

**ОПРОС** **НЕ ВСЕ В САД** Нынешним летом корпоративные выезды на природу организует 36% компаний, выяснил исследовательский центр портала Superjob.ru, опросив 1000 представителей российских предприятий и организаций. 28% из них организует праздник на корпоративных средствах. Отменить выездное мероприятие в этом году вынуждено 7% российских компаний, а 36% опрошенных организаций не имеет обыкновения вывозить сотрудников на природу. SUPERJOB.RU

## Корпоративное волонтерство Свежий инструмент повышения лояльности

# Эффект «Тимура и его команды»

**Волонтерское движение компаниям очень выгодно: оно не просто приносит доброе имя, но и повышает лояльность сотрудников, выяснили эксперты Клуба корпоративных филантропов, допросив с пристрастием более 30 представителей бизнеса**

**Римма Авшалумова**  
ВЕДОМОСТИ

Мощное развитие корпоративного волонтерства наметилось после кризиса 2008 г. – компании в первую очередь сокращали расходы на благотворительность и социальную деятельность, а волонтерство больших затрат не требовало, но добавлялось в КСО, – говорит Руслан Абдикеев, генеральный директор лаборатории социальных инноваций «Клаудвочер». – А сейчас бизнес все лучше осознает выгоду волонтерских программ.

«Благодаря корпоративному волонтерству компания, безусловно, укрепляет свою репутацию как среди сотрудников, так и в местном сообществе, а также использует сотрудников для продвижения идеи благотворительности внутри компании», – рассказывает Елена Журавлева, руководитель социальных проектов авиакомпании «Трансаэр», в которой с 2008 г. реализуется стратегическая программа корпоративного волонтерства «Путешествие в страну «Трансаэр».

### СПУСТИЛИ СВЕРХУ

«У нас корпоративное добровольчество имеет длинную историю, ведь Ситибанку почти 200 лет, – говорит Татьяна Авраменко, менеджер по работе с общественными организациями Citigroup. – В России корпоративное добровольчество стало активно развиваться с 2006 г., когда Ситибанк взял на себя добровольное обязательство провести день волонтера во всех странах присутствия компании (более 140 стран).

«В западных компаниях это явление уже «защито» в корпоративную культуру, спускается в российские подразделения по разнарядке и здесь поддерживается, – полагает Абдикеев. – В российских компаниях пока волонтерства практически нет, и такие компании, как «Уралсиб» и «Трансаэр», скорее исключения».

Есть программы корпоративного волонтерства и в «Дойче банке» в России и СНГ, и в «Амвэй», и в «Эксонмобил раша инк».

«У нас корпоративное добровольчество – одна из основополагающих платформ системы КСО, которой уделяется большое внимание, – отмечает Полина Власова, специалист департамента по связям с общественностью Intel в России. – Российские компании хотя уже и убеждены, что корпоративное волонтерство – эффективный инструмент КСО, но пока лишь начинают внедрять подобные программы».

«Компания находится в стадии принятия решения по внедрению подобных программ,



– говорит Александр Рубул, координатор по КСО ОАО «Питоваренная компания «Балтика». – Сама идея добровольчества связана с КСО напрямую, так как сотрудники входят в круг стейкхолдеров компании и их лояльность важна».

«Организованное волонтерское движение во Внешэкономбанке (ВЭБ) началось в 2008 г., – рассказывает Сергей Носков, директор дирекции по обеспечению банковской деятельности ВЭБ. – Этому про-

цессу предшествовал тщательный анализ международных и российских инициатив в области КСО, который показал, что важным аспектом, характеризующим новый подход компаний к реализации внешней и социальной политики, является вовлечение сотрудников в благотворительную и волонтерскую деятельность».

«Скажу честно: когда сотрудники обратились к нам с инициативой организовать корпоративное волонтерское движение, мы отнеслись к этому с некоторой долей скепсиса, – признается Носков. – Но на деле результаты превзошли все ожидания. Поверьте, люди открыты для добрых дел, надо только дать им возможность реализоваться. Можно без преувеличения сказать, что участие в волонтерской деятельности не менее эффективно для командообразования, чем дорогостоящие тренинги».

