

Что изменилось в 2017 и что ждет экипаж корабля в 2018 году?



Андрей Анучин

Директор агентства «ФАРМА ПЕРСОНАЛ»

*13-й ежегодный аналитический форум «ФАРМАВЗГЛЯД-2018» 16.02.2018г
Киев*

Аналитические исследования компании «ФАРМА ПЕРСОНАЛ» в 2017г

- ❑ Январь-февраль 2017г: **«Обзор зарплат и компенсаций – 2017»** - прямой анкетный сбор данных от 26 фармкомпаний (2796 сотрудников)
- ❑ Январь-февраль 2017г: **«Pharma Personnel Index (PhPI) - 2017»** - исследование штатной структуры фармацевтических компаний в Украине (26 компаний, 2796 человек)
- ❑ **Дополнение к «Обзору заработных плат (по состоянию на сентябрь 2017 года)».**
- ❑ Август-сентябрь 2017г: **«Обзор заработных плат, вознаграждений и компенсаций сотрудников фармацевтических производств в Украине»**
- ❑ Октябрь-декабрь 2017г: **«Исследование привлекательности фармкомпаний как работодателей в Украине-2017»**



Тенденции в *политике заработных плат* персонала фармкомпаний



Девальвация и инфляция в Украине 2017 -2018

За 2017 год: доллар **США** вырос на **5,2%**

Евро – на **20,2%.**

На 12.02.2018 год: доллар **США** вырос на **–3,6%**

Евро – на **–0,9%.**

Индекс инфляции в Украине составил:

2017 год – **13,7%**

Январь 2018 года – **1,5%**

(данные Государственной службы статистики)



Сравнение девальвации, инфляции и прироста заработной платы в 2014 – 2018 гг.

	2014 год	2015 год	2016 год	2017 год	2018 год (12.02)	01.01.2014 - 12.02.2018
Девальвация грн к дол, %	97,3	52,2	13,3	5,2	-3,6	164,4
Инфляция, %	24,9	43,3	12,4	13,7	1,5	95,8
Изменение заработной платы в фармкомпаниях, %	37,0	27,8	11,5	8,9	-	85,2



Среднерыночная ЗП МП в Украине по сегментам (на 30.09.2017)

Сегменты	Зарботная плата в месяц, брутто, грн					
	Минимальная	1 квартиль	Медиана	Средняя	3 квартиль	Максимальная
Производители оригинальных препаратов	9 461	17 174	21 736	21 853	25 812	41 952
Производители генерических препаратов	5 316	13 310	15 834	15 998	18 224	26 674
Компании со штатом более 50 сотрудников	8 100	13 008	16 000	16 372	18 589	38 038
Компании со штатом менее 50 сотрудников Companies with staff less than 50 employees	5 316	14 249	16 512	17 538	19 413	41 952
Украинские производители	8 100	12 625	15 000	14 706	16 000	23 452
Зарубежные производители	5 316	15 111	18 094	18 574	21 847	41 952
Вся группа	5 316	13 664	16 000	16 651	18 672	41 952

**Прирост заработной платы с 31.01.2017 по 30.09.2017
по отдельным позициям, % (гросс, грн. и дол США)**

Наименование должности	Медиана заработной платы, все компании		Медиана заработной платы, все компании		Прирост заработной платы с февраля по сентябрь 2017, %	
	31.01.2017		30.09.2017			
	ГРН	ДОЛ	ГРН	ДОЛ	ГРН	ДОЛ
Руководитель внешней служ бы	55 460	2 045	57 828	2 180	4,3	6,6
Медицинский представитель	15 834	584	16 000	603	1,0	3,3
Менеджер по торговой марке/ продукту	41 600	1 534	43 491	1 640	4,5	6,9
Средний % прироста заработной платы					5,2	7,6

Прогноз на 2018 год

2018

Повышение зарплат планирует
88,5% компаний (22 из 26).

3,8% - еще не определились,
а **7,7%** - не планируют повышать ЗП
своим сотрудникам.

