



Работа по душе: какая компания подойдет именно вам

12 мая 2017 | **Билл Тейлор**

Все мы хотим быть частью великой организации и высокоэффективного рабочего коллектива. Мы стремимся трудиться на пике своих возможностей рядом с коллегами, которые помогают нам и в то же время конкурируют с нами. Нам хочется выполнять любимую работу за достойное вознаграждение. Но успешных организаций много, да и типов успешно функционирующих рабочих коллективов тоже немало. Главное, чтобы ценности, которые стимулируют развитие вашей компании совпадали с теми, которые мотивируют лично вас, корпоративная культура компании гармонично сочеталась с вашим личным стилем поведения, а коллеги побуждали вас размышлять, развиваться и даже смеяться.

Вывод таков: неважно, на какой ступени карьерной лестницы мы находимся и чем занимаемся, нужно понимать, какая рабочая атмосфера нас действительно устраивает. Находим мы радость во внешней и внутренней конкурентной борьбе или для нас важно сотрудничество на рабочем месте? Мы жаждем личного успеха и признания или нам больше по душе работа в команде и коллективный успех? Мы готовы пожертвовать эмоциональным и психологическим комфортом из-за материальной выгоды или для нас важнее делать что-то значимое, а не просто зарабатывать деньги?

Мне повезло: за последние 20 лет я смог поработать в самых креативных, активных и эффективных мировых компаниях с диапазоном деятельности от здравоохранения до финансовых услуг, от Кремниевой долины до Мэдисон-авеню. Все они достигли огромных успехов на рынке, при этом подходы к организации работы у них абсолютно разные. Проанализировав факты, полученные на собственном опыте, я выделил четыре вида рабочих коллективов и составил [опросник](#), который поможет понять, какой из них подходит вам.

Правильных ответов на эти вопросы не существует; нет такой рабочей атмосферы, которая подходит всем. Каждому нужно понять, какой коллектив даст ему возможность трудиться наиболее продуктивно. Итак, что же это за четыре вида коллективов?

Компания как сообщество. Лозунг такого рабочего коллектива – «один за всех и все за одного». Здесь на деле, а не на словах реализованы основополагающие принципы: доверие, командная работа и верность сотрудников друг другу. Конечно, интересы заказчиков, партнеров и инвесторов тоже свято соблюдаются, однако потребности сотрудников здесь ставят превыше всего. Формула успеха для таких компаний – приносить пользу людям, работающим в этом бизнесе. Например, Кент Тири глава компании Davita, исключительно успешного поставщика медицинских услуг, со штаб-квартирой в Денвере, штат Колорадо, любит подчеркнуть, что его организация «это прежде всего сообщество, а потом уже компания». Вот что он говорит: «Мы поменяли местами средство и цель. Доходность бизнеса – это средство. Создание реального сообщества людей – это цель».

Плеяда звезд. Такие организации – это собрание амбициозных, яростно конкурирующих между собой личностей, измеряющих свой успех личными целями и даже победами над другими сотрудниками. Их кредо – «вверх или за дверь», «пан или пропал», «оцени или вышвырни». Работать в такой обстановке трудно, но это то, что нужно талантливым людям, стремящимся стать суперзвездами. Такие коллективы можно встретить во многих инвестиционных банках, хедж-фондах, некоторых юридических и консалтинговых компаниях, технологических корпорациях. CEO Facebook Марк Цукерберг в интервью New York Times отлично высказался по этому поводу: «Быть уникальным в своем деле не значит быть чуть лучше неплохого специалиста, а значит быть в 100 раз лучше». В коллективах, построенных с прицелом на звезд, успех всей организации зависит от личных достижений.

Не просто компания, а компания с общей идеей. В такой организации сотрудники больше беспокоятся о своем вкладе в общее дело и меньше о личном благополучии или личных победах. Здесь главное – это скромность, желание жертвовать собой и прилагать исключительные усилия, чтобы сдержать обещания перед заказчиками и другими партнерами. Лозунг компании – «миссия прежде всего», ее сотрудники идут на все ради того, чтобы работа была сделана. Лучший пример такой модели – USAA, невероятно успешная финансовая компания, работающая исключительно с военными (на службе или в отставке) и их семьями. Компания USAA стала эмоционально притягательным брендом и получила признание за свою великолепную работу благодаря тому, что ее рядовые сотрудники прониклись интересами военных и их семей и смогли поставить их выше личных. Вот что значит стать компанией с общей идеей, а не просто компанией.

Малое прекрасно. Есть люди, которым лучше всего работает в простых для управления коллективах, где между идеей и ее реализацией практически нет барьеров, где ритм жизни определяется чувством необходимости. И нет разницы, что мотивирует таких сотрудников – чувство долга или желание личных достижений. В октябре прошлого года гуру предпринимательства Бо Берлингер отметил десятилетие выхода в свет его книги «Великие, а не большие», ставшей классикой бизнес-литературы, новым юбилейным изданием. Название книги передает дух такого рабочего коллектива, где масштаб личности ценится больше, чем огромные доходы и доля компании на рынке. В мире, где все меньшие и меньшие группы людей могут добиваться все большего и большего, размер действительно не имеет значения – и меньшее может стать более результативным, чем большее.

Настоящую работу ничто не заменит, но для того, чтобы ей заняться, нужно найти компанию, организацию или команду, чья атмосфера вам подходит. В мире, где так много интересной и важной работы, мы все заслуживаем найти место, где нам будет комфортно и где нас будут окружать коллеги, пробуждающие в нас самое лучшее.

Об авторе: Билл Тейлор – сооснователь журнала Fast Company, писатель, предприниматель.