

# ЧЕМ ЗАКОНЧИЛСЯ 2015 И ЧТО ЖДУТ В 2016 РОССИЙСКИЕ КОМПАНИИ?





## О КОМПАНИИ

hh.ru — лидер среди онлайн-ресурсов для поиска работы и найма персонала. Ежедневно тысячи специалистов в сфере HR благодаря сервисам HeadHunter успешно закрывают вакансии, а тысячи соискателей находят работу. Мы отвечаем за качество размещаемых резюме, тщательно проверяя их вручную. Также мы проверяем каждую вакансию, чтобы предотвратить публикацию сомнительных объявлений. Сервисы HeadHunter представляют собой удобный инструментарий для рекрутеров в поиске сотрудников, и компании из России, Украины, Беларуси, Казахстана и Азербайджана уже много лет доверяют нам.



## О СПИКЕРЕ

**Наталья Данина**, руководитель направления исследований заработных плат, компенсаций и льгот HeadHunter, руководитель проекта «Банк данных заработных плат». Наталья – признанный эксперт в области исследований заработных плат, компенсаций и льгот, один из лучших аналитиков рынка труда с опытом работы в сфере Human Resources более девяти лет.

В сферу HR Наталья Данина пришла в 2004 году, развивая направление «Обзоры заработных плат» в кадровом агентстве «Анкор» и впоследствии став там же основателем Центра аналитических исследований.

В 2010 году, на базе центра аналитических исследований «Анкора», под руководством Натальи Даниной была создана самостоятельная консалтинговая компания Case.

В конце 2011 года Наталья была назначена директором по консалтингу в сфере управления человеческим капиталом агентства Adecco Group Russia, где, в том числе, руководила выводом на российский рынок консалтингового бренда Adecco - Lee Hecht Harrison. Через год Наталья заняла пост директора по продажам Adecco Group Russia. С марта 2013 года Наталья является руководителем направления исследований заработных плат, компенсаций и льгот HeadHunter.

**Контакты:** [n.danina@hh.ru](mailto:n.danina@hh.ru), +7 495 974 6427 доб. 1- 2129



## Об исследовании

### Что?

- **Онлайн опрос**
- **Размер выборки: n=514 респондентов** (участников проекта «Банк данных заработных плат»)

### Кто?

- **Численность компании:** До 100 чел. – 32%, 101-500 чел. – 36%, 501-1000 чел. – 11%, 1001 – 5000 чел. – 16%, более 5000 чел. – 5%.
- **Тип компании:** российская – 86%, иностранная – 14%.
- **Отрасль деятельности:** Информационные технологии, системная интеграция, интернет – 15%, Строительство, недвижимость, архитектура – 12%, Добыча и переработка – 10%, Услуги для бизнеса – 8%, Розничная торговля – 7%, Товары народного потребления (непищевые) – 4%, Медицина, фармацевтика, аптеки – 4%, Финансовый сектор – 4%, Продукты питания – 4%, Гостиницы, рестораны, общепит, кейтеринг – 4%, Перевозки, логистика, склад, ВЭД – 4%, Автомобильный бизнес – 4%, Машиностроение, электроника – 4%, СМИ, маркетинг, реклама, PR, дизайн, продюсирование – 3%, другие – 13%.
- **Позиция:** Руководитель отдела персонала/HR-директор – 40%, HR-специалист, менеджер по персоналу, рекрутер – 29%, Руководитель компании/Генеральный директор – 10%, Руководитель отдела подбора персонала – 9%, Специалист/менеджер по компенсациям и льготам – 5%, Специалист/менеджер по оценке персонала – 0,2%, другие – 6%.

### Где?

- Москва – 44%
- Санкт-Петербург – 17%
- Республика Татарстан – 4%
- Свердловская область – 4%
- Московская область – 3%
- Ростовская область – 3%
- Краснодарский край – 3%
- Нижегородская область – 2%
- Новосибирская область – 2%
- Другие – 19%

### Когда?

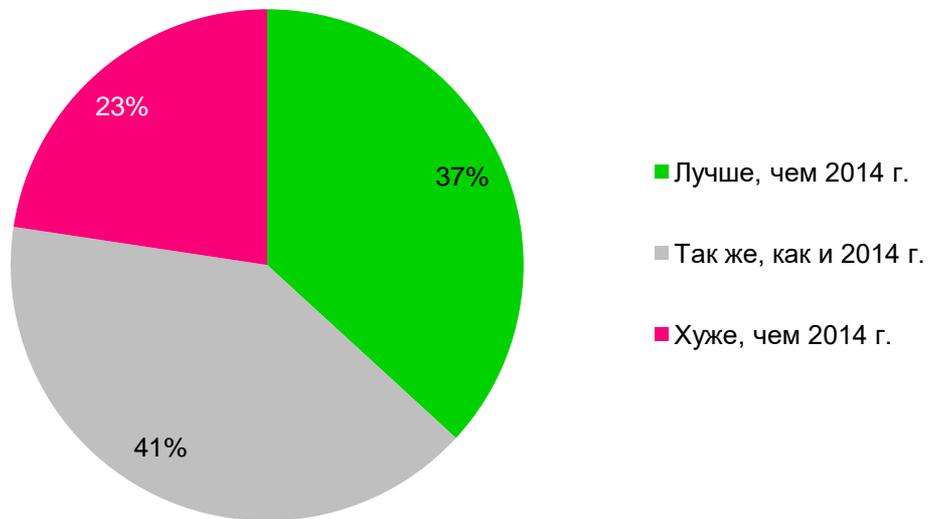
- Опрос проходил с **25 января по 12 февраля 2016 г.**