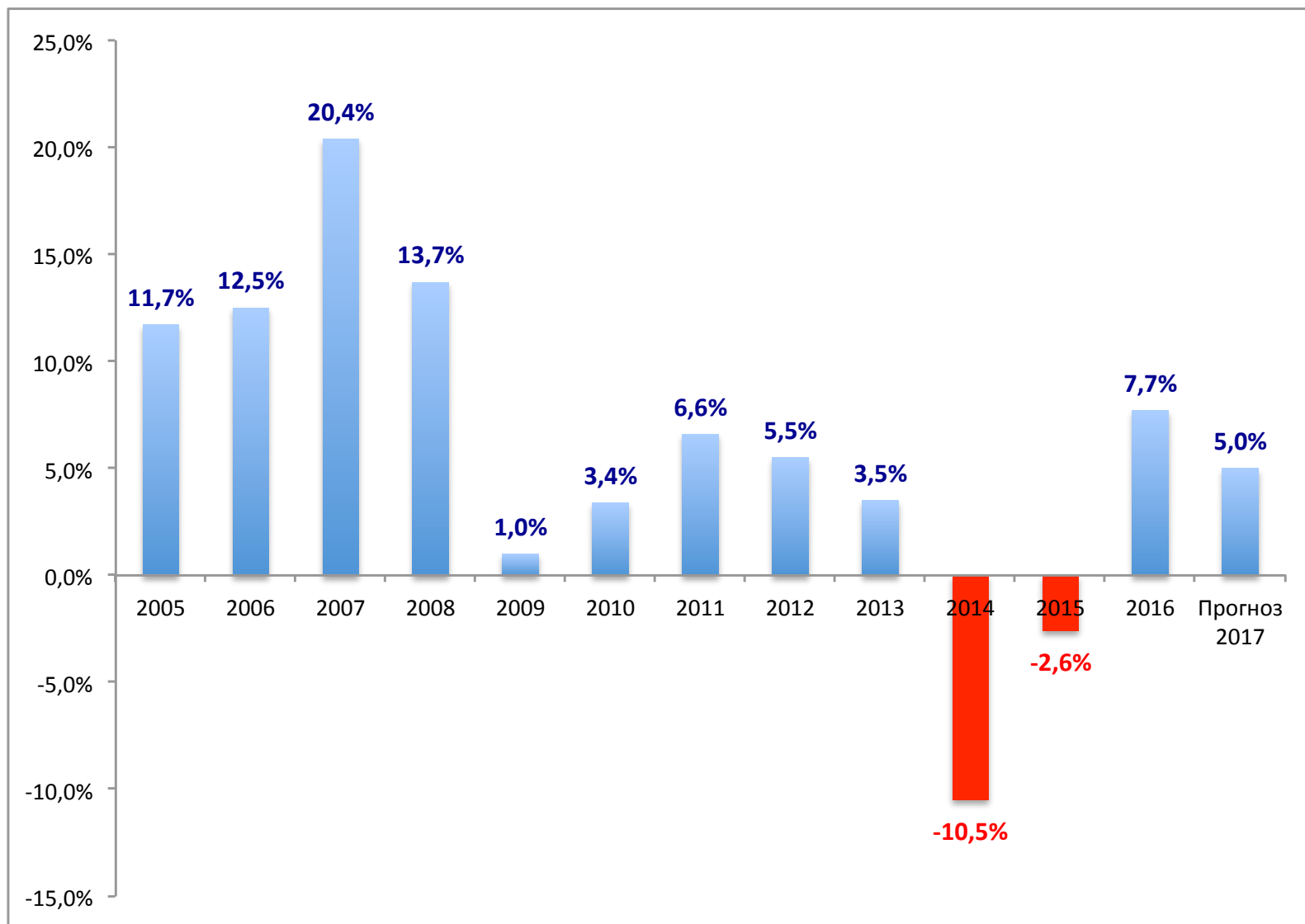
Планируемый прирост базовой
заработной платы в 2018 году
среди участников исследования
составит **9,1% (на 31.09.2017).**



*Тенденции в **политике найма** персонала фармкомпаний*



Прирост штата медпредставителей в Украине в 2005-2017 гг



Ситуация на рынке труда в фарминдустрии в Украине

**Дефицит квалифицированных сотрудников
на растущем рынке**



! Острая конкуренция за персонал



Факторы успеха **в конкуренции за персонал**

- 1. Финансовый фактор – уровень материального вознаграждения сотрудников**
- 2. Факторы нематериальной (нефинансовой) мотивации сотрудников**
- 3. Позитивный HR-бренд компании (репутация хорошего работодателя)**
- 4. Правильно выстроенный рекрутинговый процесс**



1. Позитивный HR-бренд компании

(репутация хорошего работодателя)



Основные источники информации при выборе работодателя

Диаграмма №1. Сравнительный рейтинг основных источников информации респондентов о компаниях



- 1. «Сегодня всем известно: миром правит «сарафанное радио» - Алан Тис, основатель маркетинговой консалтинговой компании FUTURELAB (Бельгия)***

- 2. «Бренд – это не то, что Вы заявляете о себе.
Бренд – это то, что ЛЮДИ говорят и думают о Вас.»***
 - Джон Салливан, известный «HR-гуру» в мире, профессор Университета Сан-Франциско, консультант ведущих компаний из списка журнала Fortune***



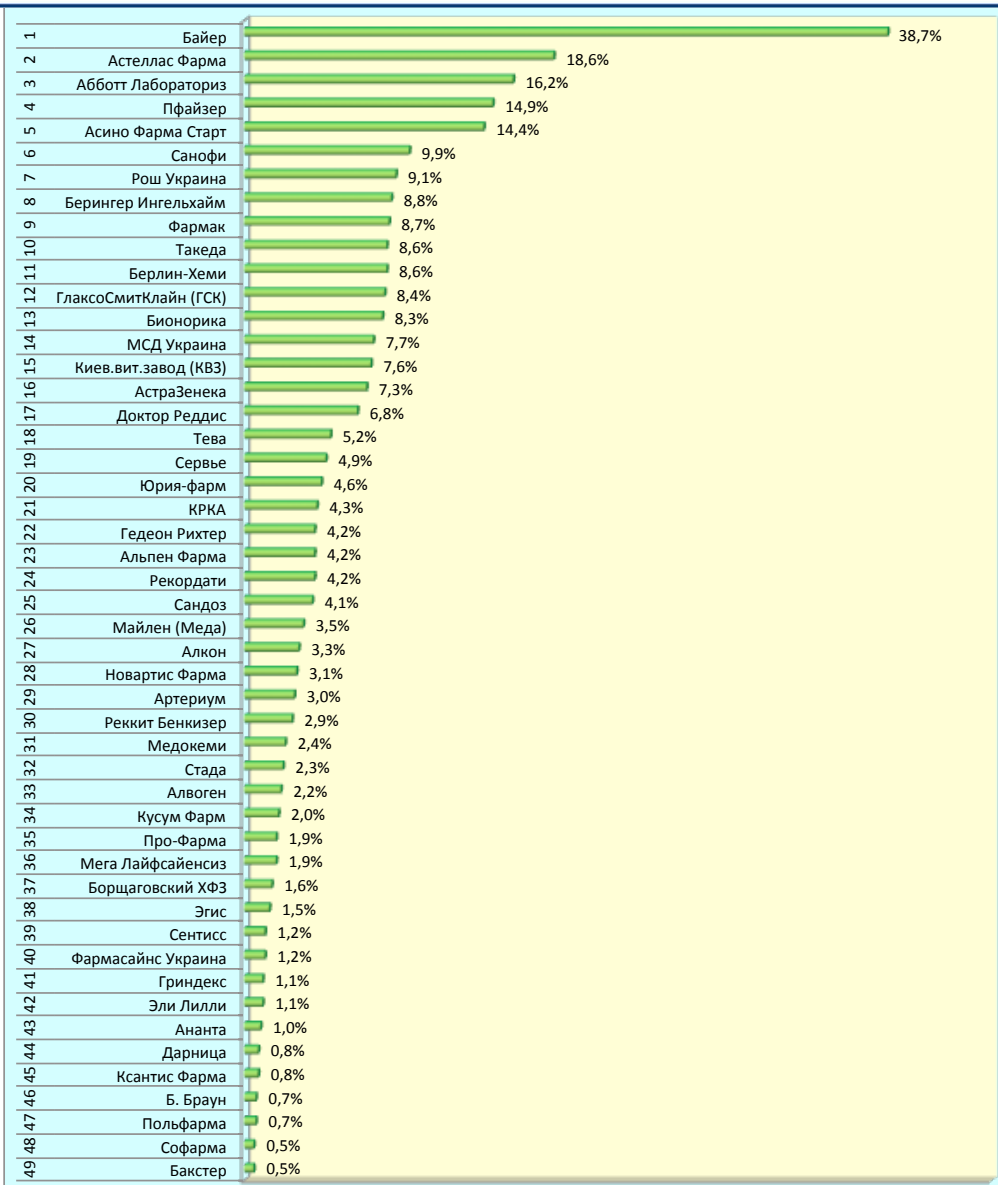
Период проведения исследования:

