

HR-бренд фармацевтических компаний в Украине - 2017



Андрей Анучин

Директор «ФАРМА ПЕРСОНАЛ»

**Дефицит квалифицированных сотрудников
на растущем рынке**



! Острая конкуренция 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**



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

Методология:

- Обработка стандартизованных анкет (4 вопроса с выбором из заданных ответов)

Респонденты:

- Сотрудники фармацевтических компаний в Украине

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

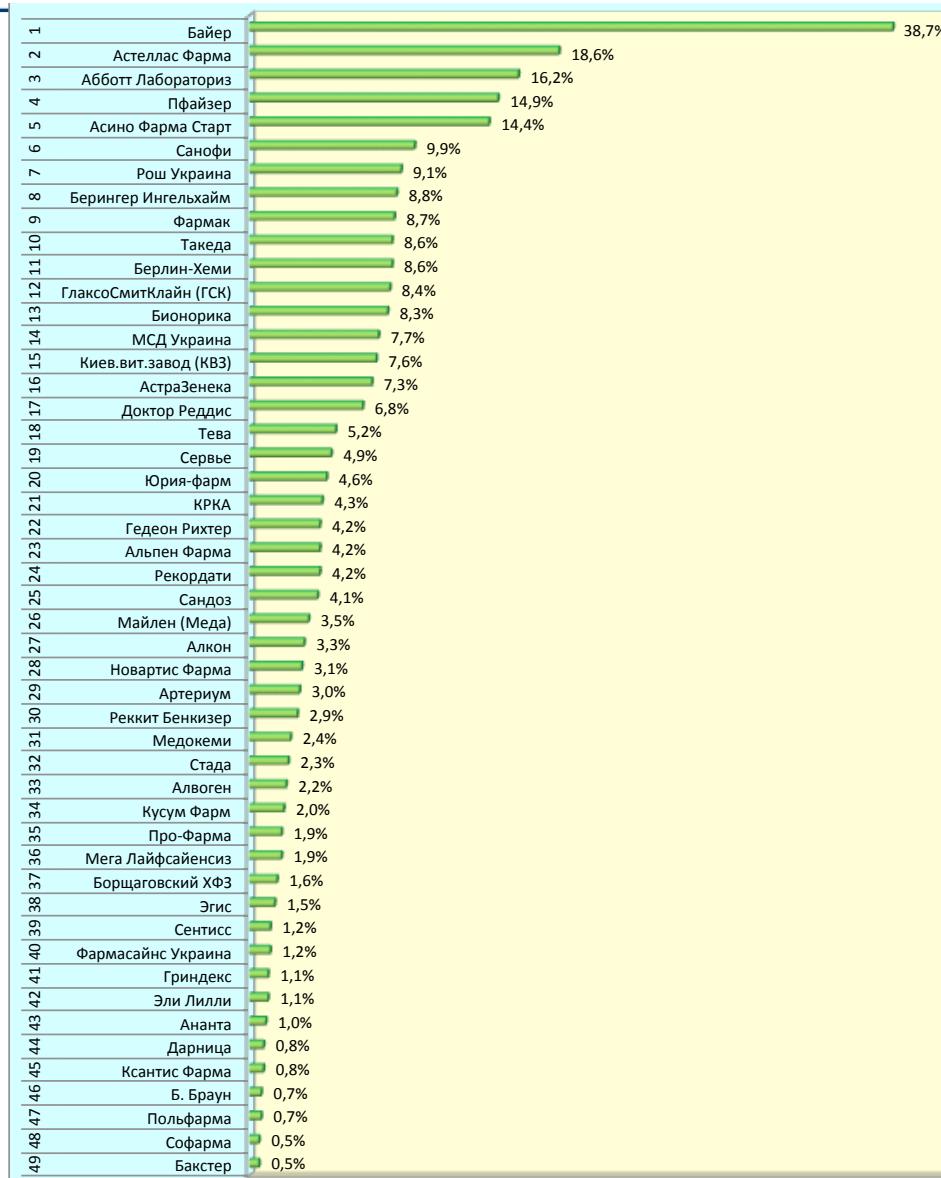
Ключевые цели исследования

- ✓ Создание рейтинга привлекательности (и непривлекательности) фармацевтических компаний Украины как работодателей
- ✓ Определение наиболее значимых факторов привлекательности бренда работодателя в среде фармацевтических компаний Украины
- ✓ Оценка и сопоставление (бенчмаркинг) этих факторов для каждой компании с компаниями-конкурентами, в разных фокусных группах (в коммерческих пакетах)



