

ПОЙТИ ПО МИРУ

РОССИЙСКИЙ ТОП-МЕНЕДЖМЕНТ В ЦЕЛОМ НЕ ВОСТРЕБОВАН ЗА РУБЕЖОМ В СИЛУ НЕХВАТКИ ОПЫТА, ХОРОШЕГО УРОВНЯ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА, ГИБКОСТИ В ПРИНЯТИИ РЕШЕНИЙ, А ТАКЖЕ НЕКОТОРОЙ ДОЛИ ОТВЕТСТВЕННОСТИ. ОДНАКО ЭКСПЕРТЫ ОТМЕЧАЮТ, ЧТО ЗА ГРАНИЦЕЙ ЕСТЬ НЕБОЛЬШОЙ СПРОС НА ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ТОПОВ ИЗ НЕФТЕГАЗОВОЙ ИНДУСТРИИ, НО БОЛЬШЕЙ ЧАСТЬЮ САМЫМИ ПОПУЛЯРНЫМИ ЯВЛЯЮТСЯ НАШИ СПЕЦИАЛИСТЫ ИЗ СФЕРЫ IT. ИГОРЬ ГЕРАСИМОВ



ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ТОП-МЕНЕДЖЕРОВ НЕ ЖДУТ С РАСПРОСТЕРТЫМИ ОБЪЯТИЯМИ ЗА РУБЕЖОМ: СКАЗЫВАЮТСЯ МЕНТАЛИТЕТ, НЕ ЛУЧШЕЕ ЗНАНИЕ ЯЗЫКОВ И НЕУМЕНИЕ ПРИНИМАТЬ БЫСТРЫЕ РЕШЕНИЯ

Российские топ-менеджеры востребованы за рубежом в таких сферах, как IT, телекоммуникации, авиастроение, космическая промышленность. В других индустриях, например, ритейле или производстве, наши топы не так популярны в силу нехватки знаний в области международных стандартов. На Западе ценятся наши технари, поскольку физико-математическая школа, доставшаяся еще в наследство от СССР, по сей день является одной из сильнейших в мире. Тем не менее потребность в российских топ-менеджерах не носит массовый характер, чаще всего в другие страны переезжают в рамках своей же компании — например, получив повышение. В последнее время интерес к российским управленцам проявляет Китай, говорят эксперты.

Олег Ткаченко, руководитель индустриальной практики рекрутинговой компании Naus в России, подчеркивает, что в нефтегазовой индустрии есть небольшой спрос на российских топ-менеджеров, но в основном они даже за рубежом работают в российских компаниях. «В любом случае спрос на работника всегда будет, когда он обладает не общим набором качеств, а уникальными способностями. Наши специалисты таковыми обладают, к тому же они будут обходиться дешевле, поскольку для российских работников контракт в валюте привлекательнее. Что касается областей деятельности — в индустриальном секторе это в основном США и Германия», — перечисляет господин Ткаченко.

По словам Ольги Копыловой, руководителя отделений по подбору персонала Kelly Services, настоящий высококвалифицированный топ-менеджер востребован в любой стране, у него нет национальности, но их мало. «Сферы, где граждане РФ успешно конкурируют с местными кадрами, осталось, по сути, всего три: IT-индустрия, наука и финансовый сектор (инвестиционные банки Великобритании, например). Более частое явление, когда менеджмент решает применить опыт топ-сотрудника на других географических рынках или в штаб-квартире. Но примеров найма зрелого российского топ-менеджера для управления компанией за рубежом очень мало. Это связано и с незрелостью нашего рынка, и с локальными особенностями культуры управления», — поясняет госпожа Копылова.

Евгений Богданов, основатель финского проектного бюро Rimpri, считает, что российские топ-менеджеры могут быть востребованы за рубежом в IT-сфере или в нефтяной отрасли. «В строительном секторе на отечественных топ-менеджеров

вряд ли будет спрос. Дело в том, что в нашей стране менеджмент практически на всех уровнях находится в начальной стадии развития», — констатирует он.

Российские топ-менеджеры за рубежом ценятся именно в странах СНГ, вынужден констатировать Дмитрий Ларин, руководитель бизнес-направления «Подбор персонала» аутсорсинговой компании «Интерком». «Если говорить о Европе и США, то пока это отдельные случаи, каждый из которых становится сенсацией. Если за рубежом осуществляется найм российского менеджера, то большей частью это происходит в тех случаях, когда для компании интересно наладить взаимодействие с российским бизнесом. Конечно, ценятся наши айтишники и технари. Что касается сфер деятельности, то чаще переходы бывают в следующих направлениях: финансы и аналитика, маркетинг, управление продажами. Про сферу искусства не говорю, эта тенденция была всегда. Локация — мировые финансовые центры: Лондон, Нью-Йорк, а также Восточная Европа», — говорит господин Ларин.