- ✓ Октябрь-декабрь 2017 г
- ✓ Исследование проводится на постоянной основе с периодичностью 1 раз в год

Респонденты:

- Менеджеры фармкомпаний
- Медпредставители
- Всего – **736** человек. Количество - **3865** отзывов о 80 компаниях (2079 позитивных и 1786 негативных).

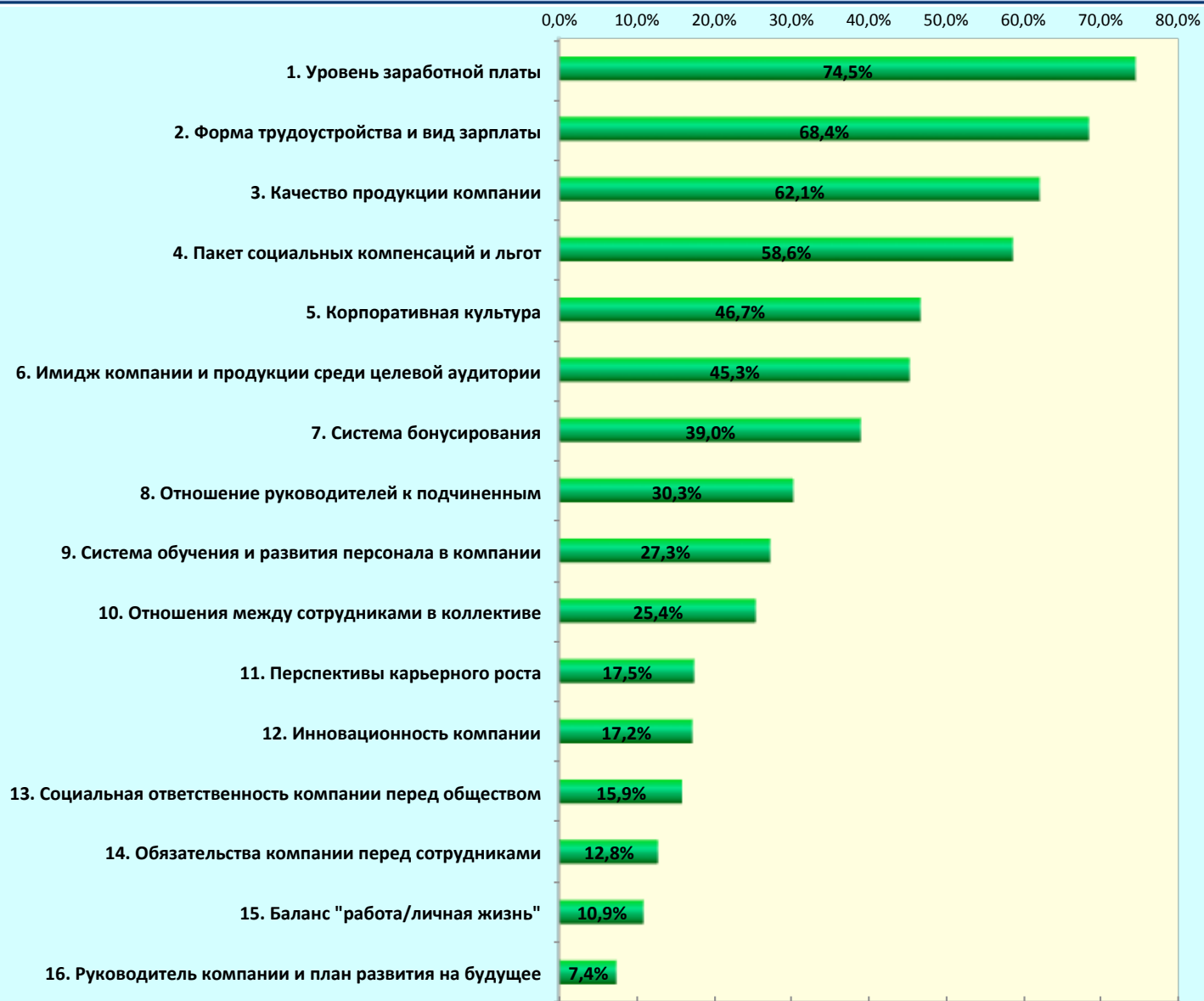
Рейтинг привлекательности работодателей в фарме в Украине - 2017



