



РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННОЕ ИЗДАНИЕ

Депутатский труд



+ информационные сообщения, извещения, конкурсы, торги

№ 59-60 (285-286) 24 августа 2012 года

ПОСЛЕДНЯЯ ЗАТЯЖКА МАЛОГО БИЗНЕСА

Государство не оставляет шансов на выживание владельцам торговых палаток

Владельцы ларьков с ужасом ожидают наступления нового года. С 1 января 2013 года они не смогут торговывать пивом, а кроме того, по инициативе Минздрава, скорее всего, лишатся и сигарет. Как выяснила РБК daily, во многих странах ЕС ситуация обратная: государство отдает продажи табачных изделий исключительно малому бизнесу.

Одним из наиболее радикальных изменений в новой версии законопроекта Минздрава «Об охране здоровья населения от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» стало предложение о немедленном запрете продажи сигарет в нестационарных торговых объектах. В первой версии документа предполагался трехлетний переходный период, в течение которого предприниматели могли бы перепрофилировать свой бизнес.

Опрошенные РБК daily владельцы торговых палаток не скрывают своего разочарования новыми инициативами Минздрава. Наиболее активные малые предприниматели ранее протестовали против запрета продаж сигарет даже с учетом переходного периода — проводили митинги, собирали подписи под обращениями первым лицам государства, но вместо послаблений в итоге получили максимально жесткий вариант развития ситуации.

«Будем закрываться: у нас особых других вариантов не остается», — заявил РБК daily предприниматель Евгений Андреев. — Придется искать какие-то другие виды бизнеса, своих работников я уже предупредил о том, что ларек может закрыться и им придется искать другую работу».

«У меня нет сейчас никакого понимания, что делать в случае запрета розничной торговли сигаретами, — вторит коллеге владелец 22



ларьков Ирина Плеханова. — Пиво и сигареты формируют 80% оборота киоска, перепрофилировать их на другие виды продукции физически невозможно. Месячная аренда места для меня обходится более чем в 100 тыс. руб. На других видах товаров выйти на рентабельность с такими арендными ставками не реально».

В сложившейся ситуации владельцы пытаются найти пути спасения бизнеса. Некоторые уже сейчас начали поиск помещений под магазины, куда можно будет перевезти прежний ассортимент.

Согласно положениям законопроекта до 2016 года сигаретами можно будет торговать в любом магазине, а после 2016 года — в магазине площадью не менее 50 кв. м. «Мы будем брать в аренду магазин и продолжать заниматься табачной продукцией и пивом», — говорит частный предприниматель Елена Новикова. — Естественно,

затраты на аренду в этом случае поднимутся на 100%, существенно снизится оборот, упадут зарплаты у продавцов и мои доходы как предпринимателя».

По словам г-жи Новиковой, отыскать помещение, где продажа сигарет и пива будет легальной, нелегко из-за большого числа ограничений. «Нам не подходят предложения торговой площади в жилых домах, в стометровых зонах от детского сада и школы, от автобусной остановки и т.д.», — поясняет г-жа Новикова.

Некоторые предприниматели попробуют оставить на плаву свои ларьки, сделав упор на торговлю другими товарами, — именно такой совет дает бизнесменам Минздрав. Ларечники при этом признают, что выжить на одной минералке будет непросто. «Мы у себя проанализировали ситуацию и пришли к выводу, что из 15 ларьков пять придется закрыть, если не удастся догово-

риться о снижении ставок аренды, на что мы мало рассчитываем, — отмечает бизнесмен Алексей Коровкин. — У нас останется водичка, шоколадные батончики и прочий товар, который есть и сейчас, но с запретом торговли сигарет мы потеряем не менее 50% доходов».

Исключение малого бизнеса из торговли сигаретами идет вразрез с тенденцией, наблюдающейся во многих европейских странах, где государство вводит ограничения и запреты на торговлю табаком в крупных торговых сетях. На сайте tabaccontrollaws.org РБК daily ознакомилась с целым рядом действующих в ЕС законов, регулирующих розничную торговлю сигаретами. Так, в Испании продажа сигарет разрешена только в специализированных табачных аулетах. Предприятия общепита имеют право купить лицензию на установку вендинговых машин по продаже сигарет. В 2011 году король Хуан Кар-

лос подписал поправки, разрешив торговлю сигаретами в магазинах шаговой доступности.

Французский закон устанавливает, что продажей табачных изделий могут заниматься исключительно индивидуальные предприниматели, которые должны заключить трехлетний контракт с коммуной. При этом предприниматель не может иметь в собственности более одной табачной торговой точки. В Италии розничная продажа сигарет целиком отдана владельцам ларьков, которые при этом обязаны продавать также марки и проездные билеты на общественный транспорт. В Греции сигареты продаются в специализированных магазинах, их количество и расположение определяются районными властями, которые ориентируются на количество жителей в конкретном районе.

