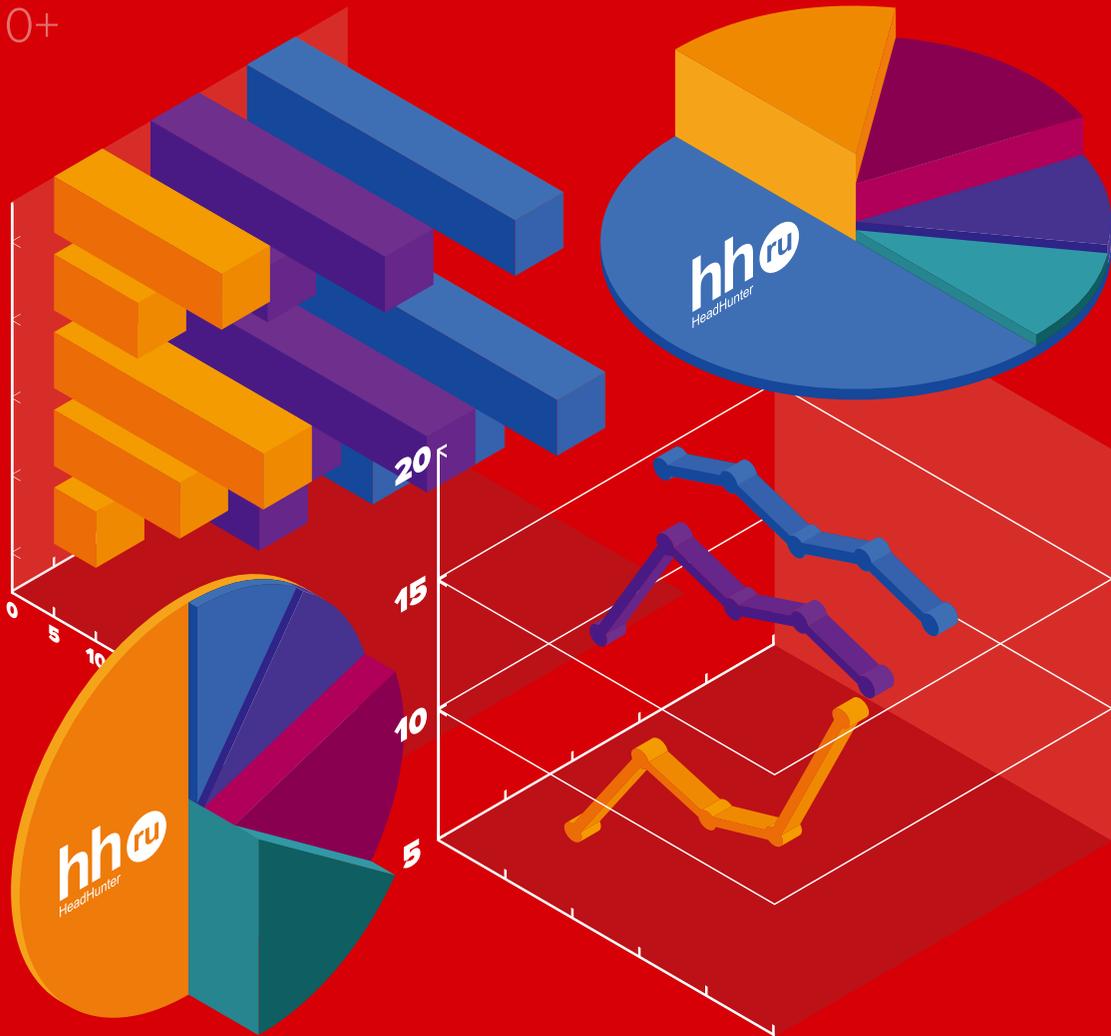


0+



АЛЬМАНАХ HEADHUNTER 2016

Подготовлен Службой исследований

hh.ru
HeadHunter

Альманах — это сводный отчет по результатам исследований соискательской и работодательской аудитории по актуальным неоднозначным вопросам, с которыми периодически сталкиваются HR-менеджеры в своей работе.