НЕУЖНЫЙ SELF-MADE Низкая востребованность нашего персонала имеет под собой экономическую подоплеку: российский топ-менеджмент стал заложником быстрого экономического роста страны. Двадцать пять лет назад страна перестроилась на свободную экономику. Бурный рост компаний спровоцировал серьезную нехватку кадров. Причем это связано не только с оттоком тех, кого сейчас называют репатриантами, но и с эмиграцией выпускников технических вузов за границу, демографической ямой, пробелом между образованием и практикой. Поэтому многие люди быстро росли вместе со своими компаниями. Им отдавали предпочтение в продвижении по карьерной лестнице как людям корпоративным и лояльным, знающим компанию с рождения. За границей ситуация абсолютно другая: во-первых, присутствует жесткая конкуренция. Топ-менеджер — всегда человек, прошедший серьезное обучение в бизнес-школе, карьере которого складывалась постепенно и размеренно. Он также всегда является признанным специалистом с точки зрения менеджерских качеств как таковых. В России же до сих пор зачастую доминирует советский стиль управления.

По словам Татьяны Фантаевой, генерального директора компании Eaton в России и Казахстане, одним из серьезных барьеров на пути к успеху за рубежом является разница менталитетов. «По опыту могу сказать, что чем серьезнее компания

относится к проблемам разности менталитетов и чем более умело использует такую возможность диверсификации взглядов и подходов в бизнесе, тем более успешной она является. В таких компаниях даже существуют внутренние программы адаптации и развития управленческих навыков в условиях кросс-культурной диверсификации. Отдельно стоит затронуть вопрос образования. Если говорить о современной школе менеджмента, то здесь лавры первенства принадлежат, конечно же, Европе и США. В России обучение менеджменту ведется не так давно, мы только нарабатываем опыт, поэтому для того, чтобы мы тоже смогли похвастаться собственной управленческой школой, должно пройти немало времени», — подчеркивает госпожа Фантаева.

По мнению Ольги Копыловой, основными причинами непопулярности наших топ-менеджеров называют отсутствие стратегического видения, недооценка роли команды, авторитарность, слабое владение современными управленческими технологиями, хотя ситуация меняется с каждым годом.

Впрочем, что удивительного, что наши топы не востребованы, задается риторическим вопросом господин Ларин. «Чем мы можем похвастаться, кроме действительно крупных и известных, но полугосударственных и исключительно сырьевых компаний? Где наш Apple? Кто наш Microsoft? Нужно работать и показывать результаты мирового уровня в бизнесе — тогда начнут ценить», — уверен он.

СТАТЬ ПРОАКТИВНЫМ Российские специалисты имеют, как выражаются рекрутеры, нишевой спрос, однако у экспертов-кадровиков есть видение того, как топа можно сделать привлекательным для зарубежных работодателей.

По мнению Юрия Дорффмана, партнера хедхантинговой компании Cornerstone, есть два основных способа начать работать за границей, имея российский бэкграунд. «Первый — заключить контракт с российской компанией, которая представлена за рубежом, имеет офисы или производство в других странах. Это могут быть крупнейшие российские экспортеры, их довольно много в Швейцарии, фэмили-офисы в Лондоне. Как правило, российские работодатели привлекают российских управленцев на стратегические позиции, в то время как рядовые позиции занимает локальное население. Второй способ — попасть в кадровую ротацию в крупных международных западных компаниях, которая происходит в рамках группы. Обычно это касается российских специалистов,

которые успели сделать карьеру на родине, получить солидную экспертизу и готовы занять топовые позиции в офисах других стран. Это тоже нишевая практика, характерная для транснациональных компаний, это скорее разовые назначения, чем поток», — говорит господин Дорффман.

По словам господина Ларина, для прочной основы нужен успешный опыт в международной компании в РФ и желательно активное взаимодействие со «штаб-квартирой». «Но таких людей на рынке более чем достаточно. Серьезным преимуществом станет „западный“ MBA. Для того чтобы привлечь внимание и вызвать интерес у зарубежных работодателей, полезно участвовать в деловых мероприятиях и выступать на международных конференциях. Кроме того, полезны будут публикации в профильной иностранной прессе и знакомства с зарубежными коллегами — в том числе поддерживаемые через социальные сети, например LinkedIn. В этой международной сети для делового общения можно не только указать свой опыт, пригласить к общению зарубежных коллег, но и немного прорекламировать себя посредством публикаций на актуальные бизнес-темы в профессиональных сообществах, указанием в своем профиле ссылок на собственные статьи, выступления», — высказывается господин Ларин.

Он отмечает, что грамотный «самопиар» может сыграть решающую роль, особенно, при выборе из нескольких претендентов. «В целом повысить привлекательность отечественных менеджеров для зарубежных работодателей могут лишь время, сближение бизнеса и новые громкие истории, такие как уже подзабытый переход Льва Хасиса в WalMart», — приводит пример господин Дорффман.

Людмила Смолина, директор по развитию бизнеса AVRIO Group Consulting, считает, что у российских управленцев есть реальный шанс применить имеющиеся знания и навыки, а также получить опыт работы в мультинациональной среде в таких странах, как Вьетнам, Камбоджа, Монголия, Таиланд, Малайзия, Лаос. «Там имеют свои подразделения крупнейшие международные компании, но на местных рынках труда откровенно не хватает высококвалифицированных менеджеров. Я знаю несколько историй успешного построения карьеры нашими менеджерами-соотечественниками в зарубежных подразделениях международной FMCG-компании в этих странах», — приводит пример госпожа Смолина. ■