РБК daily



Холманских раскритиковал «Единую Россию» за «элитарность»

Движение «В защиту человека труда» взялось за критику партии «Единая Россия». Как сообщает «Коммерсантъ», в проекте программы движения утверждается, что партия власти «не отражает во всей полноте интересы трудящихся России». Причина этого в том, что «среди членов партии почти отсутствуют рабочие, крестьяне, фермеры, инженеры».

Отметим, сами «единорос-

сы» отреагировали на подобное заявление достаточно резко.

«Видимо, это какое-то банаульное идеологическое недоразумение, возникшее в результате того, что очередные щелкоперы-пропагандисты подложили неопытным в политике «людям труда» застарелый продукт», — заявил заместитель секретаря генсовета «Единой России» Алексей Чеснаков.

Между тем, говорить о разрыве отношений движения с «ЕР» говорить рано. Так на конференции «В защиту человека труда» в Тюмени рабочие решили поддержать 23 кандидатов, идущих на муниципальные выборы в трех регионах УрФО от «Единой России».

Опубликовано по материалам ИА «Свердловское областное агентство политической информации».

Малый бизнес посчитали по-крупному

Росстат огласил данные федерального статистического исследования предпринимательства. Результатов первой экономической переписи малого бизнеса в нашей стране пришлось ждать долго. Исследование проводилось в 2011 году, по результатам работы субъектов за 2010 год, — такова уж методология работы органов статотчетности, сбора и анализа данных. Выборка более чем репрезентативная, потому что практически сплошная.

СУБЪЕКТЫ СПЛОШНОГО НАБЛЮДЕНИЯ

В результате наблюдения получены отчеты от 1,66 миллиона малых предприятий-юридических лиц и 2,91 миллиона индивидуальных предпринимателей. Рассылка бланков экономической переписи респондентам осуществлялась по адресам их регистрации. Сплошное наблюдение проводилось методом самозаписи.

Заодно и выявились наличие организаций, полностью прекративших свою деятельность без проведения официальной процедуры ликвидации, а также отсутствие точных адресов фактического осуществления деятельности предприятиями.

В результате не найдены по зарегистрированным адресам 842 тысячи юридических лиц и 652 тысячи индивидуальных предпринимателей, которые могли бы являться субъектами малого и среднего предпринимательства. То есть четверть потенциальных субъектов таинственно растворились на просторах страны, то ли окончательно ушли в тень, то ли просто разорились и вышли из бизнеса.

К респондентам, отказавшимся от предоставления отчетности, применялись меры административного воздействия. К примеру, территориальные органы Росстата вызвали к себе на беседу более 120 тысяч переписываемых, после чего каждый второй респондент тут же осознал важность экономической переписи и предоставил отчет.

(К нарушителям отчетной дисциплины применялись и другие меры административного воздействия: составление протоколов об административных правонарушениях, наложение штрафов и обращение в прокуратуру за содействием к привлечению к административной ответственности лиц, не предоставивших отчет).

Еще один интересный нюанс. В целом по Российской Федерации примерно каждое пятое юридическое лицо и каждый третий индивидуальный предприниматель предоставили «нулевые» отчеты. Это, конечно, может свидетельствовать об отсутствии хозяйственной деятельности. Или можно говорить о сокрытии реальных результатов деятельности при формальном выполнении требований о предоставлении статистической отчетности.

НАШИ ЭФФЕКТИВНЕЕ НА 16 ПРОЦЕНТОВ

А вот итоги сплошного федерального статистического наблюдения за деятельностью субъектов малого и среднего предпринимательства в Свердловской области.

У нас в результате сплошного наблюдения были получены отчеты от 147,3 тысячи респондентов (63,3 тысячи малых предприятий и 84 тысячи индивидуальных предпринимателей), или 73,7 процента к общему количеству респондентов. То есть уральцы проявили большую экономическую откровенность и сознательность, чем

в среднем по России. Среди отчитавшихся более 40 процентов малых и средних предприятий осуществляли деятельность в оптовой и розничной торговле, ремонте автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования, 20 процентов занимались операциями с недвижимым имуществом, арендой и предоставлением услуг; доля производителей промышленной продукции составила 10 процентов. Более половины индивидуальных предпринимателей занимаются оптовой и розничной торговлей, ремонтом автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования, 15 процентов — транспортной деятельностью, 12 процентов — операциями с недвижимым имуществом, арендой и предоставлением услуг.