**ЧАСТЬ 1. НАСТРОЕНИЯ HR-СПЕЦИАЛИСТОВ ПО  
ИТОГАМ 2015 г. и ФОРМИРОВАНИЕ HR-БЮДЖЕТОВ  
НА 2016 г.**



## Как закончился 2015 г. для представителей HR-сферы?



Каждый третий HR-специалист считает, что 2015 г. для него оказался лучше, чем 2014 г.



## Как закончился 2015 г. для представителей HR-сферы?

### Итоги года для HR-специалиста

		Хуже, чем 2014 г.	Так же, как и 2014 г.	Лучше, чем 2014 г.
Итоги года для компании в целом	Компания на стадии оформления банкротства/ухода с рынка	0%	0%	0%
	Хуже, чем 2014 г.	14%	16%	5%
	Так же, как и 2014 г.	4%	15%	6%
	Лучше, чем 2014 г.	3%	9%	25%



# Как будет расходоваться HR-бюджет в 2016 г. в компаниях?

(все компании)



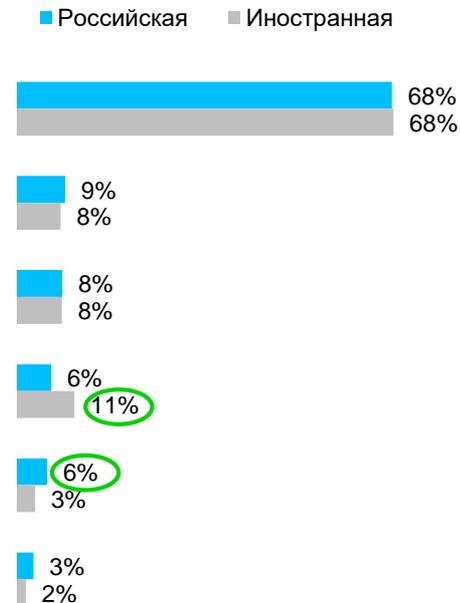


# Как будет расходоваться HR-бюджет в 2016 г. в компаниях?

(по типу и численности компании)

	До 100 чел.	101-500 чел.	501-1000 чел.	1001-5000 чел.	Более 5 000 чел.
ФОТ	70%	68%	67%	65%	72%
Подбор персонала	7%	9%	7%	12%	6%
Обучение сотрудников	7%	10%	7%	9%	5%
Социальный пакет	6%	7%	10%	6%	9%
Корпоративные мероприятия	9%	4%	6%	3%	6%
Прочее	2%	2%	3%	5%	2%

 - Наивысшее значение в рамках одной статьи расхода  
 - Недостаточная выборка





# Как будет расходоваться HR-бюджет в 2016 г. в компаниях?

(по отрасли деятельности)

	ФОТ	Подбор персонала	Обучение сотрудников	Социальный пакет	Корпоративные мероприятия	Прочее
Все отрасли	68%	9%	8%	7%	5%	3%
Информационные технологии	79%	6%	6%	4%	4%	1%
Строительство	63%	7%	7%	8%	11%	3%
Услуги для бизнеса	72%	13%	4%	4%	4%	4%
Розничная торговля	76%	5%	6%	5%	4%	4%
ТНП (непищевые)	60%	11%	9%	8%	13%	0%
Медицина	70%	10%	10%	10%	0%	0%
Банки, финансы	74%	7%	11%	5%	2%	0%
HoReCa	74%	13%	3%	5%	4%	1%
Гостиницы, рестораны	50%	15%	13%	10%	7%	4%
Логистика	72%	11%	7%	6%	3%	1%
Автомобильный бизнес	38%	22%	20%	13%	6%	1%
СМИ, маркетинг	68%	10%	10%	0%	8%	3%



**ЧАСТЬ 2. КЛЮЧЕВЫЕ ИТОГИ 2015 г. И  
ОСНОВНЫЕ ОЖИДАНИЯ ОТ 2016 г.**



## Как закончился 2015 г. в целом для компании?

(все компании)