Динамика мест в рейтинге, 2014 – 2017 гг

Название компании	2017		2016 год		Динамика 2017-2016		2015 год		2014 год	
	Место	%	Место	%	Места	%	Место	%	Место	%
Байер	1	38,7%	1	37,3%	0	1,4%	1	34,7%	1	33,1%
Астеллас Фарма	2	18,6%	2	23,8%	0	-5,2%	10	11,9%	3	18,9%
Абботт Лабораториз	3	16,2%	5	14,4%	2	1,8%	5	15,8%	2	20,7%
Пфайзер	4	14,9%	3	15,7%	-1	-0,8%	3	18,6%	5	16,3%
Асино Фарма Старт	5	14,4%	21	4,7%	16	9,7%	31	0,3%	30	0,8%
Санофи	6	9,9%	11	9,9%	5	0,1%	4	17,1%	4	16,5%
Рош Украина	7	9,1%	8	12,9%	1	-3,8%	8	12,6%	9	12,6%
Берингер Ингельхайм	8	8,8%	7	13,0%	-1	-4,2%	13	10,4%	11	11,8%
Фармак	9	8,7%	9	12,3%	0	-3,6%	2	18,7%	12	11,0%
Такеда (Никомед)	10	8,6%	6	14,2%	-4	-5,7%	6	14,5%	8	13,1%
Берлин-Хеми	11	8,6%	39	0,7%	28	7,9%	21	4,4%	16	8,4%
ГлаксоСмитКлайн (ГСК)	12	8,4%	10	10,0%	-2	-1,6%	7	13,5%	7	14,2%
Бионорика	13	8,3%	20	4,8%	7	3,5%	30	0,4%	28	0,8%
МСД Украина	14	7,7%	16	6,8%	2	1,0%	23	3,8%	13	9,4%
Киев.вит.завод (КВЗ)	15	7,6%	4	15,3%	-11	-7,7%	9	12,3%	26	1,0%
АстраЗенека	16	7,3%	13	9,2%	-3	-1,9%	14	9,2%	14	9,2%
Доктор Реддис	17	6,8%	18	5,9%	1	0,9%	20	5,9%	25	1,6%
Тева	18	5,2%	12	9,6%	-6	-4,4%	12	10,5%	15	8,9%
Сервье	19	4,9%	23	3,9%	4	1,0%	19	5,9%	18	7,6%
Юрия Фарм	20	4,6%	19	4,9%	-1	-0,3%	27	0,7%	38	0,3%
КРКА	21	4,3%	26	3,1%	5	1,3%	24	2,8%	21	5,5%
Гедеон Рихтер	22	4,2%	15	7,2%	-7	-3,0%	16	8,8%	6	14,2%
Альпен Фарма	23	4,2%							46	0,3%
Рекордати	24	4,2%	33	1,3%	9	2,9%				
Сандоз	25	4,1%	25	3,2%	0	0,9%	18	6,3%	19	7,6%
Майлен (Меда)	26	3,5%	27	2,5%	1	1,0%	33	0,1%		
Алкон	27	3,3%	43	0,4%	16	2,9%	38	0,1%	44	0,3%
Новартис Фарма	28	3,1%	17	5,9%	-11	-2,7%	15	9,1%	17	7,9%
Артериум	29	3,0%	14	8,0%	-15	-5,0%	11	10,8%	10	12,3%
Рекит Бенкизер	30	2,9%	32	1,3%	2	1,5%			41	0,3%