В расчете на 1000 человек населения в среднем по Свердловской области, по предварительным данным, приходится 15 малых и средних предприятий (по России 12) и 20 индивидуальных предпринимателей, что соответствует среднероссийскому уровню. А вот лидируют по количеству малых и средних предприятий на 1000 человек населения Санкт-Петербург, Калининградская и Ярославская области (25, 24 и 19 малых и средних предприятий соответственно). Москва вместе с Новосибирской областью делит четвертое место, там по 18 малых компаний на тысячу человек. Ивановская область — 16 компаний на тысячу жителей — пятое место. Наш регион на шестом месте (вместе с Тю-

менской, Магаданской и Сахалинской областями).

По данным сплошного наблюдения, почти каждый четвертый, занятый в экономике области, работал в секторе малого и среднего предпринимательства (в целом по России — 22 процента).

В 2010 году на малых и средних предприятиях было занято 407,5 тысячи человек, у индивидуальных предпринимателей (включая работающих членов семьи, партнеров и наемных работников) работали 162,2 тысячи человек. В 2010 году на одном малом предприятии было замещено в среднем 10,3 рабочего места, на среднем предприятии — 121,1 рабочего места.

В целом по области индивидуальными предпринимателями от реализации товаров (работ, услуг) было выручено 231,3 миллиарда рублей.

В малых и средних предприятиях выручка от реализации товаров (работ, услуг) составила (без сумм налогов и аналогичных обязательных платежей) в 2010 году 826 миллиардов рублей, что составляет 30 процентов общей выручки всех организаций области. В среднем на одно юридическое лицо в Свердловской области приходилось 24,1 миллиона рублей выручки, в Уральском Федеральном округе — 22,9, в среднем по России — 20,7 миллиона рублей.

То есть работать, а точнее, зарабатывать свердловский малый бизнес может на 16 процентов эффективней среднероссийского.

Виктор Кочкин



TRANS-VEKTOR
TRANSPORTNAЯ КОМПАНИЯ



СКОРОСТЬ • НАДЕЖНОСТЬ • СЕРВИС

ДОСТАВКА

МОСКВА ПЕРМЬ ЕКАТЕРИНБУРГ ▶ 24 часа ◀
 С.ПЕТЕРБУРГ ПЕРМЬ ЕКАТЕРИНБУРГ ▶ 36 часов ◀
 МОСКВА ХАБАРОВСК ВЛАДИВОСТОК ▶ NEW ▶

213 14 41 · 213 15 22 · 213 11 95
ВОКЗАЛЬНАЯ, 26 · WWW.TRANS-VEKTOR.RU

Сообщение о проведении торгов

Организатор торгов – конкурсный управляющий **ООО «Агро-фирма «Август»** (620000, г. Екатеринбург, ул. Малышева, 137, 44, ИНН 2352040873, ОГРН 1072352000600) Британов К.Г. СНИЛС: 117-923-328-62 (НП СРО АУ «Развитие»: 123557, г. Москва, Большой Тишинский пер., д. 38, ИНН 7703392442, ОГРН 1077799003435) сообщает, что повторные торги от 17.08.2012 г. по продаже прав требования дебиторской задолженности в соответствии с сообщением № 66030070154, опубликованном в газете «Коммерсантъ» № 81 от 05.05.12 г. признаны несостоявшимися и объявляет о проведении торгов в форме публичного предложения. Срок приема заявок с 27.08.12 г. по 21.10.12 г. Начальная цена лота на 10% ниже от цены, указанной в сообщении о торгах № 66030070154. По истечении каждого 7 дней стоимость имущества снижается на 10 %. Цена отсечения - 25 % от начальной цены имущества. Условия участия в торгах смотреть в указанном сообщении и на сайте электронной площадки ЗАО «Сбербанк-АСТ» (<http://bankruptcy.sberbank-ast.ru/>).

СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ

тиражность от 1 шт. и более

гибкая ценовая политика

собственное производство

подробная информация и портфолио на сайте:

www.leo66.ru

тел./факс:
**(343) 376 34 70,
 376 49 96, 376 33 73,**
**г. Екатеринбург,
 ул. Чернышевского, 1,
 e-mail: a1214@list.ru**



флаги, значки, ручки, кружки, плакаты, оригинальные подарки и многое другое

Работа с манипуляциями в деловом общении

Любое деловое общение происходит в двух разговорных режимах:

- либо это обмен разговорной информацией (деловая беседа),

- либо это речевая манипуляция, т.е. стремление заставить собеседника сделать что-то выгодное для противной стороны общения.

Подобные вещи считаются вполне нормальными в обиходе делового оборота. Вместе с тем, каждый из контрагентов преследует свои цели и, естественно, хочет их выполнения с наибольшей пользой для себя. При этом желательно минимизировать свои затраты, а еще лучше, чтобы значительную часть работы выполнил кто-то другой. Понятно, что самому при этом стать объектом чужих манипуляций никак не хочется. Значит, нужно уметь распознавать манипуляции и уметь от них защититься. Правильно понять смысл защиты от манипуляций поможет следующая притча с не- сколькими смыслами.