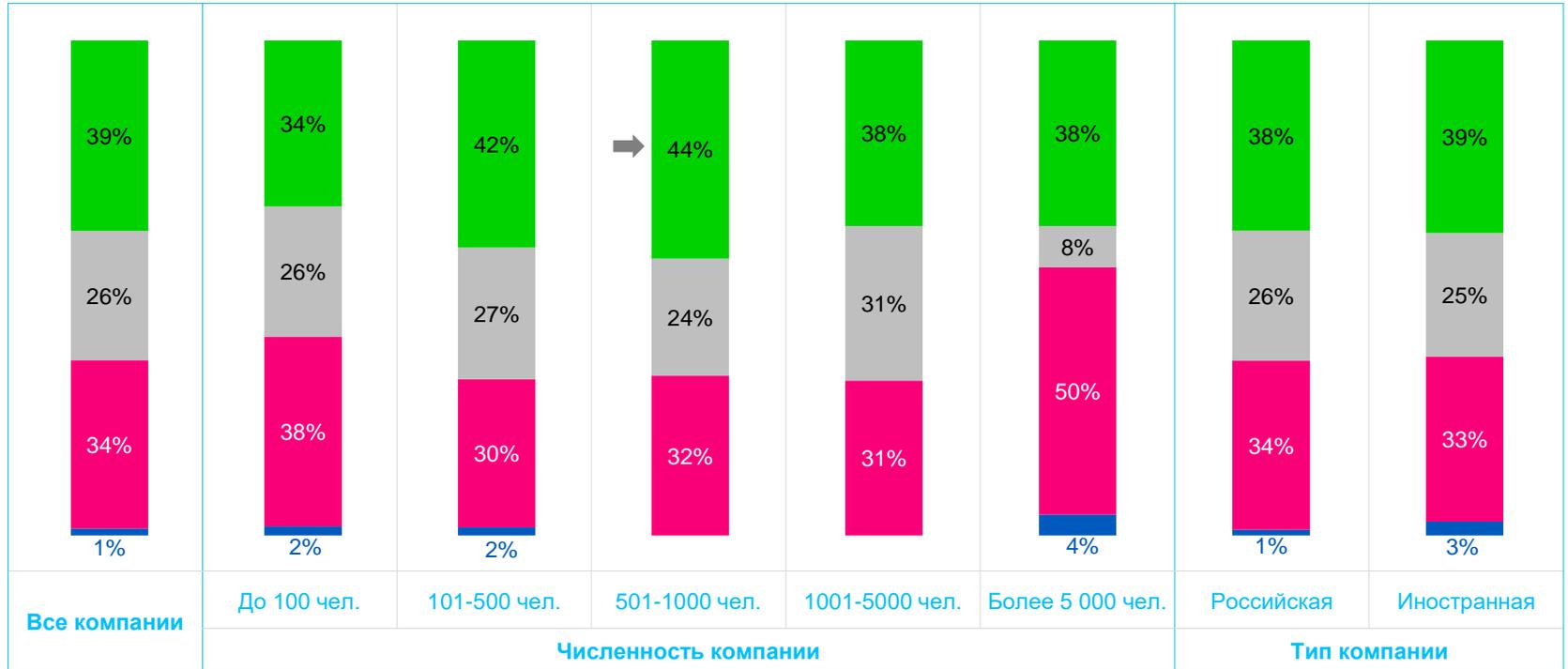




# Как закончился 2015 г. в целом для компании?

(по типу и численности компании)

■ Компания на стадии оформления банкротства/ухода с рынка ■ Хуже, чем 2014 г. ■ Так же, как и 2014 г. ■ Лучше, чем 2014 г.





# Как закончился 2015 г. в целом для компании?

(по отрасли деятельности)

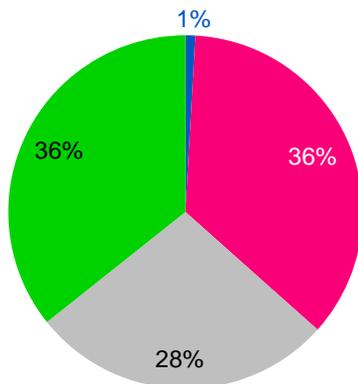
	Компания на стадии оформления банкротства/ухода с рынка	Хуже, чем 2014 г.	Так же, как и 2014 г.	Лучше, чем 2014 г.
Все отрасли	1%	34%	26%	39%
Информационные технологии	1%	30%	20%	48%
Строительство	2%	38%	24%	37%
Добыча и переработка	2%	43%	37%	18%
Услуги для бизнеса	0%	23%	23%	55%
Розничная торговля	0%	30%	14%	57%
ТНП (непищевые)	0%	39%	26%	35%
Медицина	0%	27%	41%	32%
Банки, финансы	5%	32%	32%	32%
HoReCa	0%	29%	14%	57%
Гостиницы, рестораны	0%	25%	20%	55%
Логистика	0%	40%	20%	40%
Автомобильный бизнес	5%	47%	21%	26%
Машиностроение, электроника	0%	28%	28%	44%
СМИ, маркетинг	0%	36%	43%	21%



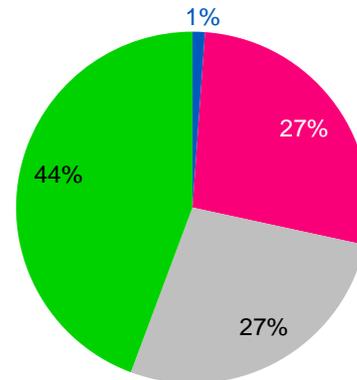
# Как закончился 2015 г. в целом для компании?