Рейтинг привлекательности работодателей в фарме в Украине - 2017

ФА
ПЕРСОНАЛ
МА

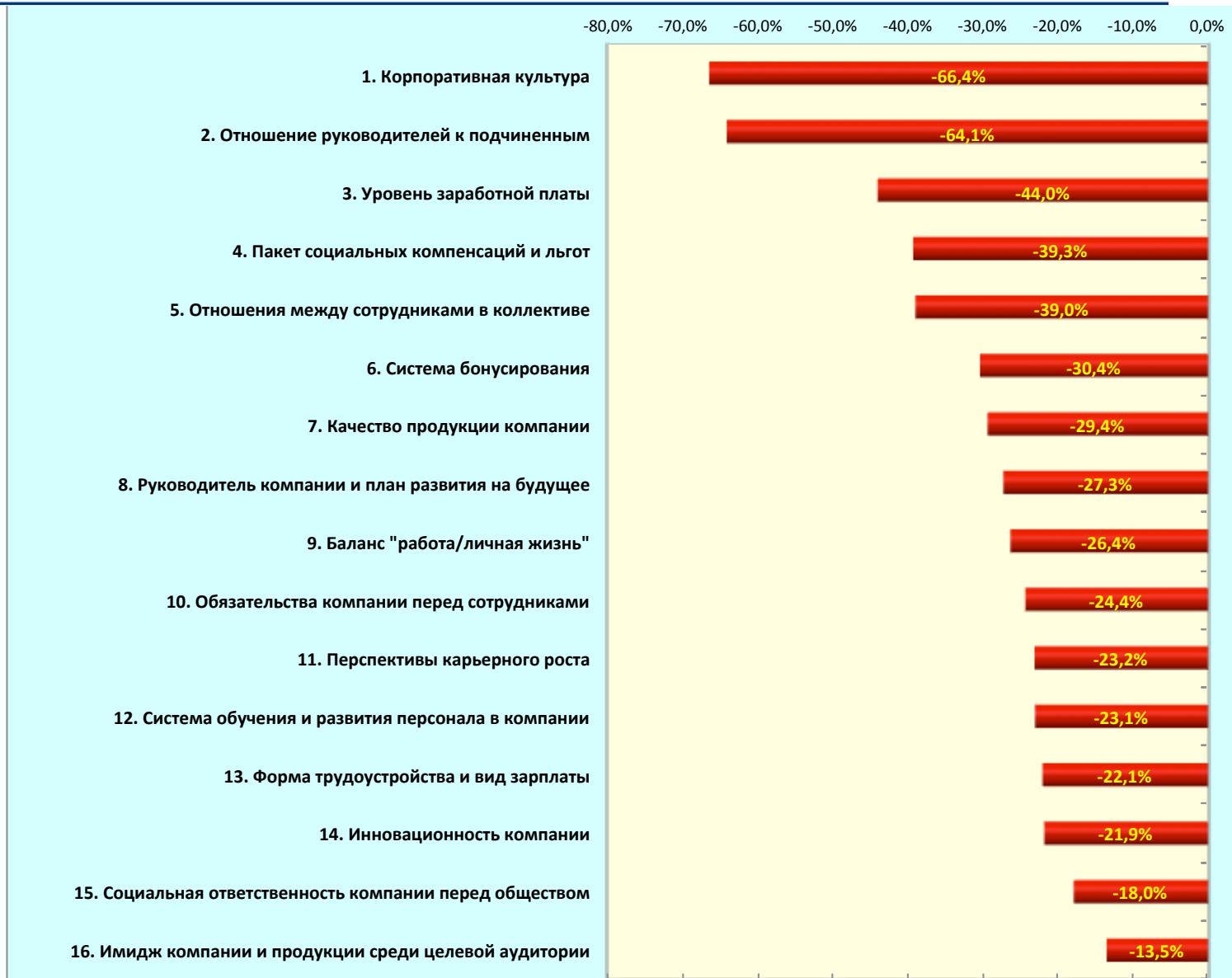


Факторы привлекательности