КАК ЛОВИТЬ ОБЕЗЬЯН

Одна обезьяна очень любила вишни. Однажды, сидя на дереве, она увидела на земле восхитительные вишни и спустилась вниз, чтобы достать их. Но вишни лежали в прозрачной стеклянной банке. После нескольких неудачных попыток заполучить вишни обезьяна наконец догадалась просунуть руку в горлышко сосуда. Зажав одну вишню в кулаке, она хотела вытащить руку, но не смогла, потому что ее кулак оказался шире отверстия сосуда.

Разумеется, все это было сделано умышленно и вишни в сосуде были ловушкой, устроенной ловцом обезьян, который знал, как мыслить обезьян.

Услышав обезьяний визг, охотник вышел из своего укрытия. Испуганная обезьяна попыталась удрать. Но ее рука застряла в сосуде, и она потеряла способность быстро передвигаться.

К тому же, и это охотник знал заранее, обезьяна продолжала судорожно сжимать вишню в руке. Таким образом, он без труда ее схватил. Затем он резко ударил ее по локтю, отчего ее кулак разжался, и она выпустила вишню.

Обезьяна высвободила руку, но была поймана. Охотник использовал вишню в сосуде, но не лишился ни того, ни другого.

Смысл 1

Иногда лучше потерять малое, чтобы сохранить большее.

Смысл 2

Увидев вишню, стоит осмотреться, нет ли поблизости охотника.

Вопросы, обозначающие



психологическую готовность научиться защите от манипуляций:

1. Как часто вы или ваши знакомые, соблазнившись обещаниями, оказывались в ловушке?

2. Много ли охотников вокруг вас или вашей компании?

3. Каким образом можно им противостоять на разных этапах закрытия ловушки?

Каждому виду психологического манипулятивного влияния могут быть противопоставлены разные виды противостояния, и один и тот же вид противостояния может использоваться по отношению к разным видам влияния. Российский психолог Е. В. Сидоренко приводит список видов психологического противостояния влиянию и воздействию.

ВИДЫ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ПРОТИВОСТОЯНИЯ ВЛИЯНИЮ

КОНТРАРГУМЕНТАЦИЯ

Сознательный аргументированный ответ на попытку убеждения, опровергающий или оспаривающий доводы инициатора воздействия.

КОНСТРУКТИВНАЯ КРИТИКА

Подкрепленное фактами обсуждение целей, средств или действий инициатора воздействия и обоснование несоответствия целям, условиям и требованиям адресата.

ЭНЕРГЕТИЧЕСКАЯ МОБИЛИЗАЦИЯ

Сопротивление адресата попыткам внушить или передать ему определенное состояние, отношение, намерение или способ действия.

ТВОРЧЕСТВО

Создание нового, пренебрегающего влиянием образца, примера или моды либо преодолевающего его.

УКЛОНЕНИЕ

Стремление избегать любых форм взаимодействия с инициатором воздействия, в том

числе случайных личных встреч и столкновений.

ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ САМООБОРОНА

Применение речевых формул и интонационных средств, позволяющих сохранить присутствие духа и выиграть время для обдумывания дальнейших шагов в ситуации деструктивной критики, манипуляции или принуждения.

ИГНОРИРОВАНИЕ

Действия, свидетельствующие о том, что адресат умышленно не замечает либо не принимает во внимание слова, действия или выраженные инициатором воздействия чувства.

КОНФРОНТАЦИЯ

Открытое и последовательное противопоставление адресатом своей позиции и своих требований инициатору воздействия.

ОТКАЗ

Выражение адресатом своего несогласия выполнить просьбу инициатора воздействия.

Подведем небольшой итог. Неприятных людей слушать:

а) приходится, т.к. в деловом общении сама коммуникация зачастую носит вынужденный характер;

б) нужно, т.к. эти люди могут быть умными, замечать то, чего вы не видите. Если вы не услышите их, они расскажут про вас кому-то еще. Плюс вы можете потренироваться в общении с новым типом людей. А это наверняка пригодится.

Если в разговоре у вас возникают негативные эмоции, скорее всего, это происходит оттого, что прилетает манипулятивная атака по вашей картине мира или же давят на ваше чувство вины или страха. Великий французский мыслитель Монтень говорил: «Человек страдает не столько от того, что происходит,

сколько от того, как он оценивает происходящее». Такая оценка полностью зависит от самого человека. Чем менее трагично он воспринимает стрессовые ситуации, тем менее разрушительное действие окажет стресс. Для уменьшения страха перед трудными обстоятельствами можно предложить мысленно принять самое худшее. Это помогает сбросить груз панического беспокойства, мешающего искать (и находить) правильный выход. Укажем на формулу У.Х. Кэрриэра, которая содержит три правила:

1. Спросить себя: «Что меня ожидает в самом худшем случае?»