(по регионам)

## Москва

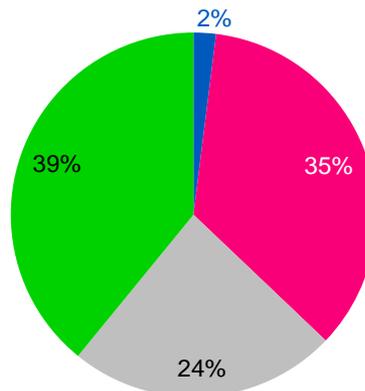


## Санкт-Петербург



- Компания на стадии оформления банкротства/ухода с рынка
- Хуже, чем 2014 г.
- Так же, как и 2014 г.
- Лучше, чем 2014 г.

## Регионы





## Каким будет 2016 г. с точки зрения рабочих процессов?

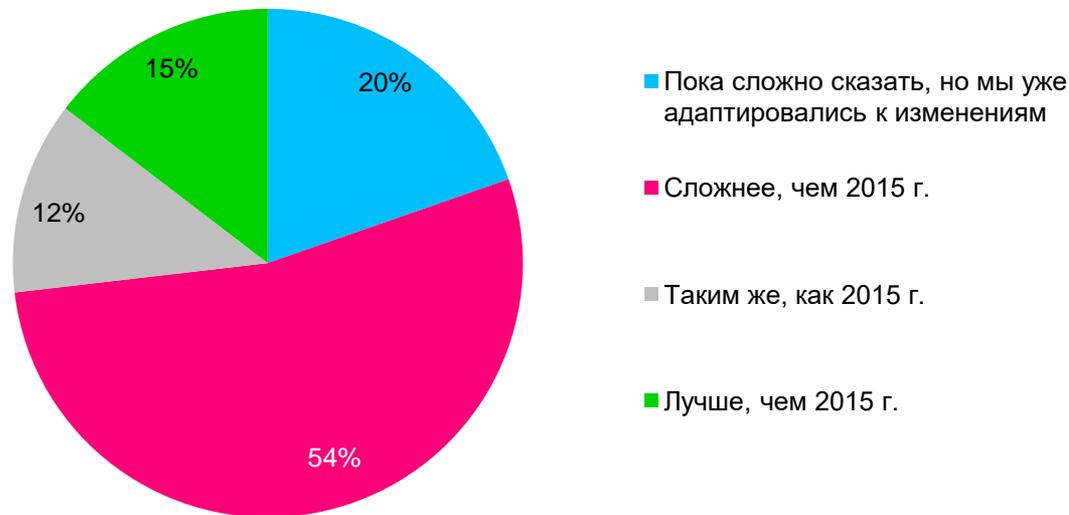
### Как закончился 2015 г.?

		Компания на стадии оформления банкротства/ухода с рынка	Хуже, чем 2014 г.	Так же, как и 2014 г.	Лучше, чем 2014 г.
Каким будет 2016 г.?	Пока сложно сказать, но мы уже адаптировались к изменениям	0%	6%	5%	8%
	Сложнее, чем 2015 г.	1%	21%	15%	17%
	Таким же, как 2015 г.	0%	4%	3%	5%
	Лучше, чем 2015 г.	0%	3%	3%	9%



# Каким будет 2016 г. с точки зрения рабочих процессов?

(все компании)