Над выпуском работали:

Мария Игнатова

Руководитель службы исследований
компании HeadHunter

Татьяна Павлова

Ведущий аналитик службы исследований
компании HeadHunter

Александр Ильин

Специалист службы исследований
компании HeadHunter

Александр Ашуров

Дизайнер
компании HeadHunter

Максим Калинин

Редактор



Компания HeadHunter
Москва 2016

Содержание

Введение	3
Куда движется HR: какие HR-процессы планируют развивать компании	4
Тема 1. Развитие HR-бренда и создание привлекательного имиджа компании как работодателя	7
• Блок 1. Что соискателям важно получать от работодателей?	8
• Блок 2. Имидж работодателя: нужно ли работать с отзывами о компании как работодателе	35
• Блок 3. Лицо компании — официальный сайт: брендинг вакансии и карьерный портал	40
Тема 2. Взаимодействие с кандидатами	49
• Блок 1. Коммуникация с кандидатами: как приглашать на собеседования и отказывать в работе	50
• Блок 2. Охота за головами: рынок труда и конкуренция в разных сферах	61
• Блок 3. Организация внутреннего и внешнего обучения	74
Тема 3. Удержание и оценка персонала	89
• Блок 1. Что заставляет сотрудников увольняться: внутренние и внешние мотивы	90
• Блок 2. Внешняя мотивация сотрудников: зарплатная политика и социальный пакет	96
• Блок 3. Методы оценки персонала	105
Тема 4. Digital в HR: автоматизация процессов	114
• Блок 1. Распространенность автоматизации HR-процессов: кому и зачем это нужно?	115
• Блок 2. Digital-инструменты в HR	121
• Блок 3. Новая реальность Big Data: кто такие специалисты по Big Data и зачем они нужны компаниям?	126

Введение

Перед вами Альманах 2.0 — второй выпуск нашего сборника исследований, посвященный актуальным вопросам в сфере управления персоналом. Со времени выхода первого Альманаха прошло два года и теперь мы даем вам возможность взглянуть на произошедшие за этот срок изменения на российском рынке труда своими глазами.

Эта книга представляет собой компиляцию эксклюзивных статистических данных, собранных в ходе специально проведенных опросов российских работодателей и соискателей, а также анализа базы данных вакансий и резюме сайта HeadHunter за 2015 и 2016 годы. Вся статистическая информация представлена в виде интуитивно понятных графических диаграмм, сопровождаемых подробными аналитическими комментариями.

В очередном Альманахе мы постарались осветить наиболее важные и актуальные на данный момент темы для специалистов в сфере HR: развитие HR-бренда, коммуникация между работодателем и соискателем, внутренняя и внешняя мотивация сотрудников, методы оценки и удержания персонала, автоматизация и цифровые инструменты в HR.

По ходу исследования мы также постарались затронуть несколько фундаментальных тем, связанных с работой в сфере HR: экономический кризис, повлиявший на развитие HR-процессов внутри компаний, структурные изме-

нения на рынке труда, связанные с экономическими и демографическими факторами, а также компьютерные технологии, создающие новые возможности для работы отдела кадров.

Эта книга в первую очередь предназначена для HR-менеджеров и всех людей, соприкасающихся в своей профессиональной деятельности со сферой управления персоналом. Знакомство с Альманахом даст возможность оценить работу вашей организации и HR-отдела со стороны, сравнить задачи и методы их решения с общерыночными тенденциями, оценить статистические показатели отрасли вашего бизнеса на рынке труда, а также узнать пожелания соискателей, высказанные в наших анонимных опросах.

Введенный нами раздел «Комментарии и рекомендации экспертов» подкрепит статистику важными советами по работе в сфере HR, которые дадут пищу для размышлений и, возможно, непосредственно помогут вам в вашей деятельности.

Приятного чтения и продуктивной работы.



Мария Игнатова,

Руководитель службы исследований
компании HeadHunter

Куда движется HR: какие HR-процессы планируют развивать компании

Какие наиболее приоритетные HR задачи стоят перед Вашей компанией?



Кризисный период с 2014 по 2016 год оказался, возможно, самым трудным для российской экономики в ее новейшей истории. Сокращение доходов большинства компаний и, как следствие этого, выраженная экономия не могли не отразиться и на процессах в сфере HR.