2. Приготовиться принять это как неизбежное.

3. Спокойно подумать, как изменить ситуацию.

Поняв, откуда пришла эмоция, игнорируйте ее (об этом см. ниже), чтобы докопаться до сути четырех вопросов:

- Что происходит?
- В чем это выражается?
- Чем это плохо?
- Что хотелось бы в идеале?

Чтобы закрепить этот набор, попробуйте при ближайшем неприятном разговоре держать эти четыре вопроса перед собой. А после разговора проведите его анализ – что получалось, где включались эмоции и насколько удалось договориться.

Как же защищаться от масированного психологического давления? Пути только два. Держаться и всем вежливо объяснять, что они лезут не в свое дело. Либо выходить на переговоры с тем, кто на вас давит, и отстаивать свою позицию.

ОБЩИЕ МЕТОДЫ ЗАЩИТЫ ОТ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ДАВЛЕНИЯ В ПЕРЕГОВОРАХ

В моменты, когда на вас

агрессивно давят, вряд ли получится конструктивно и спокойно мыслить и адекватно воспринимать происходящее. Эмоции отвлекают. Чтобы их нейтрализовать, имеются стандартные приемы, как противостоять психологическому прессингу.

1. Применение закрытых жестовых поз – скрещенные ноги и руки, взгляд исподлобья и пр. Это подсознательная защита жизненно важных органов. В такой позе человек минимум подвержен влиянию.

2. Организация меж собой и оппонентом препятствий – стульев, столов, особенностей интерьера. Можно использовать какой-либо объект типа вазы, чаши или пепельницы.

3. Использование мысленных препятствий меж собой и манипулятором.

Можно вообразить стену из воды, огня либо стекла. Можно мысленно одеть себя в защитный скафандр или силовое поле. После нескольких экспериментов вы поймете, какой вариант для вас подойдет лучше остальных. Для мысленной завесы рекомендуется использовать ту стихию завесы, которая соответствует вашему символу зодиака.

4. Довольно забавный метод: можно представить оппонента в другом образе. Например, голым, в одном нижнем белье, с ушами и зубами кролика и т.п. Подойдет любой вариант, при котором психологическое давление от оппонента НЕ будет восприниматься серьезно.

5. Абстракция интереса.

Подойдет любой метод, который не даст манипулятору сконцентрироваться. Например, легкое постукивание по столу ручкой, взять глянцевый журнал и раскрыть его на странице с броской рекламой. Мужчин можно отвлечь раскованно одетой красавицей, женщин – элегантной одеждой либо украшением.

Заключение. С помощью несложной техники вы можете определить, насколько легко вами можно манипулировать и подавлять все психологически. Обратите внимание на фразы типа «тебя ни о чем невозможнно попросить», «бесполезно с тобой разговаривать» либо «с тобой вообще невозможно договориться». Такое часто говорят неудачливые манипуляторы. И помните американскую деловую поговорку: болтуны и неудачники всегда держатся вместе.

М.Н. Вейде, бизнес-тренер,
т. 89193748100,
e-mail: ternii66@yandex.ru,
www.del0212.ru

Грустно осознавать, что вы «промышнулись всего на несколько миллиметров», просматривая резюме или внимательно беседуя с кандидатами, но в итоге выбрали не того кандидата. Это все равно что копать в полуметре от золотой жилы и увидеть пустую яму, в то время как у вас мог быть прииск стоимостью в миллион долларов.

Вот реальный случай. Известная компания в Алматы запускает новое направление. Они ищут руководителя для этого направления. Обращаются в известную рекрутинговую компанию в Москве. Там находят кандидата с опытом работы в подобном направлении в известной московской сети магазинов. Алматинская компания хорошо оплачивает услуги агентства. Перевозит человека с семьей из Москвы в Алматы, покупает жилье и передает ему в управление новый проект.

Через 3 месяца финансовый директор компании попадает на семинар «ПЕРФОРМИ» по найму персонала, где она в течение 9 дней глубоко изучила основы найма. В конце обучения она сообщила ведущему семинара про эту историю и поделилась осознанием того, что, похоже, они купили «кота в мешке», но который очень хорошо выглядел при найме и имел рекомендацию от агентства, но сейчас, спустя несколько месяцев после найма, она по-прежнему не видит от него результата.

После завершения семинара «ПЕРФОРМИ» она применила изученные основы и выяснила практически в течение часа (с учетом всех звонков в Москву), что они здорово промахнулись вместе с агентством. Цена этой ошибки измерялась десятками тысяч долларов одной только зарплаты.

