



ЯН ДЮННИНГ,
генеральный директор
ООО «Лента»

Родился в 1959 году в Нидерландах. Имеет степень в области истории Университета Гронингена и степень в области экономики Амстердамского университета. Прошел программы повышения квалификации руководителей в INSEAD и Лондонской школе бизнеса.

С 1989 года более десяти лет работал в немецкой сети магазинов-дискаунтеров Aldi North, пройдя карьерный путь от регионального менеджера до директора по маркетингу компании. С 2000 по 2003 год являлся главным управляющим директором оптовой фирмы Lucas Klamer, дочерней структуры Metro Group в Нидерландах. В 2003 году перешел на позицию директора по продажам «Metro Cash & Carry Россия». Проработав в компании шесть лет, вырос до должности

операционного директора, после чего непродолжительное время управлял Metro Cash & Carry на Украине.

В 2009 году по возвращении в Россию назначен главным исполнительным директором компании Lenta Ltd. В 2013 году вошел в состав совета директоров компании.

МИХАИЛ АБДУЛЛАЕВ,
генеральный директор ТД «Интерторг» (управляет сетями «Семья», «Идея», Spar)

ВАЛЕНТИНА АНДРОНОВА,
руководитель региона «Северо-Запад» группы компаний «О'Кей»

ОЛЕГ БУЯЛЬСКИЙ,
генеральный директор «Кеско Фуд Рус»

РИШАР ДЕННЕЛЕН,
региональный директор по классическим гипермаркетам компании «Ашан» (Северо-Запад, Урал, Сибирь)

ДМИТРИЙ КОСТЫГИН,
акционер, совладелец ООО «Биг Бокс» (сеть опто клубов «Ряды»)

АНДРЕЙ НОР-АРЕВЯН,
директор Северо-Западного дивизиона федеральной торговой сети «Пятерочка»

АНДРЕЙ ПОПОВ,
директор регионального управления «Северо-Запад» группы компаний «Дикси»

ВЕСА ПУННОНЕН,
президент SOK Retail International (сеть магазинов Prisma)

ДМИТРИЙ СТЕПАНОВ,
президент холдинга «Продовольственная биржа» (сети «Полушка», «Е-да», «Лайм»)

ИГОРЬ ЯНКОВСКИЙ,
генеральный директор сети супермаркетов «Реал»

ТРУДОГОЛИЗМ В ВОЛНАХ ПРИБОЯ

СОЗДАНИЕ ДЛЯ СОТРУДНИКОВ МАКСИМАЛЬНО КОМФОРТНЫХ УСЛОВИЙ ТРУДА ЕЩЕ НЕДАВНО ОГРАНИЧИВАЛОСЬ СТАНДАРТНЫМ НАБОРОМ: ДМС, КОРПОРАТИВНАЯ СВЯЗЬ, ИНОГДА — КОМПЕНСАЦИЯ ТРАНСПОРТНЫХ РАСХОДОВ. ТЕПЕРЬ ФИРМЫ ВСЕ БОЛЬШЕ ТРАТЯТ НА ОРИГИНАЛЬНОЕ ОФОРМЛЕНИЕ РАБОЧИХ МЕСТ И ДАЖЕ НА ОРГАНИЗАЦИЮ ДОСУГА СВОЕГО ПЕРСОНАЛА. ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ



СОВМЕСТНАЯ СМЕНА ОБСТАНОВКИ НА БОЛЕЕ ДРУЖЕСТВЕННУЮ КАК НЕЛЬЗЯ ЛУЧШЕ ВЛИЯЕТ НА РАБОТОСПОСОБНОСТЬ КОЛЛЕКТИВА

Многие уверены, что если где-то и существует корпоративный рай, то в таких компаниях, как Google, Apple или Microsoft. «Но сегодня отечественные компании стремительно догоняют этих гигантов в части креативного подхода к созданию идеальных условий труда», — уверен Михаил Воронин, председатель совета директоров агентства «Подъежики». Зоны для спорта и отдыха, капсулы для сна и даже собственные зоопарки — что только не придумывают компании для удобства своих сотрудников.

Впрочем, тратиться работодатели готовы лишь на уникальных сотрудников. «Обычно к созданию высококачественной инфраструктуры и расширенных соцпакетов для сотрудников прибегают компании, привлекающие с рынка высокооплачиваемый персонал с редкими компетенциями и профессиями (программисты, научные сотрудники, финансисты, экспаты). Таким образом они стремятся дополнительно мотивировать сотрудников оставаться в компании, не соглашаться на предложения со стороны конкурентов. Оценочно доля таких компаний в России — 5–20% от рынка. Расходы на

одного сотрудника в рамках соцпакетов редко превышают 10–20% от ФОТ», — подсчитал Тимур Нигматуллин, финансовый аналитик ИХ «Финам».

Президент группы компаний Pro-Vision Владимир Виноградов рассуждает: «Полноценный отдых сотрудников — залог их продуктивной работы. Различные возможности для него являются одним из важных инструментов нашей авторской системы мотивации, на которую мы выделяем 3% от годовой выручки компании. В частности, по итогам полугодия коллектив выбирает лучшего работника, который получает специальное вознаграждение — оплачиваемую неделю за границей. А перед Новым годом агентство дополнительно предоставляет одну-две недели отпуска (в зависимости от календарных дней) всему персоналу. Кроме того, ежегодно мы все вместе отмечаем день рождения компании на берегу Средиземного моря — это отличный способ, чтобы сплотить коллектив и зарядиться энергией на будущее».

Нина Осовицкая, консультант «Премии HR-бренд», рассказала, что в 2014 году в число победителей премии вошла компания action, московское маркетинговое