компаний-работодателей 2017



Факторы непривлекательности компаний-работодателей 2017

Ф
А
ПЕРСОНАЛ
М
А



Совмещенная шкала факторов привлекательности/ непривлекательности на рынке труда

Ф
А
ПЕРСОНАЛ
М
А

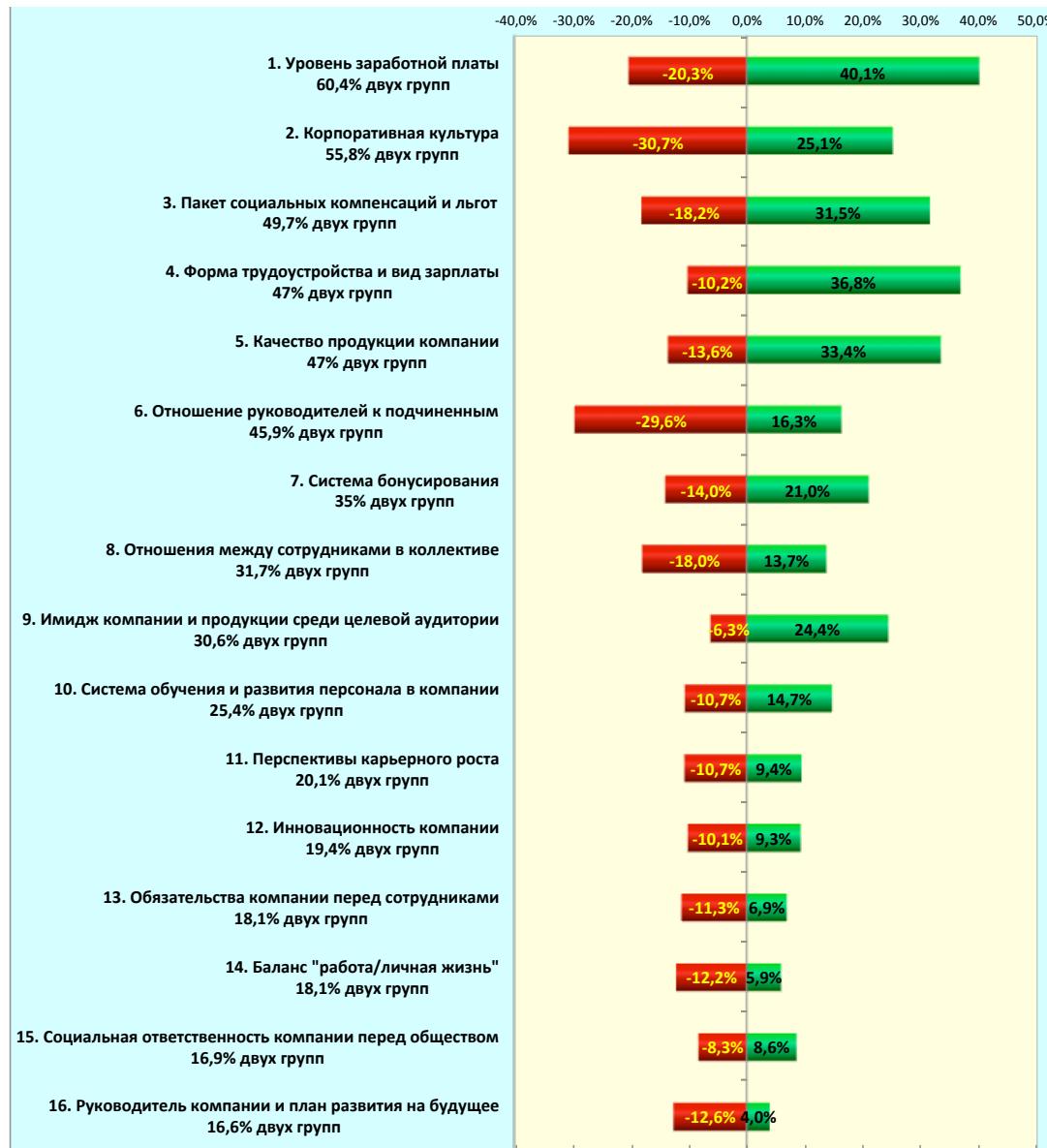
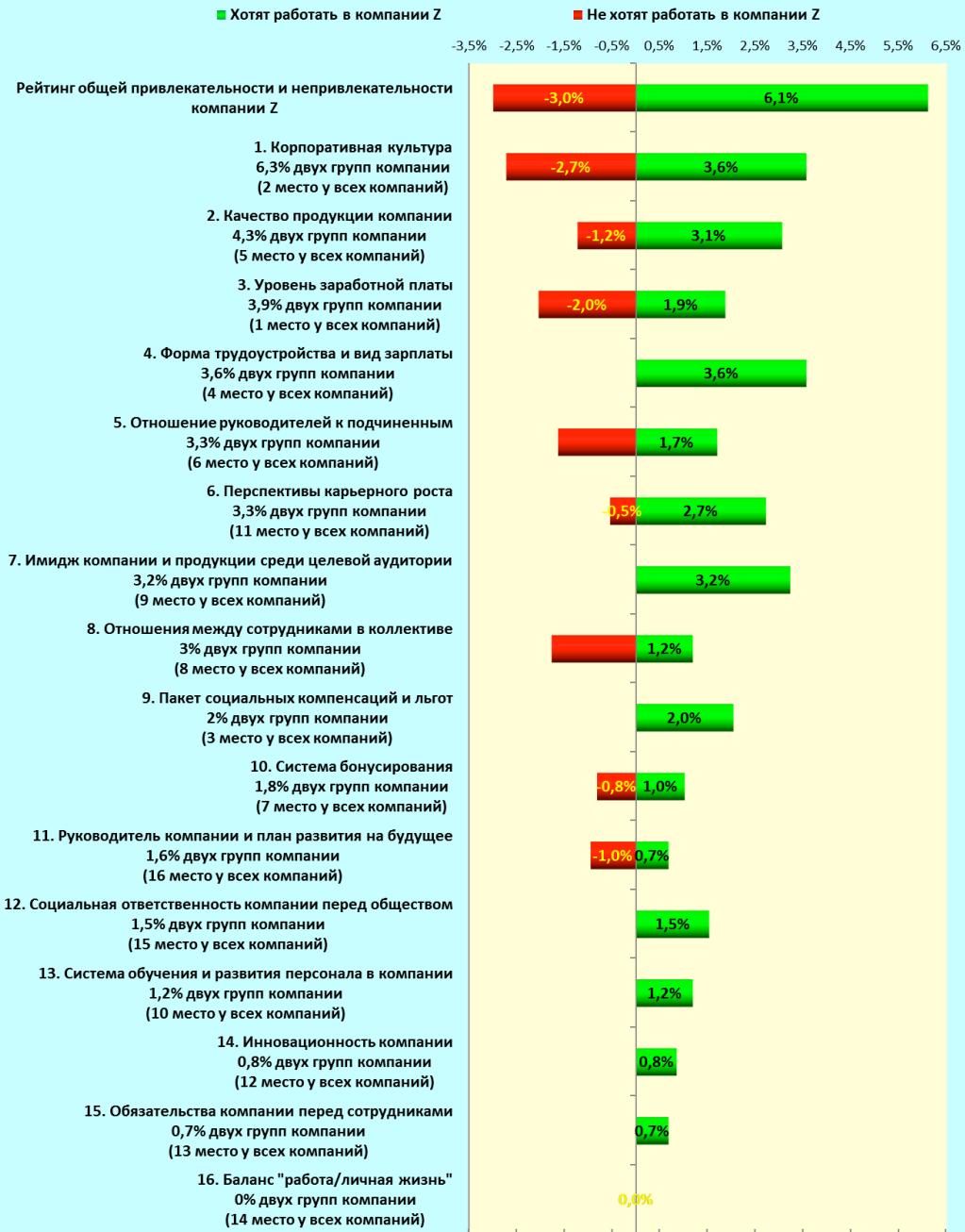