«Для нас корпоративное волонтерство – в первую очередь инструмент внутренних коммуникаций и вовлечения сотрудников, – рассказала Анна Машнинова, специалист по внутренним коммуникациям DHL. – Это и адаптация новых сотрудников, которые с помощью волонтерских мероприятий легко находят друзей в различных отделах, и элемент тимбилдинга. Но самое главное – что, поддерживая волонтерство в компании, мы показываем, каких качеств ждем от наших сотрудников: ответственности,

### Цемент ценностей

\*\*\*  
**Самые устойчивые коллективы – это общества, в которых люди связывают не что большее, чем профессиональные обязанности, объясняет эффективность волонтерства Абдикеев. Повышается лояльность – и клиентская, и собственных сотрудников, сокращается текучесть кадров. Эксперт утверждает, что, по статистике, волонтеры меньше склонны к воровству, грубости, безразличию к клиенту.**

бездомным животным или убирать мусор», – говорит Ирина Платонова, руководитель социальных программ «Амвэй».

«Приоритетные направления корпоративного волонтерского движения мы определили по результатам опроса, выявившего пожелания и предпочтения сотрудников банка», – рассказывает Носков. Ими, по его словам, стали поддержка незащищенных слоев населения – воспитанников детских домов, инвалидов, пенсионеров, оказание помощи жертвам катастроф и военных конфликтов, защита исторического и культурного наследия, окружающей среды.

«ВЫБИРАЮТ САМИ»  
«Важно дать людям выбор – помогать детям, старикам,

готовности прийти на помощь, неравнодушию. Именно эти качества особенно ценны в сфере услуг».

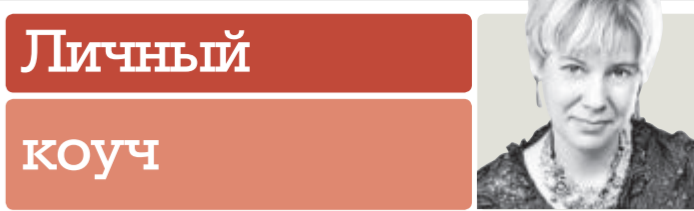
**БЕСПЛАТНЫЕ ПРОФИ**  
«Чистить и красить» – это самая распространенная на сегодняшний день форма волонтерства. Везде. Не только в России, – говорит Татьяна Задирако, директор БФ «Дорога вместе». – Но тенденция оказания профессиональных услуг НКО (pro bono) сейчас на взлете».

Бухгалтерское бюро «Ажур», открытое как экспериментальная площадка с целью приобретения студентами навыков учетной работы, оказывает бесплатные услуги по консультированию граждан и заполнению деклараций для предоставления в налоговые службы.

Уже второй год еженедельно сотрудники УК «Арбат капитал» – аналитики по макроэкономике и отраслевым рынкам, специалисты по математическим моделям, трейдеры и профессиональные управляющие активами – приходят к студентам Высшей школы экономики и учат их работать в условиях фондового рынка с реальными активами стоимостью 1 млн руб.

«Для нас это возможный рекрутинг и PR, к тому же просто было интересно попробовать, что из этого получится», – говорит Анна Пузей, руководитель департамента маркетинга и PR «Арбат капитал». – К тому же в определенном возрасте у любого человека появляется потребность делиться опытом, что и делают наши сотрудники».

Бесплатно преподавать в вузах с нового учебного года будут и специалисты компании Logistix. «Сейчас мы занимаемся разработкой учебного плана, в который войдет курс лекций и практических занятий в сфере логистики, автоматизации складских бизнес-процессов, систем управления складом и применения передовых технологий в этих областях. Причем основной упор будем делать на практических реалиях современного бизнеса на примере конкретных предприятий и реализованных нами проектов», – рассказывает Дмитрий Блинов, технический директор компании Logistix. – Молодые специалисты, обладая серьезной теоретической базой, на практике зачастую ее применить не могут, и мы хотим восполнить этот пробел. Для студентов это дополнительные знания и навыки и серьезный плюс при приеме на работу. Для нас и для рынка это возможность принимать на работу более подготовленных специалистов».