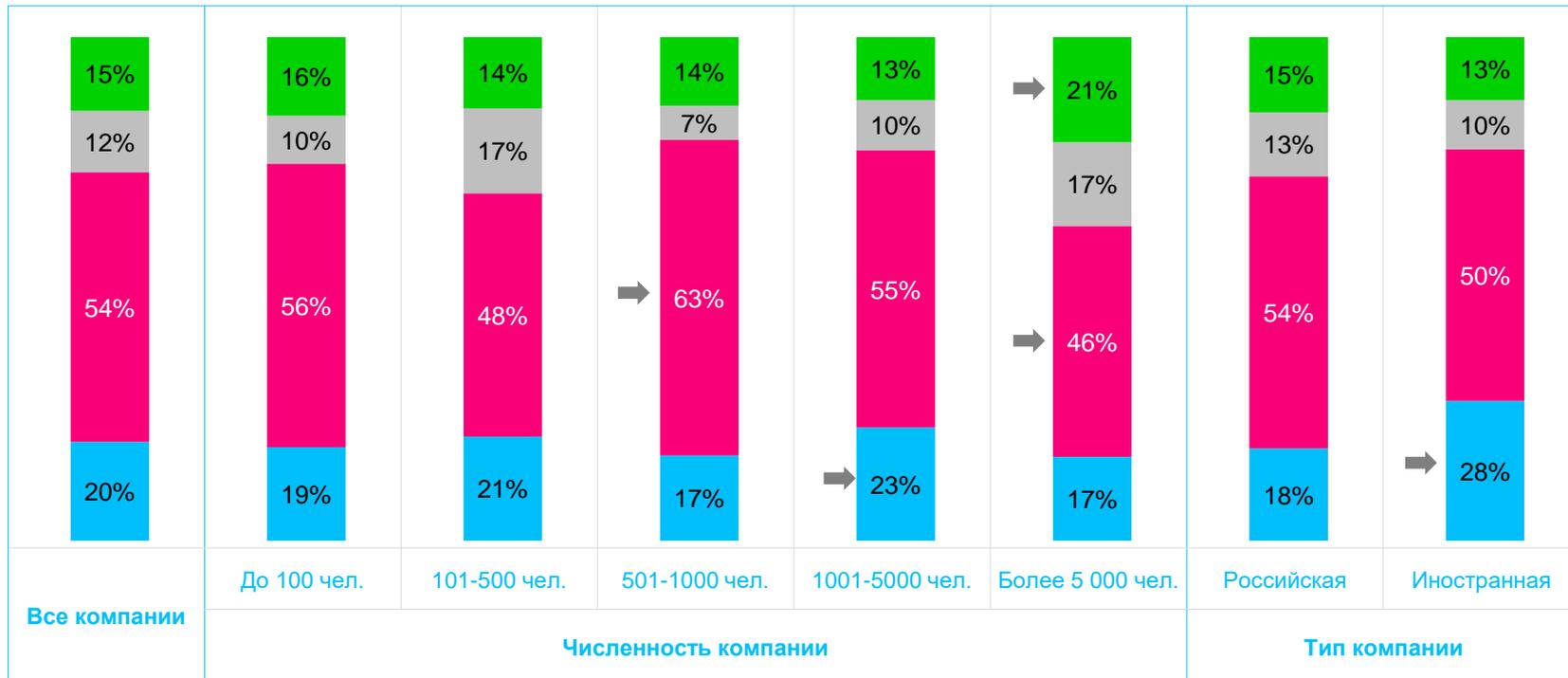
Большинство компаний отмечают, что 2016 г. для бизнеса будет сложнее предыдущего



# Каким будет 2016 г. с точки зрения рабочих процессов?

(по типу и численности компании)

■ Пока сложно сказать, но мы уже адаптировались к изменениям   ■ Сложнее, чем 2015 г.   ■ Таким же, как 2015 г.   ■ Лучше, чем 2015 г.





# Каким будет 2016 г. с точки зрения рабочих процессов?

(по отрасли деятельности)

	Пока сложно сказать, но мы уже адаптировались к изменениям	Сложнее, чем 2015 г.	Таким же, как 2015 г.	Лучше, чем 2015 г.
<b>Все отрасли</b>	<b>20%</b>	<b>54%</b>	12%	<b>15%</b>
Информационные технологии	16%	49%	10%	<b>24%</b>
Строительство	10%	<b>62%</b>	10%	19%
Добыча и переработка	<b>6%</b>	<b>76%</b>	14%	4%
Услуги для бизнеса	18%	53%	15%	15%
Розничная торговля	22%	51%	11%	16%
ТНП (непищевые)	<b>39%</b>	52%	9%	<b>0%</b>
Медицина	18%	55%	9%	18%
Банки, финансы	27%	32%	<b>27%</b>	14%
HoReCa	29%	52%	14%	5%
Гостиницы, рестораны	20%	45%	15%	20%
Логистика	<b>35%</b>	45%	<b>20%</b>	<b>0%</b>
Автомобильный бизнес	16%	<b>42%</b>	21%	<b>21%</b>
Машиностроение, электроника	28%	50%	11%	11%
СМИ, маркетинг	29%	<b>64%</b>	<b>0%</b>	7%

 - Наибольшее значение в варианте ответа

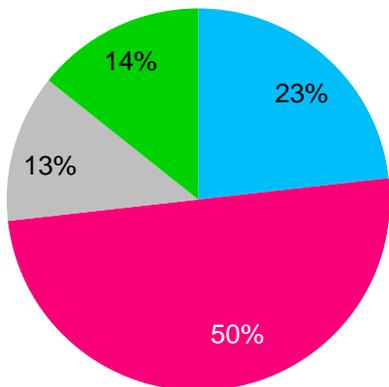
 - Наибольшее значение в варианте ответа



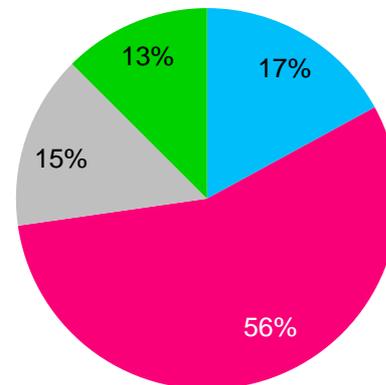
# Каким будет 2016 г. с точки зрения рабочих процессов?