Приведем три хорошо иллюстрирующих ситуацию примера, которые мы взяли из сравнения опросов работодателей о приоритетных HR-задачах, проведенных нами в 2014 и 2016 годах.

Из вышестоящей диаграммы хорошо видно:

— Опрашиваемые в среднем выбирали меньшее количество вариантов ответов, чем в 2014 году, что свидетельствует об уменьшении общего числа задач, стоящих перед компаниями.

— Самую серьезную динамику продемонстрировал вариант ответа «Развитие/расширение бизнеса и привлечение уникальных высококвалифицированных кадров, привлечение сотрудников» — количество выбравших его работодателей сократилось на 9%.

— Из двух пунктов с положительной динамикой наибольшую продемонстри-

ровал вариант «Уменьшение расходов на подбор персонала», что прямо свидетельствует о сокращении средств внутри компаний.

Несмотря на все трудности, приоритеты задач в сфере HR за прошедшие два года у компаний практически не поменялись и ранжированность ответов изменилась лишь незначительно. По-прежнему работодатели больше внимания уделяют повышению вовлеченности персонала и привлечению высококвалифицированных кадров, чем, к примеру, развитию HR-бренда или борьбе с текучкой кадров.

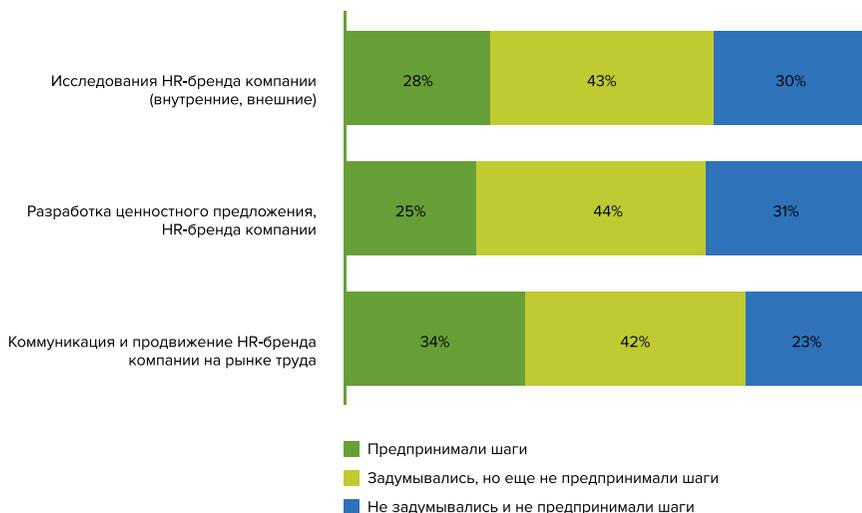
В ходе дальнейшего исследования мы встретимся с некоторыми предпосылками (как, например, изменение ценностей соискателей в деле трудоустройства или

повышение спроса на редких специалистов), которые могут привести к изменению указанных трендов в сфере HR в ближайшем будущем.

Даже несмотря на кризис, прошедшие два года для компаний и HR-отделов не прошли даром. На следующей диаграмме мы видим явную положительную динамику в деле развития HR-брендинга внутри компаний. Работодатели в целом стараются переходить от мыслей из этой области к реальным делам.

Над какими этапами работы с HR-брендом Вы задумывались / уже предпринимали шаги?

2014



Над какими этапами работы с HR-брендом Вы задумывались / уже предпринимали шаги?

2016



Как и два года назад, компании на российском рынке больше интересуются продвижением своего HR-бренда и развитием коммуникации с соискателями, нежели, к примеру, разработкой ценностного предложения для потенциальных сотрудников. Из содержания следующего раздела мы увидим, что подобное распределение внимания отчасти диктуется спросом со стороны самих соискателей.

Доля компаний, не уделяющих никакого внимания развитию собственного HR-бренда, почти не изменилась — таковых все еще немногим меньше трети. Возможно, стабилизация экономической обстановки заставит новых работодателей включаться в дело конкуренции на рынке труда более активно.

**ТЕМА 1. Развитие HR-бренда и создание
привлекательного имиджа компании
как работодателя**

Блок 1. Что соискателям важно получать от работодателей?