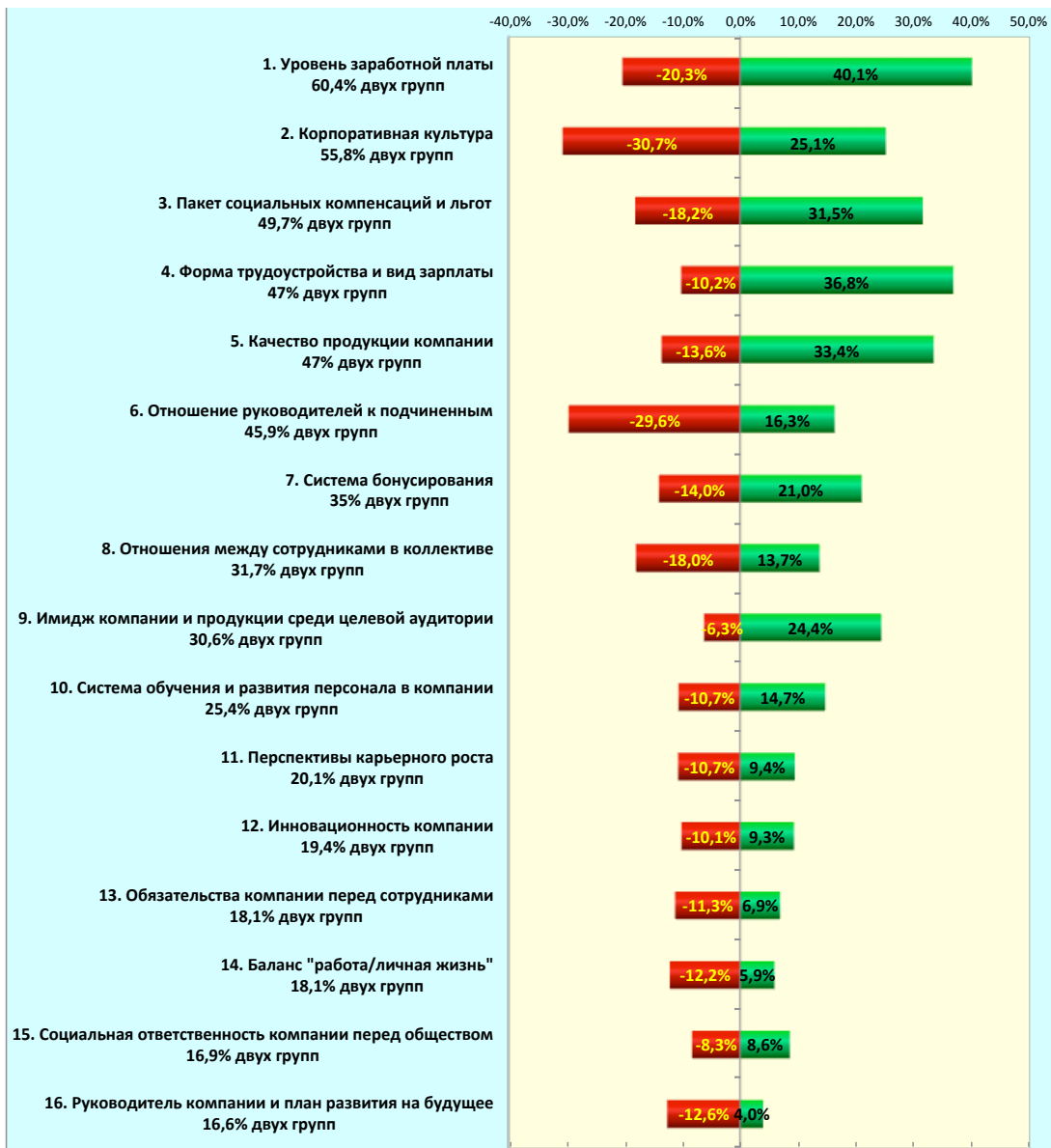
Факторы привлекательности компаний-работодателей 2017



Факторы непривлекательности компаний-работодателей 2017



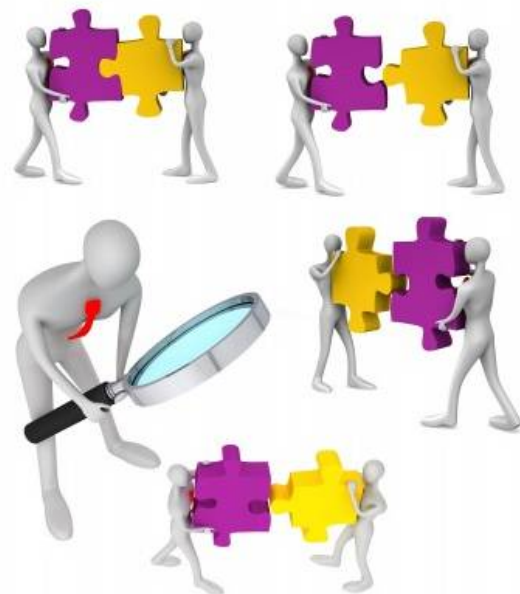
Совмещенная шкала факторов привлекательности/непривлекательности



Коммерческие пакеты «Исследования привлекательности HR-бренда компаний в Украине-2017»

Позволяют получить комплексный анализ HR-бренда конкретной компании в разных разрезах:

- 1. В сравнении с другими компаниями - конкурентами*
- 2. В сравнении со среднерыночными показателями*
- 3. С учетом разного статуса сотрудников (работающие, работавшие и не работавшие в данной компании) и для всей целевой аудитории*
- 4. В спектре эмоциональных отзывов о компании из анкет респондентов (позитивных, нейтральных и негативных)*
- 5. И главное, получить рекомендации, что с этим всем делать дальше!**