(по регионам)

## Москва

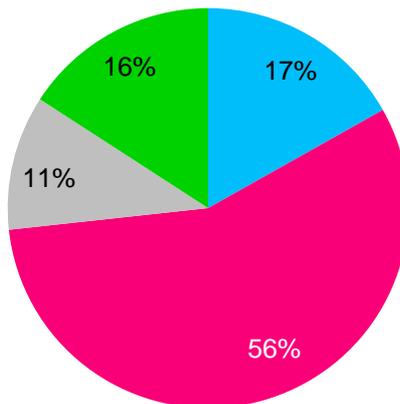


## Санкт-Петербург



- Пока сложно сказать, но мы уже адаптировались к изменениям
- Сложнее, чем 2015 г.
- Таким же, как 2015 г.
- Лучше, чем 2015 г.

## Регионы



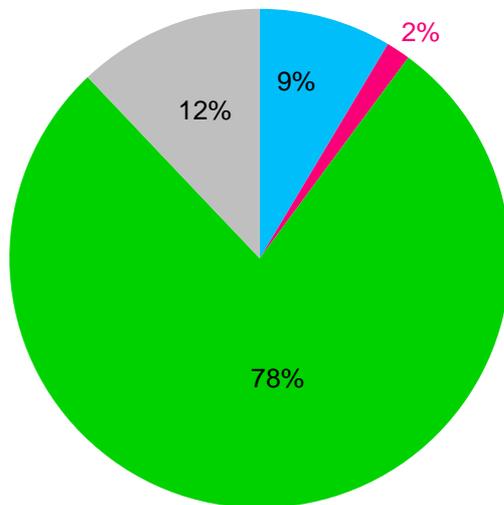


**ЧАСТЬ 3. ОСНОВНЫЕ ПЛАНЫ И СПОСОБЫ  
ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ БИЗНЕСА В  
2016 г.**



# Планируют ли компании повышать эффективность бизнеса?

(все компании)



- Мы пока только «выживаем»
- Нет, не планируем
- Да, планируем
- Решение еще не принято



# Планируют ли компании повышать эффективность бизнеса?

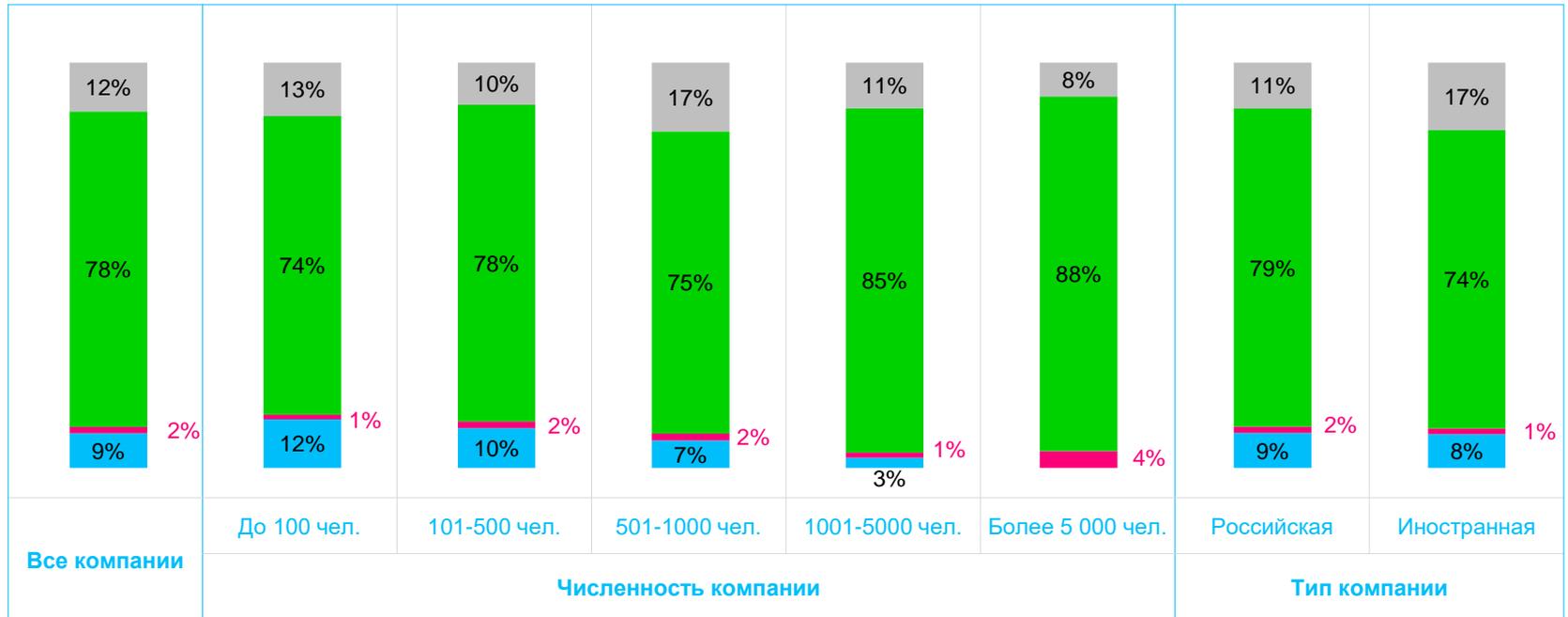
(по типу и численности компании)

