничижительно называл «украл, выпил, — в тюрьму». Очень хотелось жить по-другому. Я прочитал

«Войну...», влюбился в идею подбора персонала как маркетинг и пошел к клиентам, вооруженный новым знанием и убежденный, что оно немедленно будет востребовано.

Разве могло быть иначе? Дефицит управленческих талантов у нас огромен. Система расширенного воспроизводства современных менеджеров не построена. Почти нет качественного бизнес-образования. Нет российских компаний-академий, а западных слишком мало, и готовят они людей под гораздо менее авторитарный тип менеджмента, чем тот, который бытует сегодня в России. Немногочисленных счастливых, поработавших, поучившихся и научившихся в приличных организациях, подстерегает соблазн влиться в стройные ряды тех, кто управляет, не заботясь о создании добавленной стоимости. Например, уйти в гигантский сегмент российской экономики, где основой бизнес-модели до сих пор служат государственные преференции, мировые цены на сырье, «откаты» и проедание основных средств.

При этом хорошие менеджеры, которых почти нет, нужны всем. Частному бизнесу, чтобы стать корпоративным. Олигархическому бизнесу, чтобы стать институциональным. Национальному бизнесу, чтобы стать глобальным. Международному бизнесу, чтобы побеждать национальный. Решение напрашивается само собой: вопрос об управлении талантами не просто должен стоять на повестке дня высшего руководства каждой компании — он должен стоять первым пунктом! Но на деле все оказывается не совсем так.

Не смотрите, что руководитель и владелец бизнеса делает в периоды душевного подъема, когда любые горы ему по плечу и он справляется с сотней дел одновременно, — посмотрите, что он делает в периоды спада. Потому что тогда он делает только то, без чего не может жить бизнес. Про управленческие кадры у нас вспоминают только в светлые времена. Крупный и средний бизнес в силу своих размеров, естественно, не может прожить без менеджеров вообще, но

качество персонала отнюдь не является главным вопросом повестки дня высшего руководства, что бы владельцы бизнеса и руководители ни провозглашали в периоды своего подъема. Так есть ли в России почва для применения рекомендаций «Войны за таланты»? Ведь мы даже охотиться за талантом еще не научились. Охотимся — как рыбу ловим. Насаживаем наживку или бросаем сеть. А там — уж какая попадется. Если мелочь научились выбрасывать, уже хорошо.

Кроме того, для многих российских компаний управленческий талант не станет приоритетом, пока в ходу нерыночные методы получения прибыли. Среди владельцев таких фирм немало энергичных и одаренных людей, но объективно их выбор уготовил нашей стране роль сырьевого придатка уже не для западной экономики даже, а для передовых стран третьего мира — Китая, например.

Но ситуация меняется: сейчас все больше российских бизнесменов стали понимать, что их предпринимательские способности должны быть дополнены умением привлекать, развивать и удерживать таланты, — только это даст им шанс преуспеть в глобальной конкуренции и построить по-настоящему великие компании — компании, основанные на преимуществе в войне за таланты. Компании, которые очень трудно убить и невозможно отнять. Поэтому важно, что именно сегодня книга «Война за таланты» впервые выходит на русском языке.

Издатель просил меня найти пример победы в войне за таланты из истории российского бизнеса. К сожалению, пока не нашел. Но компания Google для меня — символ будущей России, которую мы потеряем, если проиграем эту войну.

Эта компания, одна из самых необычных и нестандартных в корпоративном мире, уже через 10 месяцев после выпуска своих акций в публичное обращение заняла первое место в рейтинге самых дорогих представителей медиаиндустрии, а на момент выпуска этой книги Google стоил больше, чем любая другая медиа-корпорация.

Сергей Брин, один из создателей Google, уехал из России пяти лет от роду. Но многие люди из мира российского бизнеса с гордостью считают его своим соотечественником. Не только по месту рождения, но и по духу. Не владея нефтяными, рудными или металлургическими активами, он в 2004 году буквально ворвался в список самых богатых людей мира, увеличив свое состояние с одного до семи миллиардов долларов.

«Наши сотрудники, называющие себя «гуглерами», — это наше все. Google создан именно на способности привлекать и растить таланты исключительных технических специалистов и менеджеров. Нам повезло работать с множеством действительно креативных и увлеченных своей работой звезд. И в будущем мы надеемся увидеть в своей команде много новых блестящих профессионалов... Мы делаем все возможное для создания атмосферы, в которой талантливые люди вознаграждаются за свой вклад в развитие Google и за то, что они помогают сделать этот мир лучше»*.

Таков рецепт успеха Google, успеха Лэрри Пейджа и Сергея Брина как предпринимателей, успеха менеджеров Google, многие из которых стали в прошлом году миллионерами. Он может стать ключом к успеху вашего бизнеса или карьеры. Все зависит от вашего выбора. Об остальном расскажет эта книга.

Юрий Барзов, старший партнер Ward Howell International

* Из открытого письма Лэрри Пейджа и Сергея Брина, основателей компании Google, от 29 апреля 2004 года. Подробнее см.: Стратегия цен в 80 млрд. [Электронный ресурс] // E-xecutive. — http://www.e-xecutive.ru/publications/aspects/article_3314. (Здесь и далее звездочкой обозначены примечания редакции.)