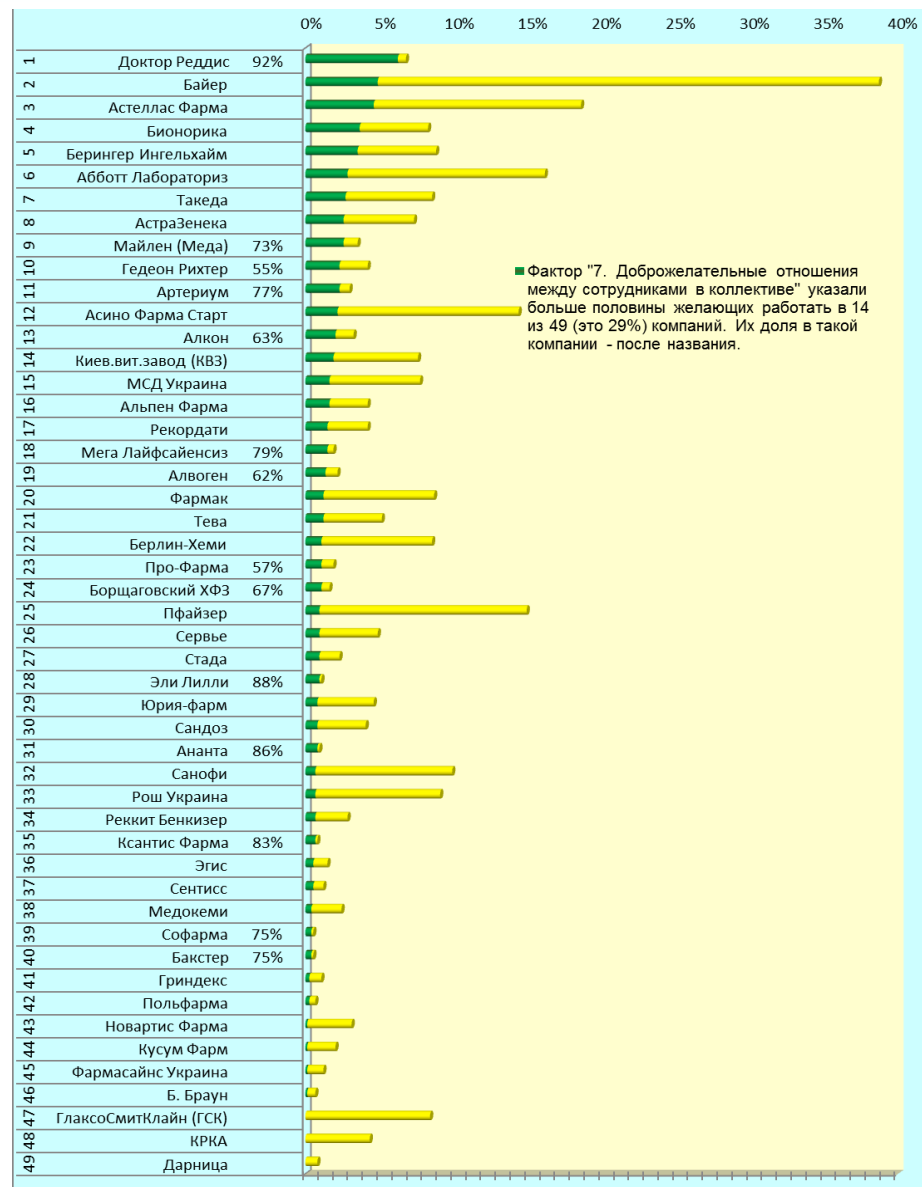
Прикладные примеры



«Исследования привлекательности HR-бренда -2017»

В рейтингах по каждому из факторов привлекательности – **Байер** на 1-м месте в 14 из 16 номинаций!

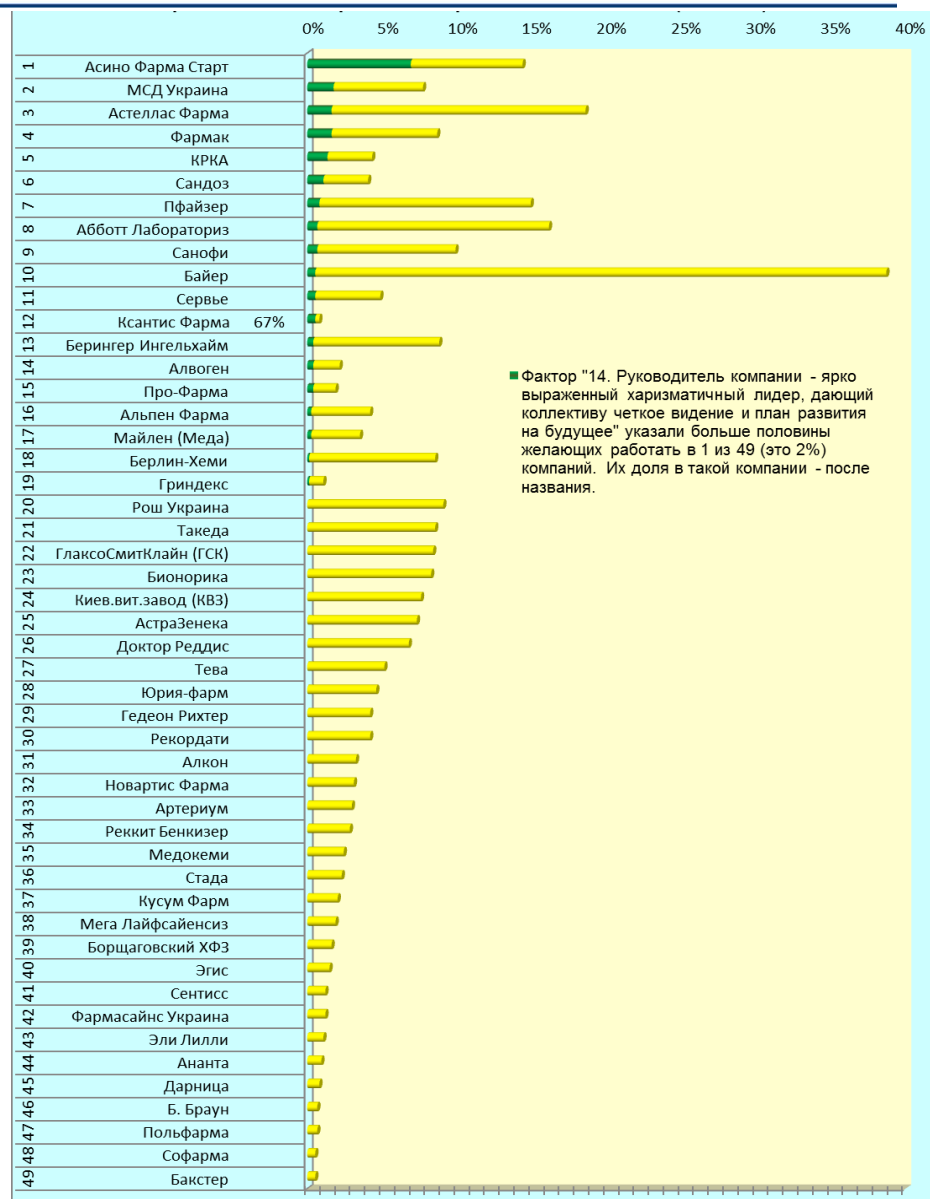
Только по фактору «Доброжелательные отношения в коллективе» – на 1-м месте компания «Доктор Реддис»!