■ Мы пока только «выживаем»

■ Нет, не планируем

■ Да, планируем

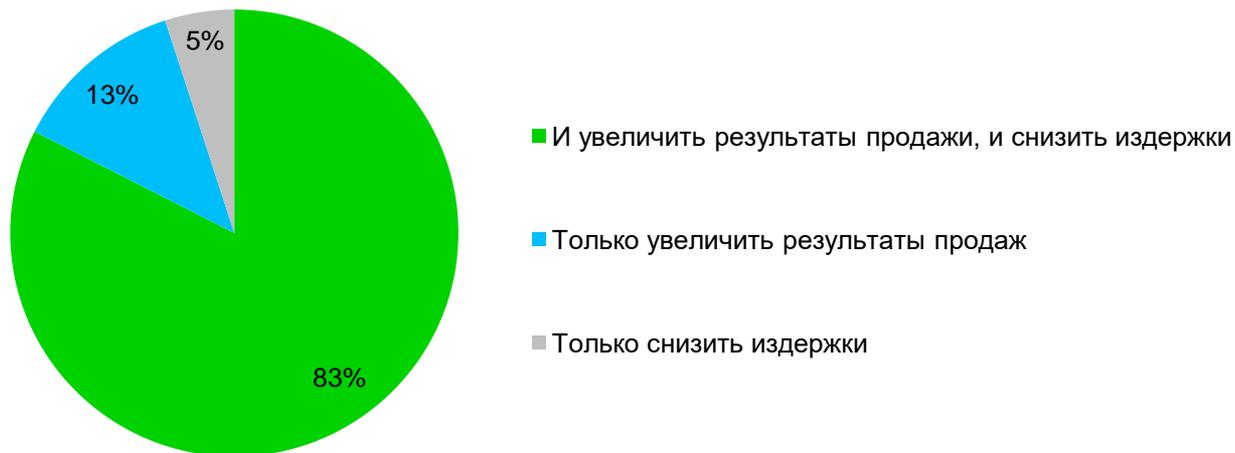
■ Решение еще не принято





## Какими способами компании планируют повышать эффективность бизнеса?

(все компании)