\*Мария Макарушкина

### Баловень судьбы

Какие жизненные сценарии наиболее типичны для топ-менеджеров, т. е. людей, достигших в жизни многого? Один из самых простых и понятных сценариев – «Баловень судьбы». Наверняка вы встречали на своем пути счастливлечки, которым всегда и во всем везло. Стоит им взяться за любовь – как они успешно осуществляются. В школе баловни учатся легко, да и спрашивают их тогда, когда они подготовлены. Без особых усилий поступают в институт. Затем находят перспективные компании. В дальнейшей жизни им тоже везет. Особенно это бывает заметно в сложные периоды смены деятельности, решения масштабных задач, кризисов. Кругом все страдают, теряют деньги и бизнес, а они выходят сухими из воды. Над ними будто раскрыт крепкий зонт, защищающий от злых сил этого мира. Они любят повторять: «Мне всегда везет», но при этом стучат по дереву.

Часто баловни судьбы – это дети, родившиеся в благополучных семьях и получающие по наследству волшебный «ген счастья». От родителей они ощущают поддержку и вдохновляющий настрой, от учителей – похвалу за успехи, от сверстников – симпатию и желание дружить. Мир благоволил к ним.

Однако не надо думать, что баловни судьбы непременно радостные и позитивные. Например, Ганс Христиан Андерсен был безусловным баловнем. Несмотря на бедность семьи, в которой ему суждено было родиться (хотя существует легенда и о королевском происхождении Андерсена), родители его любили. После смерти отца мать старалась по возможности обеспечить спокойное детство детей. Перебравшись в Копенгаген (чтобы, по его словам, «стать знаменитым»), Ганс с юных лет активно печатался. За всю жизнь он написал огромное количество романов, сказок, заметок, получил всемирное признание, был обласкан членами королевских фамилий Европы, жил в достатке и почете. Но признание никак не изменило его сварливый характер вечного жалобщика, негативиста и ворчуна.

В сценариях баловней судьбы было бы все слишком просто, если бы не «заклятия». Практически бесспорная мысль, что за все надо платить, накладывает на безоблачные, успешные сценарии два типа ограничений («заклятий»).

В первом случае человек, чтобы стать везучим, должен выполнить какое-нибудь условие. Звучит сказочно, но сценарий завязан на семейных мифах, мистических повторе-

ния событий. Так, например, ребенок усваивает постоянно высказываемую беспокойными родственниками мысль о том, что он будет успешен в жизни, только если (или когда) «получит высшее образование, женится, переедет в столицу, заработает с потом и кровью своей первой миллион» и т. д. Часто семейная и личная истории подтверждают и углубляют этот сценарий. Человек становится баловнем судьбы при выполнении данного условия – и затем живет долго и счастливо.

У меня был клиент – умный молодой человек по имени Кирилл, эффективный, амбициозный менеджер, который успешно продвигался по жизни, но серьезного прорыва в карьере как-то не наступало. В то же время Кирилла с давних пор преследовало смутное ощущение, что карьера и богатство – именно его удел, только надо что-то важное выполнить. Подробный анализ его жизни, разбор семейной истории и мифологии навели нас на мысль, что Кирилл должен не позднее 33 лет сознательно добиться какой-либо очень важной для себя победы и тогда он получит «пропуск» в мир успешных бизнесменов. Семейное послание Кирилла можно выразить так: «добейся значительного успеха однажды, тогда дверь для следующих побед будет уже открыта, но не тяни с этим». Карьера его деда и отца во многом подтверждали сценарию неотвратимость этого условия. Прошло несколько лет. Сейчас Кирилл входит в число самых уважаемых руководителей страны – естественно, «скрытый семейный наказ» он выполнил.

Второе ограничение сценария баловня судьбы – противоположное: герой будет счастливым до тех пор, пока не нарушит определенное условие. Его сценарное послание звучит так: «ты будешь счастлив до тех пор, пока не перестанешь делать что-то крайне важное (например, слушаться старших) или не нарушишь некоторые установленные в семье негласные, но незыблемые правила (например, обманешь, влезешь в долги, покинешь родину)». Человек нарушает данное слово, открывает бизнес за границей, перестает регулярно ездить за советом к далеким родственникам, и вдруг привычное везение постепенно либо внезапно от него отворачивается.