Каждая компания вынуждена сражаться со своими конкурентами не только за клиентов, но еще и за ценных сотрудников. В условиях ограниченного предложения квалифицированных кадров в ход идут самые разные орудия — от материальных преференций до имиджевой составляющей.

Имидж компании в традиционном понимании далеко не всегда коррелирует с ее имиджем на рынке труда. Характерный пример: многие обширные сети фаст-фуд-ресторанов обладают репутацией качественных поставщиков услуг, тем не менее, работа в них считается нежелательной даже среди такой низкоквалифицированной социальной группы, как студенты.

Противоположный пример — это компании государственного сектора. Мы часто ругаем сервис и качество государственных услуг, однако именно в этой сфере традиционно наблюдается самая высокая конкуренция среди соискателей.

Универсального метода для привлечения сотрудника в компанию не существует. То, о чем мечтает пиарщик, может совер-

шенно не заинтересовать бухгалтера и наоборот. Но есть и такие предложения работодателя, которые соискатели высоко ценят независимо от своей профессии, пола или места проживания.

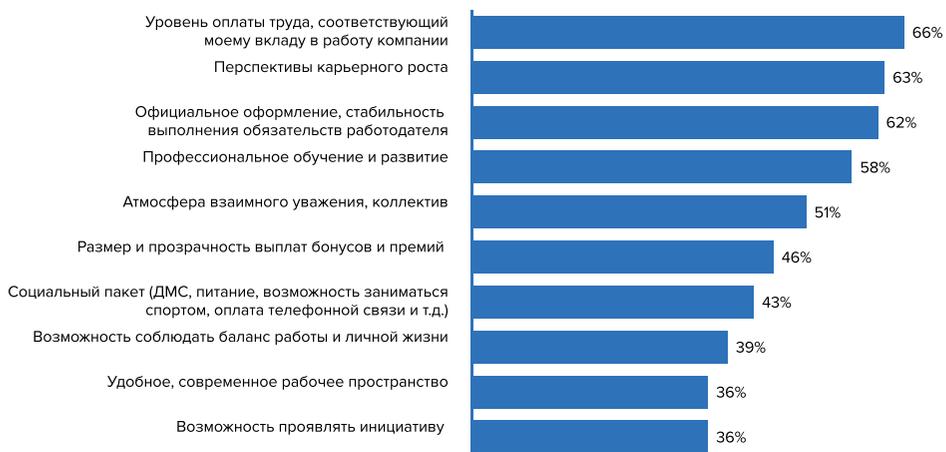
Как показывает статистика, к таким универсальным соискательским ценностям в первую очередь относятся достойная зарплата, перспективы карьерного роста, официальное оформление и стабильность выполнения обязательств со стороны работодателя.

Опрос проходил с 23 мая по 20 июля 2016 года на сайте hh.ru. Размер выборки - 11176 посетителей сайта hh.ru в возрасте от 18 лет

При этом зарплату, соответствующую объективному вкладу сотрудника, одинаково высоко ценят и мужчины, и женщины. То же самое касается и карьерных перспектив.

А вот официальное оформление и стабильность выполнения обязательств волнуют женщин заметно сильнее, чем мужчин — именно этот вариант ответа оказался среди них самым популярным.

Что из перечисленного ниже должен предлагать вам работодатель, чтобы вы сочли его идеальным лично для себя? (ТОП-10 факторов)



