

Странные предпочтения работодателей: бывает же такое

О.Н. Тихомиров,

Канд. психолог. наук, Москва

В стране экономический кризис. Потерять работу есть шанс у всех от рядовых разнорабочих до топ-менеджеров. Сделать это легко, труднее найти рабочее место взамен потерянного. Автору этой статьи недавно пришлось пережить цикл на собственном опыте: сокращение, поиск, новая работа. Зато какой бесценный опыт, сколько встреч, собеседований и наблюдений. Подчас весьма странных. Некоторыми наблюдениями спешим поделиться с читателями.

Кризисные явления затронули многие отрасли экономики и практически все регионы. Еще недавно столь благополучная Москва также оказалась под ударом. Могучая рука рынка добирается и до самых защищенных. Вашему автору убедиться в этом пришлось на собственном опыте: подчас горьком, подчас смешном, а иногда и вызывающим недоумение. Набегавшись по собеседованиям, интервью, пооббивав пороги департаментов и отделов персонала корпораций, компаний и просто сомнительных контор, и заполучив наконец-то вождьенное место, можно вспомнить и обобщить некоторые эпизоды из встреч и контактов с работодателями.



Факт общеизвестный - все специалисты независимо от темперамента обладают необходимым потенциалом для выполнения любой деятельности. Только некоторым из них на определенных должностях приходится работать более напряженно, чем другим, при этом они могут ничуть не меньше соответствовать своей позиции. Другое дело, что все люди обладают определенным, строго индивидуальным комплексом черт характера, мало зависящим

от темперамента, зато зачастую превращающих жизнь коллег в сплошное преодоление полосы препятствий. Но подчеркнем, темперамент к этому имеет крайне опосредованное отношение. Тем не менее в ходе каждого второго собеседования именно темперамент претендента отчего-то очень интересовал беседующего с потенциальными кандидатами в сотрудники.

В целом, основными требованиями работодателей по-прежнему остаются высшее образование, солидный опыт, коммуникабельность и исполнительность — они встречаются практически в каждом объявлении о вакансии. Однако там фигурируют и такие пожелания, которые способны вызвать удивление у любого соискателя. Причем, по словам сотрудников кадровых агентств, эти неожиданные требования попадают все чаще.

Знак зодиака, китайский зодиакальный цикл - в общем, прием на работу согласно гороскопу уже не редкость. Одна китайская фирма, работающая в Москве, объявила, что хотела бы пополнить свой персонал людьми, родившимися в год Собаки. Причина столь необычного требования оказалась проста: компании понадобились сотрудники с определенными чертами характера. Дело в том, что согласно восточному календарю, родившиеся в данный год отличаются особой преданностью. Именно наличие этой черты характера у персонала и было необходимо руководителю фирмы.

Но что китайцы, многие российские компании также пустились во все тяжкие: стали учитывать расположение звезд при

приеме на работу. «Если человек будет честен перед собой, он обязательно найдет в гороскопе рациональное зерно. Иногда руководствуюсь гороскопом даже при приеме на работу сотрудников. Причем смотрю на худший вариант проявления знака, ведь хорошие качества человек обязательно покажет, а вот плохое, что может за ним скрываться, стараюсь учесть заранее» - откровенничал один из руководителей крупной компании.

Пока еще не каждое кадровое агентство рассматривает всерьез заявки, в которых фигурирует требование к кандидату по знаку Зодиака, но ведь деньги за поиск персонала такие клиенты платят как и остальные, так почему, собственно, нет. Тем более востребованность астрологического подхода в рекрутинге постоянно растет. Еще немного и в качестве причины для отказа в приеме на работу будет указываться неподходящий знак Зодиака. Т. Голубченко - руководитель группы подбора персонала одного из московских кадровых центров считает, что не стоит рассматривать нестандартные требования работодателя всего лишь как его прихоть. Иногда такие странные требования подаются как обоснованные, а если поискать, то найдется какое-никакое рациональное зерно. «Например, фирме нужен торговый представитель, имеющий домашних животных. Казалось бы, какое отношение это имеет к работе? Но все становится ясно, когда выясняется профиль компании: она реализует корма для животных. Логично предположить, что человек, имеющий кошку или собаку, сможет лучше трудиться в этом направлении», — аргументирует опытный рекрутер.

Кризис есть кризис, борьба за клиента становится все острее, Играет свою роль в ней имидж фирмы. Так что, «странные» требования фирмы к соискателю могут быть продиктованы не только особенностями производимой продукции, но и потребителями.