Мораль здесь проста. Нужно знать базовые основы любого дела - тогда все становится намного понятнее, и вы могли бы получать гораздо лучшие результаты в этой области.

В любом городе найдутся способные люди. Кто-то из них создает свою компанию, идя к своей мечте. Кого-то не заинтересует созданием собственного бизнеса, и этот человек с удовольствием становится наемным сотрудником в чьей-то компании и честным трудом приносит потрясающую пользу компании.

Те, кто нашел в себе силы и создал свою компанию, определенно смелые люди. Как ни крути, но именно они способствуют тому, чтобы в нашей жизни происходили изменения. Именно они собирают в одну группу продуктивных людей и пробиваются к целям компаний, предоставляя свои услуги. Так или иначе, именно они создают рабочие места для своих земляков, которых дети и семьи ждут после работы.

Эти люди – предприниматели – заслуживают настоящей поддержки иуважения!

Большинство компаний когда-то создавалось с нуля, с идеи одного человека, обрастающей единомышленниками и коллегами. Даже великая компьютерная фирма IBM началась когда-то с одного способного человека, который увидел в этом свою мечту.

Но один, как известно, в поле не воин. Нужен персонал, если у основателя есть большие планы на будущее. Своих первых сотрудников предприниматели нередко находят среди родственников, друзей и знакомых людей. Рано или поздно такие знакомые заканчиваются, и нужно набрать еще больше людей, способных давать результат. И вот здесь предпринимателей ждут серьезные испытания.

Иногда при выборе кандидатов случаются ошибки, которые обходятся как владельцу, так и самой компании, как говорится, «в копеечку». Некоторые нанятые люди не оправдывают ваших ожиданий, они «уводят» списки клиентов, они приносят больше проблем, чем пользы.

Они портят целый отдел или приводят к краху целые подразделения. В то время как вы изо всех сил бьетесь над качеством, некоторые сотрудники

Кадры решают все

Вроде и сотрудников стало больше. А мне по-прежнему приходится все делать самому...

или коллеги тихо работают над тем, чтобы брака было больше. Это странно, но факт.

От таких ошибок в найме страдают все: владелец компании, и руководство компании, и сами сотрудники.

Никто из сотрудников не выиграет, если они потеряют рабочее место из-за того, что недавно нанятый финансовый директор оказался очень способным жуликом и разорил компанию. Никто не выиграет, если секретарь забыла сказать, что звонил важный клиент, и вы упустили эту сделку только из-за забывчивости красавицы-секретаря. И вот итог - недополученная прибыль в сотню тысяч долларов или рублей.

Никто не выиграет, если вы, как директор компании, вместо того чтобы смотреть вперед и делать стратегические шаги, вынуждены «нянчиться» с начальником отдела продаж, который потрясающе выглядит на собеседовании, у которого был большой «опыт» в подобной работе. Но вот уже полгода как он работает у вас, а доход продолжает падать и падать...

После такого «опыта» начинаешь призадумываться, кого и как выбирать в следующий раз. С каждой ошибкой в найме невольно становишься очень требовательным. Некоторые испытывают отчаяние и говорят, что невозможно заранее понять, что это за человек. Будет ли он приносить пользу или только выглядит хорошо.

Из-за этого главные руководители компаний часто попадают в две крайности. Либо они начинают делать основной упор на «опыт» - сколько лет кандидат занимался подобной работой, либо на то, а «впишется ли этот кандидат в корпоративную культуру» (словно мы подбираем мебель в интерьер комната).

Но, по рассказам многих бизнесменов, даже эти крайности не спасают от ошибок в найме. Судите сами. Если вы вынуждены были кого-то уволить из-за некомпетентности либо еще по какой-то неприятной причине, значит, прямо перед этим его кто-то ВЫБРАЛ и нанял. Это значит, что при выборе у вас не получилось увидеть, что этот парень станет вашей головной болью в будущем. Вы не посмотрели «в правильное место».

Я помню времена 90-х годов, когда после очередной ошибки в найме мы с партнером задумались: «А может быть, мы просто в людях не очень разбираемся? Давай обратимся в кадровое агентство, они ведь профессионалы». Но и это нас не спасло. Агентство присыпало к нам кандидатов, а мы снова не могли понять, кого же из них взять. Наши «собеседования» длились по часу - полтора. Но даже когда мы выбрали одного, этот парень через полгода увел у нас клиентскую базу. Это означает, что и кадровое агентство не может быть 100% гарантией того, что вы получаете правильных кандидатов.

НА ЧТО ЖЕ ТОГДА ОПЕРЕТЬСЯ?

Если вы не измените свой подход в выборе кандидатов, то сможете ли вы избежать подобных ошибок с секретарем, финансовым директором или начальником отдела продаж в следующий раз?

