

# ЗНАТОК

## человеческого капитала

**В** мире бизнеса свои правила и свои легенды. Пожалуй, одна из наиболее популярных и наиболее обсуждаемых — хедхантеры. Большие деньги, высокие ставки и торговля интеллектуальным ресурсом создали вокруг профессии ауру таинственности, породили на свет массу баек и побасенок. О том, что такое хедхантинг на самом деле, «Карьер» рассказал старший партнер консалтинговой компании Ward Howell Георгий Абдушелишвили.

**— Георгий, при взгляде на ваш послужной список складывается ощущение, что вы сделали безупречную карьеру...**

— Я не могу сказать, что мой карьерный рост был запланирован еще в пору студенчества. Часть жизни я прожил при СССР и по окончании университета работал на кафедре. Никакого отношения к бизнесу это не имело. Начало сотрудничества с Ward Howell — совершенно отдельная история. Можно сказать, везение и случайность. В начале 90-х поступило предложение от представителей этой компании, и мы с коллегами решили попробовать себя в совершенно новой профессии, которая вот уже семнадцать лет является делом нашей жизни.

**— Кто сыграл важную роль в вашем становлении как профессионала?**

— В числе первых Томас Нефф, настоящая легенда американского рынка, и, безусловно, мои ленинградские партнеры, включая самого близкого — Сергея Воробьева. Не меньшее влияние на меня оказала совместная работа с Анатолием Чубайсом.

**— Вы стали одним из тех, благодаря кому произошло формирование хедхантинга и консалтинга в России...**

— Нам просто повезло, что в 92-м мы оказались в головном офисе Ward Howell на Парк Авеню и увидели людей, которые последние полвека занимались этим бизнесом. Нам повезло вдвойне, когда после заключения договора мы получили фактически готовую модель и нам не пришлось изобретать велосипед, как многим кадровым агентствам в России. В первое время было непросто, все было в новинку: формат общения, язык, дресс-код, клиенты, заказы, сфера деятельности. Не было понятно, за что брать деньги, почему наши услуги дороги, кого следует искать, зачем и к какому результату нужно стремиться. Тем не менее мы быстро адаптировались.

**— Насколько отличается тот род деятельности, которым вы занимались и готовились заниматься, обучаясь в университете, от того, чем заняты сейчас?**

— Кардинально. Здесь, во-первых, есть конкуренция, которой в то время практически не было. А это означает, что сегодня ты должен быть лучше, чем вчера. Ты, твоя компания, люди, которых ты воспитываешь. Во-вторых, есть конечная цель, которую ты должен достичь. Если цель не достигнута — результата нет, и дальнейшая работа усложняется. В-третьих, мир постоянно изменяется, и, чтобы быть на одной волне с этими переменами и даже предвидеть их, нужно постоянно расширять свои познания в выбранной области. В-четвертых, это темп. Раньше неделями можно было сидеть в библиотеке и не торопиться, сейчас это непоэтичная роскошь. Совокупность этих факторов породила амбиции, которых до того не было.

**— Какие изменения произошли с тех пор в компании?**

— Основу нашей деятельности по-прежнему составляет поиск топов для различных бизнес-структур. Тем не менее желание развиваться самим и следовать развитию глобальной экономики привело нас к более широкому пониманию того, что такое человеческий капитал, кто такие лидеры, за счет каких ресурсов компания становится более успешной и насколько неуместно в этих условиях сленговое определение «хедхантинг». Как сказал один из ярких руководителей: «Моя основная проблема — люди, остальное я могу купить за рубежом». Ведь действительно, можно занять деньги, купить лицензию, землю, оборудование и многое другое, но самое главное, что делает компанию успешной, — это создание лидерского потенциала. Поэтому сегодня мы занимаемся не только привлечением людей со стороны и укреплением управленческого звена той или иной компании, но и развитием тех людей, что там уже работают, а также руководителей, которые понимают, что им необходимо расти над собой и осваивать новые сферы влияния. Поэтому все вопросы, связанные с поиском или созданием лидеров, с привлечением и удержанием талантливых руководителей, — то, чем мы занимаемся. И эта тема куда шире, чем просто хедхантинг, или Executive Search.

**— Ваша компания сотрудничает и с частным сектором, и с государственными и некоммерческими предприятиями. Какой из выполненных заказов самый удачный?**

— Сложно сказать. За это время была масса невероятно интересных проектов не только в России, но и за рубежом. Например, мы нашли всех президентов Американской торговой промышленной палаты. Возможно,

Желание быть лучшим предполагает значительное расширение границ. Когда-то острой потребности в опыте, к примеру, европейских коллег не было. Сейчас это стало необходимо. Обмениваться с ними знаниями, усваивать их опыт, учиться у них, а впоследствии составить им достойную конкуренцию.

не самая крупная или влиятельная организация, но я считаю, что это наше достижение. Мы нашли руководителей крупнейших российских предприятий, таких как ТНК-ВР, «ВымпелКом» и др. Были также бесплатные проекты, которыми мы тоже гордимся. Мы искали и подбирали профессионалов для оркестров благотворительных фондов, университетов. Работали над проектами для любимого ФК «Зенит» — нашли им, например, финансового директора.

**— Для таких масштабов нужны действительно высококлассные профессионалы. Какими качествами должен обладать специалист в области executive search?**

— Здесь важно то, что может быть незаметно при поверхностной оценке: хедхантер — это предприниматель. Его признание, его доход, его успех зависят от него самого, поэтому у него должно быть предпринимательское чутье. Второе — кругозор. Не важно, с кем общаться, на какой территории, на каком языке. Ты должен быть человеком широких взглядов, таким эрудированным космополитом. Подобные качества помогают в каждом отдельном случае разработать индивидуальный подход к клиенту. Ведь люди разные, и миры их бизнесов тоже разные. Также необходимо демонстрировать определенную смелость, высказывая свое суждение, потому что от него зависит, кто станет руководителем, а кто нет, и понимать, что ты на самом деле строишь. Строишь же ты компанию, которая будет существовать вечно, а не только тот краткий период, пока ты в ней работаешь. Поэтому нужно уметь создавать своих последователей, нанимать, развивать и делегировать им полномочия.