Ниже, чем в целом по выборке; **Выше**, чем в целом по выборке

Что из перечисленного ниже должен предлагать вам работодатель, чтобы вы сочли его идеальным лично для себя?	Все	ПОЛ	
		Мужской	Женский
Уровень оплаты труда, соответствующий моему вкладу в работу компании	66%	66%	66%
Перспективы карьерного роста	63%	62%	63%
Официальное оформление, стабильность выполнения обязательств работодателя	62%	55%	68%
Профессиональное обучение и развитие	58%	56%	59%
Атмосфера взаимного уважения, коллектив	51%	47%	55%
Размер и прозрачность выплат бонусов и премий	46%	46%	46%
Социальный пакет (ДМС, питание, возможность заниматься спортом, оплата телефонной связи и т.д.)	43%	38%	48%
Возможность соблюдать баланс работы и личной жизни	39%	36%	41%
Удобное, современное рабочее пространство	36%	33%	39%
Возможность проявлять инициативу	36%	40%	32%
Поддержка от руководителя в личном и профессиональном развитии	34%	34%	35%
Работа рядом с домом	28%	23%	33%
Признание личного вклада каждого сотрудника	27%	28%	27%
Динамичная, развивающаяся компания	26%	26%	27%
Возможность влиять на принятие решений	25%	32%	19%
Гибкий график работы	23%	21%	25%
Социальная ответственность и этичность бизнеса, отсутствие дискриминации	21%	19%	24%
Известная компания, занимает прочные позиции на рынке	21%	19%	23%
Престижная компания	19%	19%	20%
Работа с зарубежными коллегами, в том числе работа за границей	15%	16%	15%
Социальная значимость продукта / услуги, производимой компанией	15%	14%	15%
Технологичная, инновационная компания	15%	20%	10%
Активная корпоративная жизнь (праздники, выезды, совместные мероприятия)	15%	13%	16%
Компания №1 в своем секторе, лидер рынка	7%	6%	7%
Участие в благотворительных и социальных проектах	5%	4%	5%

Что из перечисленного ниже должен предлагать вам работодатель, чтобы вы сочли его идеальным лично для себя?	ТОП-10 профессиональных областей соискателей (по количеству ответов)					
	Все	Административная поддержка	Управление персоналом	Маркетинг, связи с общественностью, реклама	Бухгалтерский и налоговый учет	Финансы и экономика
Уровень оплаты труда, соответствующий моему вкладу в работу компании	66%	65%	66%	65%	66%	66%
Перспективы карьерного роста	63%	60%	62%	67%	56%	67%
Официальное оформление, стабильность выполнения обязательств работодателя	62%	71%	65%	62%	64%	63%
Профессиональное обучение и развитие	58%	56%	59%	62%	56%	58%
Атмосфера взаимного уважения, коллектив	51%	54%	53%	56%	51%	51%
Размер и прозрачность выплат бонусов и премий	46%	45%	47%	49%	40%	45%
Социальный пакет (ДМС, питание, возможность заниматься спортом, оплата телефонной связи и т.д.)	43%	51%	47%	48%	42%	42%
Возможность соблюдать баланс работы и личной жизни	39%	44%	36%	45%	38%	37%
Удобное, современное рабочее пространство	36%	42%	36%	44%	39%	34%
Возможность проявлять инициативу	36%	29%	41%	44%	27%	32%
Поддержка от руководителя в личном и профессиональном развитии	34%	36%	38%	39%	32%	36%
Работа рядом с домом	28%	38%	28%	29%	37%	27%
Признание личного вклада каждого сотрудника	27%	28%	29%	34%	23%	26%

Что из перечисленного ниже должен предлагать вам работодатель, чтобы вы сочли его идеальным лично для себя?	ТОП-10 профессиональных областей соискателей (по количеству ответов)				
	Юридическая поддержка	Продажи	Разработка ПО	ИТ консалтинг	Производственная деятельность
Уровень оплаты труда, соответствующий моему вкладу в работу компании	66%	66%	69%	69%	67%
Перспективы карьерного роста	63%	61%	68%	61%	61%
Официальное оформление, стабильность выполнения обязательств работодателя	62%	60%	60%	59%	65%
Профессиональное обучение и развитие	53%	55%	68%	61%	58%
Атмосфера взаимного уважения, коллектив	51%	47%	59%	47%	48%
Размер и прозрачность выплат бонусов и премий	44%	52%	48%	44%	47%
Социальный пакет (ДМС, питание, возможность заниматься спортом, оплата телефонной связи и т.д.)	41%	41%	45%	43%	46%
Возможность соблюдать баланс работы и личной жизни	40%	35%	47%	40%	35%
Удобное, современное рабочее пространство	34%	29%	57%	42%	31%
Возможность проявлять инициативу	32%	35%	46%	35%	36%
Поддержка от руководителя в личном и профессиональном развитии	34%	35%	37%	33%	31%
Работа рядом с домом	28%	26%	30%	27%	24%
Признание личного вклада каждого сотрудника	25%	27%	32%	25%	27%