Диаграмма №7.0. Суммарный рейтинг факторов привлекательности и причин непривлекательности компаний-заказчика в % от общего числа респондентов (2017)



Информация из коммерческих пакетов. **Примеры**

Диаграмма №7.1. Рейтинг факторов привлекательности компании в 2017 году в сравнении с данными 2016 года.

Компания X 2016
Компания X 2017



Информация из коммерческих пакетов.
Примеры

Информация из коммерческих пакетов. Примеры

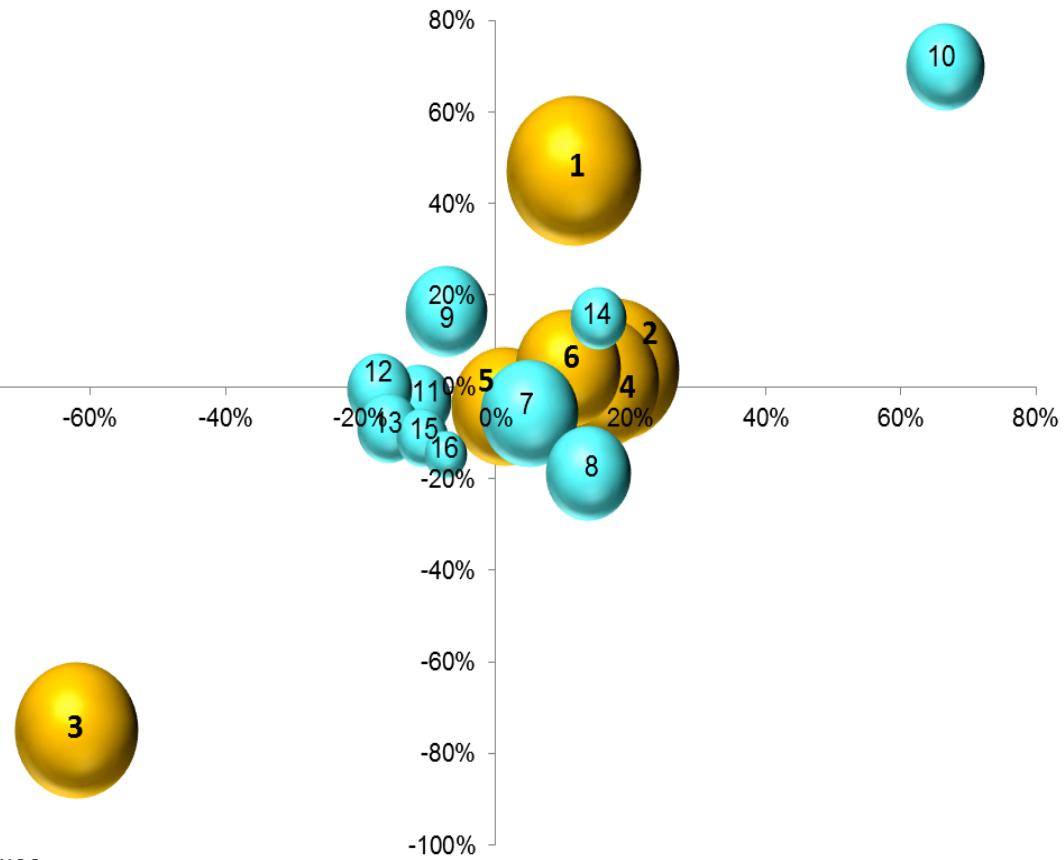


Сравнение рейтингов факторов привлекательности компаний в исследовании HR-бренда 2017-2016											
Компания X	Средний показатель	Факторы указаны по значимости у среднего показателя всех компаний в рейтинге привлекательности	Компания X			Средний показатель всех компаний в исследовании			Δ 2017 компании и среднего показателя	ΔΔ 2017-2016	Значимость
			2016	2017	Δ 2017-2016	2016	2017	Δ 2017-2016			
2	1	Уровень заработной платы	18%	86%	68%	54%	75%	20%	11%	47%	44%
3	2	Форма трудоустройства и вид зарплаты	64%	86%	22%	50%	68%	18%	18%	4%	15%
	3	Качество продукции компании	86%		-86%	74%	62%	-12%	-62%	-75%	-85%
4	4	Пакет социальных компенсаций и льгот	36%	74%	38%	22%	59%	36%	15%	1%	10%
6	5	Корпоративная культура	48%	48%	0%	42%	47%	4%	1%	-4%	-1%
5	6	Имидж компании и продукции	36%	56%	20%	30%	45%	15%	11%	4%	7%
7	7	Система бонусирования	34%	44%	10%	24%	39%	15%	5%	-6%	0%
8	8	Отношение руководителей к подчиненным	57%	44%	-13%	24%	30%	6%	14%	-19%	-2%
10	9	Система обучения и развития персонала	2%	20%	18%	26%	27%	1%	-7%	17%	3%
1	10	Отношения между сотрудниками в коллективе	5%	92%	87%	8%	25%	17%	67%	70%	35%
11	11	Перспективы карьерного роста		6%	6%	9%	17%	9%	-11%	-3%	-3%
	12	Инновационность компании	23%		-23%	40%	17%	-22%	-17%	0%	-3%