Грустно осознавать, что вы «промышнулись всего на несколько миллиметров», просматривая резюме или внимательно беседуя с кандидатами, но в итоге выбрали не того кандидата. Это всё равно что копать в полуметре от золотой жилы и увидеть пустую яму, в то время как у вас мог быть прииск стоимостью в миллион долларов.

ЧЕМ ПРОЩЕ, ТЕМ НАДЕЖНЕЕ

Мы обнаружили, что в вопросе выбора кандидатов есть простые, но жизненно важные основы. Если эти основы упустить из виду, то всё остальное может потерять всякий смысл. Это всё равно что пытаться считать свой доход, не зная, как сложить два и три. Основы. Именно основы дают вам шанс выбирать правильных людей при найме.

Мы проверили действенность основ, рекомендуемых «ПЕРФОРМИ» с 1984 года. Они работают. Подтверждением этому служат многочисленные отзывы и рекомендации клиентов «ПЕРФОРМИ».

Обучая работодателей тому, как правильно выбирать кандидатов, мы настоятельно рекомендуем смотреть на 4 вещи (в порядке их важности):

1) продуктивен ли человек вообще: есть ли у него результаты в прошлом;

2) насколько его личностные качества будут способствовать тому, что он справится с конкретной должностью (работой); насколько долго он сможет проработать в вашей компании; представляет ли он какую-либо опасность для других существующих сотрудников;

3) мотивация человека; причина, по которой он идет именно в вашу компанию, что для него самое главное в работе (что его заставляет заниматься тем, чем он занимается);

4) наличие достаточного минимума профессиональных знаний и навыков.

В некоторых случаях следует поставить на первое место наличие хороших профессиональных знаний и навыков (например, при выборе ведущего хирурга). Но в большинстве случаев вам будет достаточно проверить кандидата именно в той последовательности, которая описана выше.

НЕОБХОДИМОЕ И ДОСТАТОЧНОЕ

Безусловно, вы никогда не ограничиваете себя только этими четырьмя моментами. Но, не выяснив эти четыре момента, вы потратите время впустую, разговаривая с кандидатом. Это все равно что если молодой человек решил познакомиться с девушкой с целью заведения с ней романа. И вот видит сидящего к нему спиной человека с красивыми длинными волосами, и он решается на знакомство.

Он строит в уме план, как и что сейчас будет говорить. Но постойте! Пропущен один шаг!

Для начала было бы неплохо убедиться, что человек с этими длинными волосами действительно девушка, а не парень, который отрастил длинные волосы. Опять же: основы.

Перечисленные четыре основных фактора при найме взаимосвязаны между собой.

Судите сами. Зачем выяснять личностные качества, если вы ничего не знаете о продуктивности этого человека? Зачем вам знать его опыт, если вы не можете проверить его продуктивность?

Зачем вам ставить на пост секретаря продуктивную девушку, но у которой есть одна черта из личностных качеств: она невнимательна и рассеяна? Поставьте ее лучше туда, где ее невнимательность не будет создавать вам проблемы: ведь она продуктивна и может быть полезной. «Копите» продуктивных людей в своей компании. Это залог успеха.

Зачем вам ставить на должность финансового директора человека, который идет работать в вашу компа-

нию только из-за того, что зарплата в вашей компании оказалась немного больше предыдущей, и он намерен уйти, если ему предложат где-то еще больше? Встречали таких «перебежчиков»? Долго ли они работают?

ИДЕАЛЬНЫЙ СЛУЧАЙ

Идеальным вариантом было бы следующее:

- Ваш кандидат продуктивен (и этому можно было бы найти подтверждение при проверке).

- Его личностные качества не мешают ему выполнять свои обязанности.

- Он работает в вашей компании не только ради зарплаты. Им движет что-то большее, чем просто работа ради денег (например, он работает из-за личной убежденности в том, что услуга компании очень нужна людям).

- И у него изначально был достаточно минимум профессиональных навыков, или он был способен быстро осваивать необходимые навыки уже в процессе работы.

- И он долго работает в вашей компании (т.е. не испытывает неутомимого желания постоянно менять рабочее место).

ХУДШИЙ СЛУЧАЙ

Худший вариант был бы таким:

- Человек непродуктивен.

- Он не подходит по своим личностным качествам для этой должности.

- Но он остается в вашей компании так долго, как только может продержаться (так что и с юристами его непросто выгнать).

Самое необычное оказалось то, что можно достаточно подробно проводить собеседование с кандидатом, изучать его послужной список и даже изучать его рекомендательные письма, но так и не заметить самого главного. Будет ли он вообще полезен компании? Продуктивен ли он? Облегчит ли он жизнь своему руководителю или, наоборот, создаст ему еще больше хлопот?