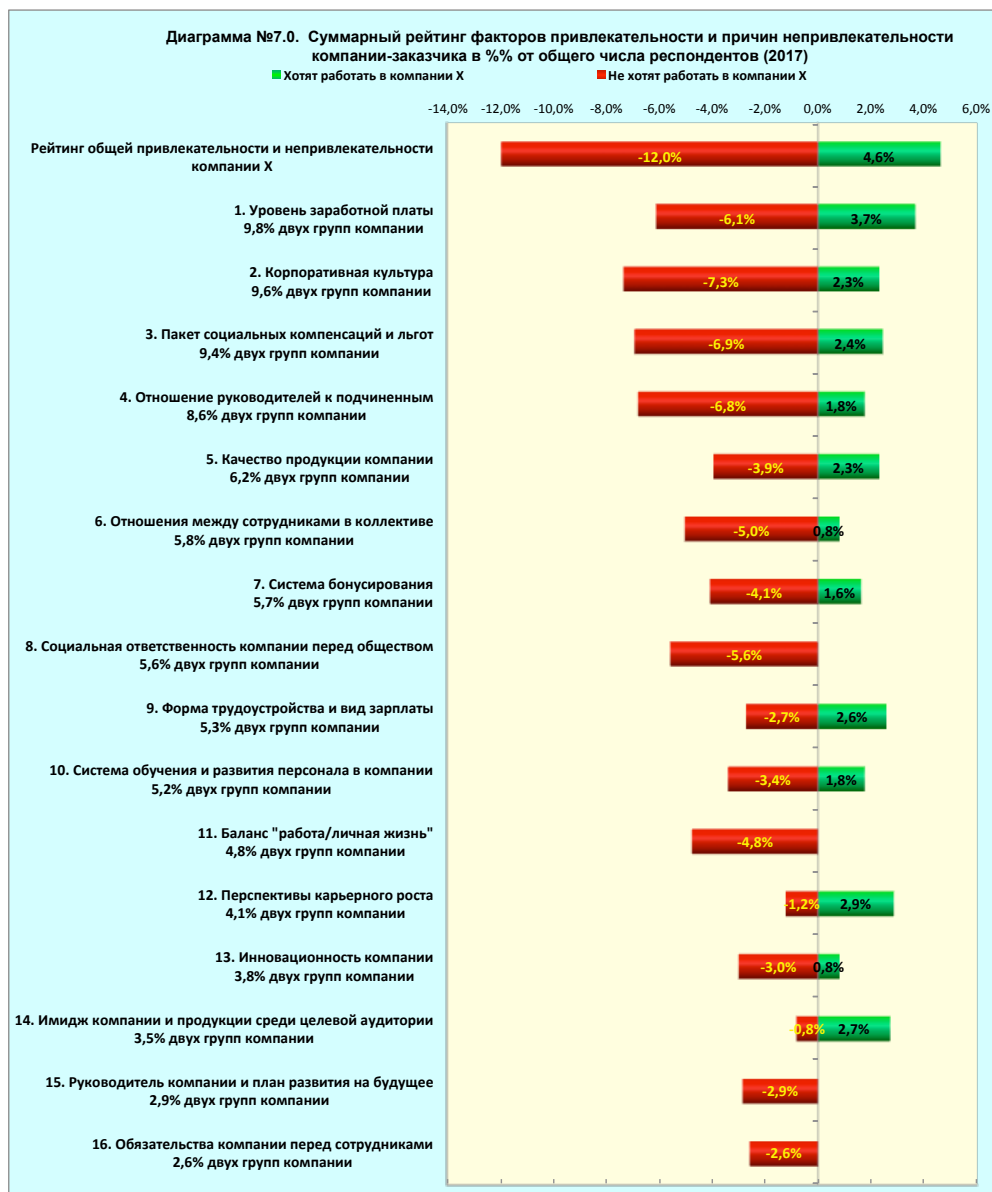


Прикладные примеры

«Исследования привлекательности HR-бренда -2017»

И по фактору
привлекательности
«Руководитель компании –
ярко выраженный лидер,
дающий коллективу четкое
видение и план развития на
будущее» – на 1-м месте
компания «Асино Фарма
Старт»!





Прикладные примеры



«Исследования привлекательности HR-бренда -2017»

Финальная таблица

«Сравнительный пофакторный анализ компании»:

- в сравнении со среднерыночными данными
- в динамике с предыдущим годом.
- с четким цветовым указанием сильных и слабых сторон компании в восприятии на рынке труда!