	13	Социальная ответственность компании	41%		-41%	48%	16%	-32%	-16%	-9%	-4%
9	14	Обязательства компании перед сотрудниками		28%	28%		13%	13%	15%	15%	4%
	15	Баланс "работа/личная жизнь"					11%	11%	-11%	-11%	-2%
	16	Руководитель компании и план развития на будущее	18%		-18%	11%	7%	-4%	-7%	-15%	-2%

Информация из коммерческих пакетов. Примеры

Сравнение рейтингов факторов привлекательности компании X со средним показателем всех компаний, по величине в 2017 году (ось X) и в динамике 2016-2017 годов (ось Y)

- 1. Уровень заработной платы
- 2. Форма трудоустройства и вид зарплаты
- 3. Качество продукции компании
- 4. Пакет социальных компенсаций и льгот
- 5. Корпоративная культура
- 6. Имидж компании и продукции
- 7. Система бонусирования
- 8. Отношение руководителей к подчиненным
- 9. Система обучения и развития персонала
- 10. Отношения между сотрудниками в коллективе
- 11. Перспективы карьерного роста
- 12. Инновационность компании
- 13. Социальная ответственность компании
- 14. Обязательства компании перед сотрудниками
- 15. Баланс "работа/личная жизнь"
- 16. Руководитель компании и план развития на будущее



SWOT- анализ восприятия компании X на рынке труда в Украине - 2017



Strength

факторы, значимые в сравнении со средним показателем
всех компаний в рейтинге привлекательности

1 Уровень заработной платы	44%
10 Отношения между сотрудниками в коллективе	35%
2 Форма трудоустройства и вид зарплаты	15%
4 Пакет социальных компенсаций и льгот	10%
6 Имидж компании и продукции	7%

Weakness

факторы, значимые в сравнении со средним показателем
всех компаний в рейтинге привлекательности

| 3 Качество продукции компании | -85% |

Opportunities

факторы, значимые в сравнении со средним показателем
всех компаний в рейтинге непривлекательности