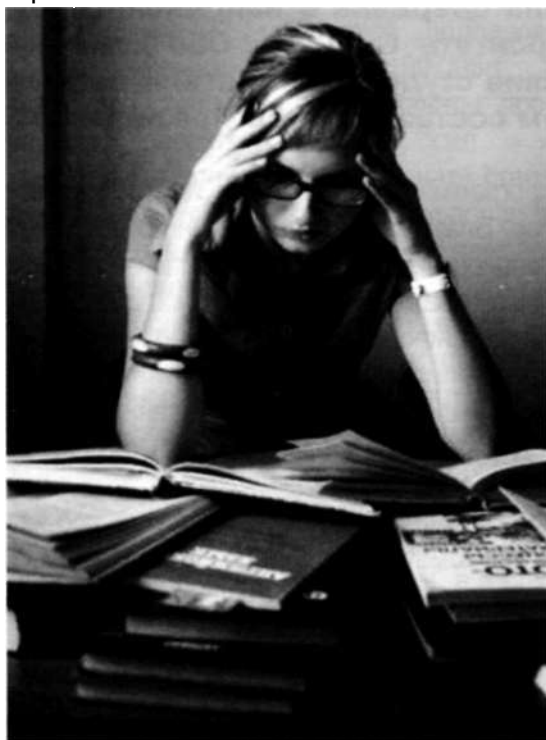
«Стремление приблизиться к целевой аудитории может выражаться в мелочах.

Результаты многочисленных исследований подтверждают, что мы охотнее покупаем у людей, похожих на нас. Если большинство клиентов покрывают себя татуировками, то я готова понять причины либерального отношения руководства компании к таким же действиям со стороны сотрудников», — заметила по этому поводу директор по персоналу одной из IT-компаний О. Кныш. Ведь нестандартные сотрудники, по мнению руководителей многих компаний, могут принести фирме большую пользу. «Они создают творческую атмосферу, в которой каждый может высказывать свои идеи, предлагать оригинальные решения, что прямо влияет на эффективность бизнеса», — считает менеджер по персоналу С. Менькина. Специалист по связям с общественностью российского представительства некой зарубежной компании О. Хартонюк также уверена, что нестандартность персонала — это плюс. «Национальные различия, особенности образования и культуры дают неоспоримое преимущество в плане взаимного обогащения сотрудников и, следовательно, полезны для компании», — говорит она.

Но особая песня - это знакомство с корпоративной этикой ряда компаний. По большому счету, значительная часть нестандартных требований (к увлечениям, внешнему виду и иным характеристикам человека) продиктована тем, что называется сегодня корпоративной культурой. Начальник отдела управления персоналом одного ОАО Л. Ханданова отмечает: «К корпоративной культуре мы относим соблюдение тех определенных правил и стандартов, которые приняты в организации, признание ее ценностей, стиля общения, который сложился. Бывают случаи, когда уже на этапе отбора видно, что кандидат не вписывается в наши приоритеты. Если это не редкий специалист, мы ему сразу отказываем».

Надо заметить, что российские компании скорее повторяют своих западных коллег, чем идут впереди. Дон Болдуин, директор по вопросам деловой авиации

компании Coca-Cola из Атланты, подчеркивает, что когда, например, речь идет о трудоустройстве пилота, вовсе необязательно победит тот, у кого наибольший налет. «Для получения вакантного места нужно, скорее, правильное отношение к компании, чем соответствующая квалификация»,— утверждает Болдуин. Согласитесь, что только вера в то, что другие авиакомпании все-таки руководствуются при приеме на работу пилотов критериями профессионализма, заставляет нас все-таки покупать билеты на авиаперелеты. Заметим, что самолетами, принадлежащими компании Coca-Cola, летать отчего-то не хочется. По меньшей мере, есть некоторые опасения.



Именно западные фирмы являются показателем того, насколько важную роль играет корпоративная культура при приеме на работу. Наиболее яркий пример — всемирно известный интернет-гигант Google. Его корпоративная культура отражена в знаменитых десяти золотых правилах. Одно из них гласит, что почти все проекты в Google выполняют команды, а лучший способ притереть сотрудников друг к дру-

гу — разместить их в одной комнате. В Google никто не сидит по отдельности, даже если речь идет о топ-менеджерах.

Другое правило гласит, что каждую пятницу все сотрудники обсуждают события прошедшей недели и планы на будущую в расслабленной обстановке с едой и напитками. Это позволяет менеджменту быть в курсе того, что думают работники о компании и работе в ней. Данные принципы перенесены фирмой и в Россию. Директор по маркетингу «Google — Россия» К. Кузьмин подчеркивает, что принцип демократичности и открытого общения, принятый внутри фирмы, помогает увеличить эффективность работы и поддерживать дружеские отношения.

Высшим показателем продвинутости российской компании является приятное в рамках корпоративной культуры обращение на «ты» и по имени. Как разъясняется неопитам, это «по-западному». Впрочем, такая «западная» традиция отчего-то не очень выдерживает проверку. Так на вопрос, заданный в такой компании, «Как хотите, что бы к тебе обращались наши сотрудники?» был дан ответ: «По-западному, как удобнее, можно доктор, можно профессор». И хотя перед менеджером по персоналу лежал диплом кандидата наук, она отчего-то смутилась. Впрочем, на работу туда все равно не приняли.

Таким образом, некоторые элементы корпоративной культуры на российский манер вызывают лишь стойкое желание сопротивляться им любыми силами, вплоть до утраты шанса оказаться среди носителей такой культуры. Понятно, что кризис, понятно, что массовые сокращения, понятно, что претендентов на рабочие места много, но все-таки задать вопрос кандидату наук, перебирая те 10-15 написанных и изданных им научных работ: «А Вы анализировать умеете?» — это уже перебор.