И многолетний опыт многих компаний учит нас тому, что, к сожалению, ошибки при найме очень распространены, ибо в этот момент вы сталкиваетесь, возможно, с самой сложной штукой в этой жизни – ЖИВЫМ ЧЕЛОВЕКОМ.

Каждая ошибка заставляет людей тщательнее и тщательнее отбирать кандидатов, тратя на это все больше и больше времени.

С ЭТИМ МОЖНО ЧТО-ТО СДЕЛАТЬ

Но было бы глупо просто перечислять все трудности в этом деле и не предложить какое-то решение. Как вам такое? К вам приходит кандидат, вы садитесь с ним и задаете ему правильные вопросы всего 10-15 минут, и вы понимаете: будет он вам давать результаты в работе, которые вы от него ожидаете, или нет.

Всего 10-15 минут, а не 1,5 – 2 часа изнурительных расспросов, после которых все еще остается вопрос: «Брать или не брать?»

Это результат фирменного «Интервью проверки продуктивности», разработанного в «ПЕРФОРМИ» и используемого уже в большом количестве компаний как в СНГ, так и по всему миру.

Добавьте к этому еще одну деталь. Представьте, что вы могли бы знать о личностных качествах человека (кандидата) еще ДО ТОГО, как вы примите его в штат. Что вы могли бы предсказать рассеянность и не-

внимательность будущего секретаря еще задолго до того, как она сделала роковые и нелепые ошибки в очень важных деловых бумагах и вы упустили контракт.

И именно из-за невнимательности, а не из-за неграмотности либо из-за отсутствия знаний основ профессии, что можно было бы исправить обучением.

Выяснить личностные качества несложно, если в ваших руках хороший личностный тест на 200 вопросов, результаты которого смогут научиться понимать любой человек без специального образования.

Однако в нашем мире бытует миф, что в людях сложно разбираться, что для этого нужны академические знания, университеты, «жизненный опыт» и т.п. Хорошая новость в том, что, для того чтобы разбираться в людях, все это не является обязательным требованием.

Любой продуктивный человек, будь то совладелец компании или сотрудник, который занимается наймом персонала, смог бы легко научиться понимать своих кандидатов на два порядка лучше. Просто нужно усвоить ОСНОВЫ и потренироваться в их использовании. Это именно то, что мы делаем для вас в «ПЕРФОРМИ».

ПРОСТАЯ ТОЧКА ЗРЕНИЯ

В заключение я хочу вам показать одну точку зрения на найм. Есть люди, которые готовы помочь компании: они идут туда не только ради каких-то личных выгод - они делают свою работу, они приносят пользу.

Они нацелены на «исходящий поток». Эти люди понимают, что, для того чтобы получить что-то, нужно сначала сделать, создать, произвести что-то.

И есть другая часть людей. Они приходят в наши компании, чтобы обрести личные выгоды от компании. «Что мне даст эта работа? Какую выгоду я получу? Выгодно ли мне?»

Ничего плохого в этом нет, если эти вопросы не являются самыми главными моментами для человека. Эти люди чаще всего сначала хотят получить, а потом, может быть, они и решат дать что-то и вам - вашей компании.

Как это применимо в жизни? Часто в объявлениях можно увидеть «сладкие приманки»: соцпакет, бесплатный проезд, бесплатный обед, привезем и отвезем, полностью «обуем и оденем» и т.п. Задумайтесь на секунду, чье внимание такие объявления, скорее всего, привлечет? Тех, кто нацелен на входящий поток, или людей, которые нацелены на исходящий поток?

А объявление такого рода: «Ненормированный рабочий день. Эта работа потребует от вас всех способностей. У нас деньги принято зарабатывать, а не просто получать». Чье внимание привлечет оно?

Просто посмотрите на это. Нет ничего неправильного в том, что в вашей компании есть все, что перечислено в этом объявлении. Просто объявление – это как нахидка на рыбаке. Если вам нужны щуки, то вряд ли вы сможете привлечь их внимание, насытив на крючок кусочек теста.

СДЕЛАЙТЕ ЭТО

Одним словом, приезжайте в «ПЕРФОРМИЮ». Найдите ближайший город, где проводится семинар «ПЕРФОРМИ». Пройдите обучение, узнайте эти простые, но невероятно эффективные вещи, которые сэкономят вам кучу денег, кучу времени и создадут устойчивость вашей компании. Даже не сомневайтесь - просто придите и узнайте об этом!

Андрей ПОДАЧИН,
вице-президент компании
«ПЕРФОРМИЯ СНГ»

Екатеринбургское представительство
компании «Перформия»:
ул. Большая Полякова, 75, офис 81.
тел. (343) 268-28-50, 269-22-90



Учредитель ООО «ИСТОКИ». Газета зарегистрирована ОМПУ МПТР РФ 11-0759. Адрес редакции и издателя: 620014, Екатеринбург, у