Даст ли сценарий второй шанс? Удастся ли вернуть утраченную благосклонность судьбы? Для этого и нужно изучать уникальность каждого жизненного пути. Задумайтесь о себе. Уверены, вас ждет много открытий. –

\* Автор – руководитель практики VIP-консультирования «Экспуси консалтинг»

## ВЕДОМОСТИ

THE WALL STREET JOURNAL | FINANCIAL TIMES

**Стоит попробовать...**  
Новая версия с 13 мая  
Свежий номер газеты  
Доступен в App Store за 109 руб.\*

скачать

РЕКЛАМА

\*109 руб. 06 коп. за неделю по курсу ЦБ РФ на 04.05.2011 г. исходя из цены \$3,99 на www.AppStore.com

## Карьерист Как справиться с коллегами, которые подавляют

# Громкий и тихий

**Шумные и властные сотрудники могут подавлять тихих, но эффективных коллег. Хуже того, за откровенное вызывающее поведение первых чаще замечают и продвигают. Как же добиться того, чтобы тихий голос был услышан? И можно ли использовать вызывающее поведение другого себе на пользу?**

**Раймер Ригби**  
Для начала постарайтесь объективно оценить самого себя, – советует Коринн Миллз из Personal Career Management. – Вам следует внимательно разбираться с тем, что вы считаете вызывающим. Может быть, шумные коллеги получают такое внимание, потому что действительно хорошо дела-

ют работу или у них прекрасные навыки общения. Может быть, вы просто завидуете». Поэтому спросите сослуживцев, разделяет кто-нибудь еще ваши взгляды.

Вы также должны принять во внимание особенности корпоративной культуры вашей компании, говорит Роберт Саттон, профессор теории управления Стэнфордского университета: «В области продаж часто успеха добиваются люди, которые ведут себя громко и вызывающе». Если это ваш случай, то вы вряд ли что-то сможете изменить.

Наконец, не беспокойтесь слишком много о людях, которые всего лишь шумят: как правило, их хватает ненадолго. И обычно они неплохие ребята. Настоящие проблемы исходят от людей, которые подавляют в общении окружающих, полагает Саттон.

«Когда человек входит в ваше пространство, встаньте, – советует Цери Родерик, почет-

ный партнер компании Peapn Kandola, специализирующейся на изучении деловой коммуникации. – Это показывает, что вы с охотой поболтаете пару минут, но не настроены на долгую расслабленную беседу. А вот на встречах вы можете огорчить шумного коллегу серьезным вопросом – из тех, что обычно заставляют людей остановиться и задуматься, например: «Как это будет выглядеть для рынка?» Такие вещи делают людей спокойнее».

«Иногда надо быть хитрее, – усмеяется Саттон. – Если это просто краткосрочный проект, не приглашайте раздражающих вас людей на встречи».

«Тем, кто ведет себя вызывающе, часто не хватает самосознания, – продолжает Саттон. – Они могут быть рассеянными». Иногда даже простой разговор с ними может помочь. «Обратите на это внимание, – говорит Родерик. – Помогите им развить в себе

умение поставить себя на место другого».

«А чтобы ваши достижения были замечены, – считает Родерик, – не прячьте ваши успехи».

Миллз полагает, что, если властная манера поведения коллег приносит плоды, приковывая к ним внимание или способствуя их продвижению, не стоит критиковать ее перед начальником: «Это будет выглядеть как зависть. Лучше установить хорошие отношения с вашим менеджером и теми, кто принимает решения. Даже если ваши коллеги приковывают к себе внимание, у вас будут свои каналы связи».

А можно ли извлечь для себя выгоду из заносчивости коллег? Эксперты считают, что можно. «Иногда стоит придраться к одному человеку – рожденный политик и болтун, а другой – человек дела, – говорит Саттон. – Поэтому создайте коалицию, в которой вы занимаетесь сутью дела, а коллега с властными замашками отдает вам должное и правильно преподносит ваши труды». – FT, 19.06.2011, АЛЕКСАНДР ЛЕОНОВ