№ по всем компаниям	№ по компании	Сравнительный анализ факторов компании XXX	По степени выраженности восприятия факторов компании относительно среднего уровня всех компаний на начало 2018 года	По динамике разницы степени восприятия факторов компании XXX в течение 2017 года.
1	3	Уровень заработной платы	Преобладание негативного восприятия в отличие от позитивного всех компаний -3	Переход в преобладание негативного восприятия в отличие от позитивного 2016 г. -4
2	1	Корпоративная культура	Преобладание позитивного восприятия в отличие от негативного всех компаний 2	Переход в преобладание позитивного восприятия в отличие от негативного 2016 г. 4
3	9	Пакет социальных компенсаций и льгот	Преобладание позитивного восприятия незначительно больше 1	Значительное увеличение преобладания позитивного восприятия 3
4	5	Форма трудоустройства и вид зарплаты	Преобладание позитивного восприятия соответствует среднему уровню компаний 0	Преобладание позитивного восприятия без динамики 0
5	2	Качество продукции компании	Преобладание позитивного восприятия незначительно меньше -1	Незначительное уменьшение преобладания позитивного восприятия -1
6	4	Отношение руководителей к подчиненным	Преобладание негативного восприятия незначительно меньше 1	Выраженное уменьшение преобладания негативного восприятия 2
7	10	Система бонусирования	Преобладание позитивного восприятия незначительно меньше -1	Незначительное уменьшение преобладания позитивного восприятия -1
8	6	Отношения между сотрудниками в коллективе	Преобладание негативного восприятия незначительно больше -1	Незначительное уменьшение преобладания негативного восприятия 1
9	8	Имидж компании и продукции среди целевой аудитории	Преобладание позитивного восприятия соответствует среднему уровню компаний 0	Выраженное увеличение преобладания позитивного восприятия 2
10	13	Система обучения и развития персонала в компании	Преобладание позитивного восприятия соответствует среднему уровню компаний 0	Переход в преобладание позитивного восприятия в отличие от негативного 2016 г. 2
11	7	Перспективы карьерного роста	Преобладание позитивного восприятия в отличие от негативного всех компаний 4	Переход в преобладание позитивного восприятия в отличие от негативного 2016 г. 6
12	14	Инновационность компании	Преобладание позитивного восприятия в отличие от негативного всех компаний 2	Преобладание позитивного восприятия без динамики 0
13	15	Обязательства компании перед сотрудниками	Преобладание позитивного восприятия в отличие от негативного всех компаний 3	Незначительное увеличение преобладания позитивного восприятия 1
14	16	Баланс "работа/личная жизнь"	Преобладание негативного восприятия значительно меньше 3	Отсутствие позитивного и негативного восприятия 2 года 0
15	12	Социальная ответственность компании перед обществом	Преобладание позитивного восприятия незначительно больше 1	Незначительное уменьшение преобладания позитивного восприятия -1
16	11	Руководитель компании и план развития на будущее	Преобладание негативного восприятия незначительно меньше 1	Переход в преобладание негативного восприятия в отличие от позитивного 2016 г. -3

Прикладные примеры



«Исследования привлекательности HR-бренда -2017»

Пример:

**«Сравнительный
пофакторный анализ
компании Асино Фарма
Старт»**

№ по всем компаниям	№ по компании	Сравнительный анализ факторов компании Асино Фарма Старт	По степени выраженности восприятия факторов компании относительно среднего уровня всех компаний на начало 2018 года	По динамике разницы степени восприятия факторов компании в течение 2017 года.
1	1	Уровень заработной платы	Преобладание позитивного восприятия незначительно больше 1	Преобладание позитивного восприятия без динамики 0
2	7	Корпоративная культура	Преобладание позитивного восприятия в отличие от негативного всех компаний 4	Преобладание позитивного восприятия без динамики 0
3	5	Пакет социальных компенсаций и льгот	Преобладание позитивного восприятия незначительно больше 1	Преобладание позитивного восприятия без динамики 0
4	3	Форма трудоустройства и вид зарплаты	Преобладание позитивного восприятия соответствует среднему уровню компаний 0	Преобладание позитивного восприятия без динамики 0
5	2	Качество продукции компании	Преобладание позитивного восприятия соответствует среднему уровню компаний 0	Преобладание позитивного восприятия без динамики 0
6	6	Отношение руководителей к подчиненным	Преобладание позитивного восприятия в отличие от негативного всех компаний 5	Преобладание позитивного восприятия без динамики 0
7	12	Система бонусирования	Преобладание позитивного восприятия больше 2	Преобладание позитивного восприятия без динамики 0
8	13	Отношения между сотрудниками в коллективе	Преобладание позитивного восприятия в отличие от негативного всех компаний 4	Значительное увеличение преобладания позитивного восприятия 3
9	9	Имидж компании и продукции среди целевой аудитории	Преобладание позитивного восприятия соответствует среднему уровню компаний 0	Преобладание позитивного восприятия без динамики 0
10	11	Система обучения и развития персонала в компании	Преобладание позитивного восприятия больше 2	Преобладание позитивного восприятия без динамики 0
11	8	Перспективы карьерного роста	Преобладание позитивного восприятия в отличие от негативного всех компаний 4	Значительное увеличение преобладания позитивного восприятия 3
12	16	Инновационность компании	Преобладание позитивного восприятия в отличие от негативного всех компаний 4	Преобладание позитивного восприятия без динамики 0
13	10	Обязательства компании перед сотрудниками	Преобладание позитивного восприятия в отличие от негативного всех компаний 5	Значительное увеличение преобладания позитивного восприятия 3
14	15	Баланс "работа/личная жизнь"	Преобладание позитивного восприятия в отличие от негативного всех компаний 6	Значительное увеличение преобладания позитивного восприятия 3
15	14	Социальная ответственность компании перед обществом	Преобладание позитивного восприятия незначительно меньше -1	Значительное уменьшение преобладания позитивного восприятия -3
16	4	Руководитель компании и план развития на будущее	Преобладание позитивного восприятия в отличие от негативного всех компаний 6	Значительное увеличение преобладания позитивного восприятия 3

Ключевые тренды на рынке персонала

1. На рынке труда в фармацевтическом бизнесе в Украине – **стабильный умеренный рост** в 2017 году:

- Зарплаты + 8,9%
- Прирост штатов +5%.

2. Наблюдается **выраженный дефицит кадров:**

- Усиление конкуренции между компаниями за хороших сотрудников
- «Рынок кандидатов» – соискатели диктуют свои условия работодателям

3. Репутация на рынке труда (**бренд работодателя**) – сейчас становится **наиболее важным фактором** для привлечения лучших сотрудников.

Ключевые тренды на рынке персонала

4. Основным источником информации о привлекательности работы в конкретной компании, прежде всего, являются ее сотрудники (настоящие и бывшие). Таким образом, чтобы **иметь сильный HR-бренд, компания в первую очередь должна проводить мероприятия, направленные на удержание и вовлеченность собственных сотрудников.**