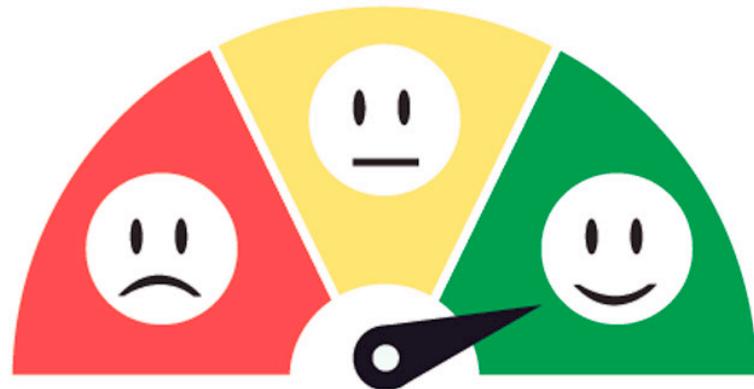
3 Качество продукции компании	18%
1 Уровень заработной платы	14%
2 Форма трудоустройства и вид зарплаты	13%
14 Обязательства компании перед сотрудниками	12%
10 Отношения между сотрудниками в коллективе	6%
13 Социальная ответственность компании	6%

Threats

факторы, значимые в сравнении со средним показателем
всех компаний в рейтинге непривлекательности

| 5 Корпоративная культура | -19% |

- За время исследования получены **186 ассоциаций о 50 компаниях**, как восторженных, так и очень нелицеприятных.
- Все они были разделены на **позитивные, нейтральные и негативные**.
- Эти откровенные ассоциации имеют неоспоримую ценность для работодателей (т.к. **определяют эмоциональную суть восприятия компаний на рынке работодателей**).



Компания Y

Позитивные отклики:

- 1) Большая растущая отечественная компания с хорошими препаратами.
- 2) Динамично развивающаяся национальная компания с огромным потенциалом.
- 3) Хороший старт для карьеры.

Негативные отклики:

- 1) Крайний низкий уровень внутренних тренеров и советская бюрократия.
- 2) Слава КПСС.

Компания X

Позитивные ассоциации:

- 1) Сильная маркетинговая стратегия.
- 2) Имидж. Доход.

Негативные ассоциации:

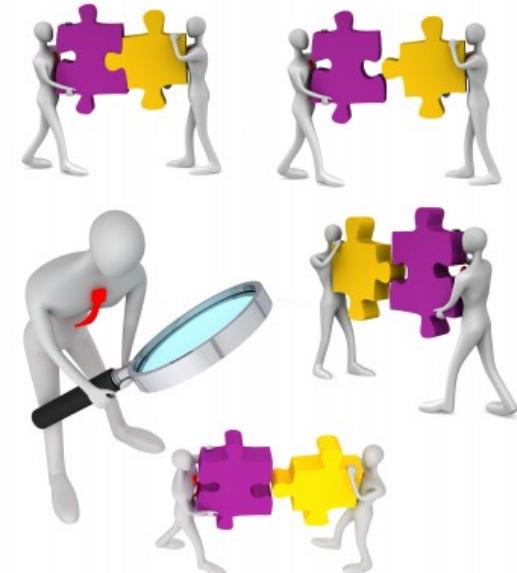
- 1) Репы – наркоманы и зомби, мешают работать другим.
- 2) Биороботы.

Выводы: делайте сами...



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 сравнении с показателями 2016 гг
5. В спектре эмоциональных отзывов о компании из анкет респондентов (позитивных, нейтральных и негативных)
6. SWOT-анализ HR-бренда компании (новинка!)



Дают исчерпывающую информацию для:

1. Направления HR-бюджета компании и действий менеджеров на *усиление наиболее значимых* для целевой аудитории факторов привлекательности, а не распылении его на все факторы (в т.ч. малозначимые для сотрудников);
2. Формирования *эффективной рекрутинговой политики* компании;
3. *Удержания и вовлеченности* своих внутренних сотрудников, что приведет к *повышению успешности* компании в бизнесе.