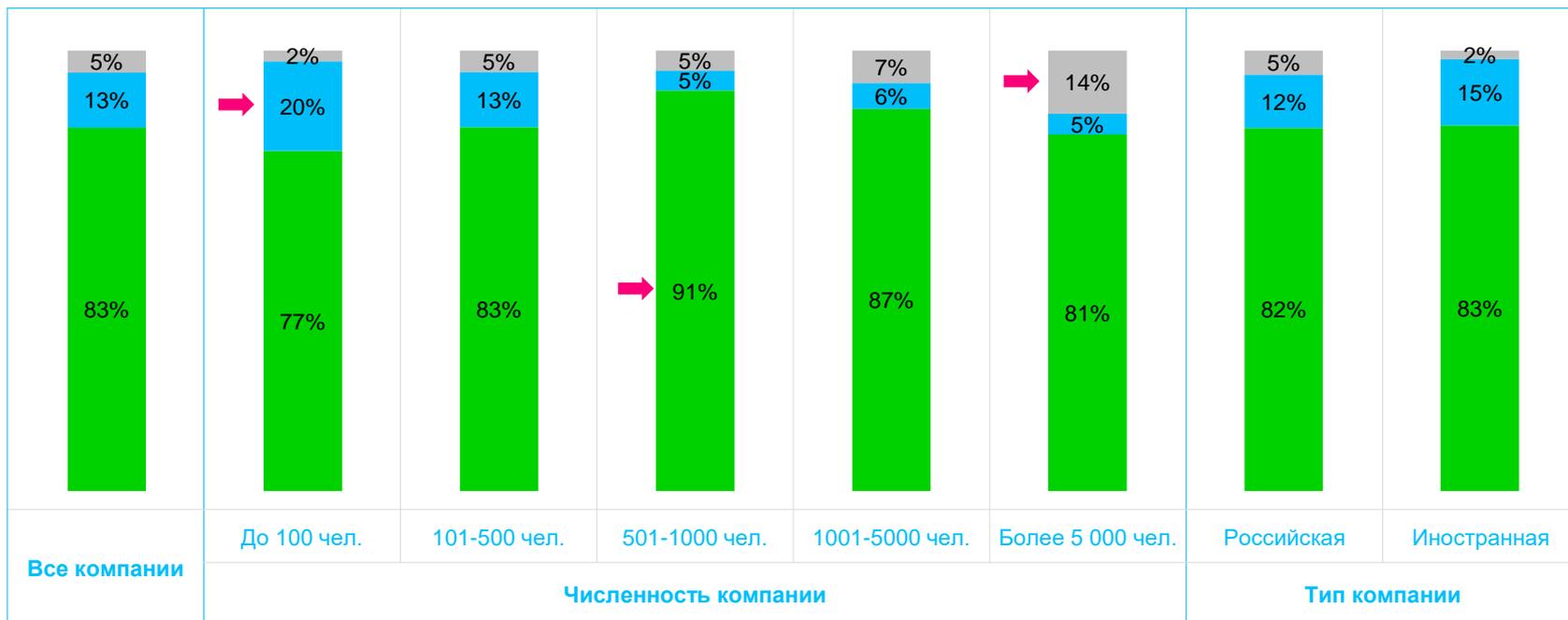




# Какими способами компании планируют повышать эффективность бизнеса?

(по типу и численности компании)

■ И увеличить результаты продажи, и снизить издержки   ■ Только увеличить результаты продаж   ■ Только снизить издержки





# Какими способами компании планируют повышать эффективность бизнеса?

(по отраслям деятельности)

	И увеличить результаты продаж, и снизить издержки	Только увеличить результаты продаж	Только снизить издержки
<b>Все отрасли</b>	<b>83%</b>	<b>13%</b>	<b>5%</b>
Информационные технологии	78%	14%	7%
Строительство	78%	8%	<b>14%</b>
Добыча и переработка	86%	6%	9%
Услуги для бизнеса	82%	18%	0%
Розничная торговля	75%	<b>21%</b>	4%
ТНП (непищевые)	<b>93%</b>	7%	0%
Медицина	82%	18%	0%
Банки, финансы	<b>69%</b>	<b>31%</b>	0%
HoReCa	<b>94%</b>	6%	0%
Гостиницы, рестораны	<b>100%</b>	<b>0%</b>	0%
Логистика	<b>94%</b>	6%	0%
Автомобильный бизнес	90%	<b>0%</b>	<b>10%</b>
Машиностроение, электроника	77%	15%	8%
СМИ, маркетинг	80%	20%	0%



- Значимо выше, чем в среднем по выборке



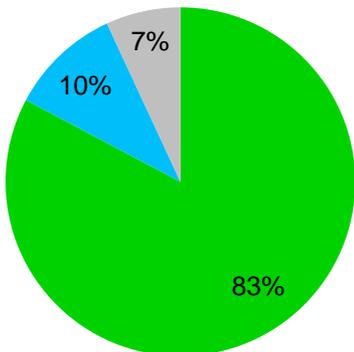
- Значимо ниже, чем в среднем по выборке



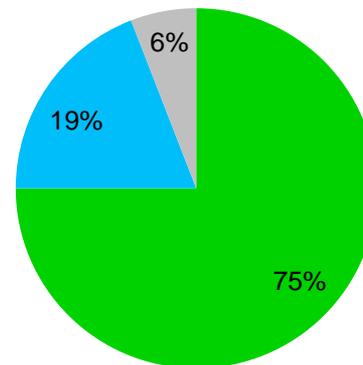
# Какими способами компании планируют повышать эффективность бизнеса?

(по регионам)

Москва

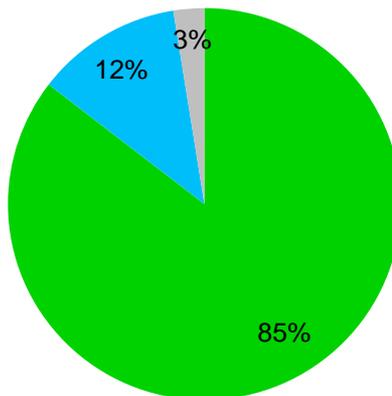


Санкт-Петербург



- И увеличить результаты продажи, и снизить издержки
- Только увеличить результаты продаж
- Только снизить издержки

Регионы





# За счет каких мер компании планируют увеличить результаты продаж?

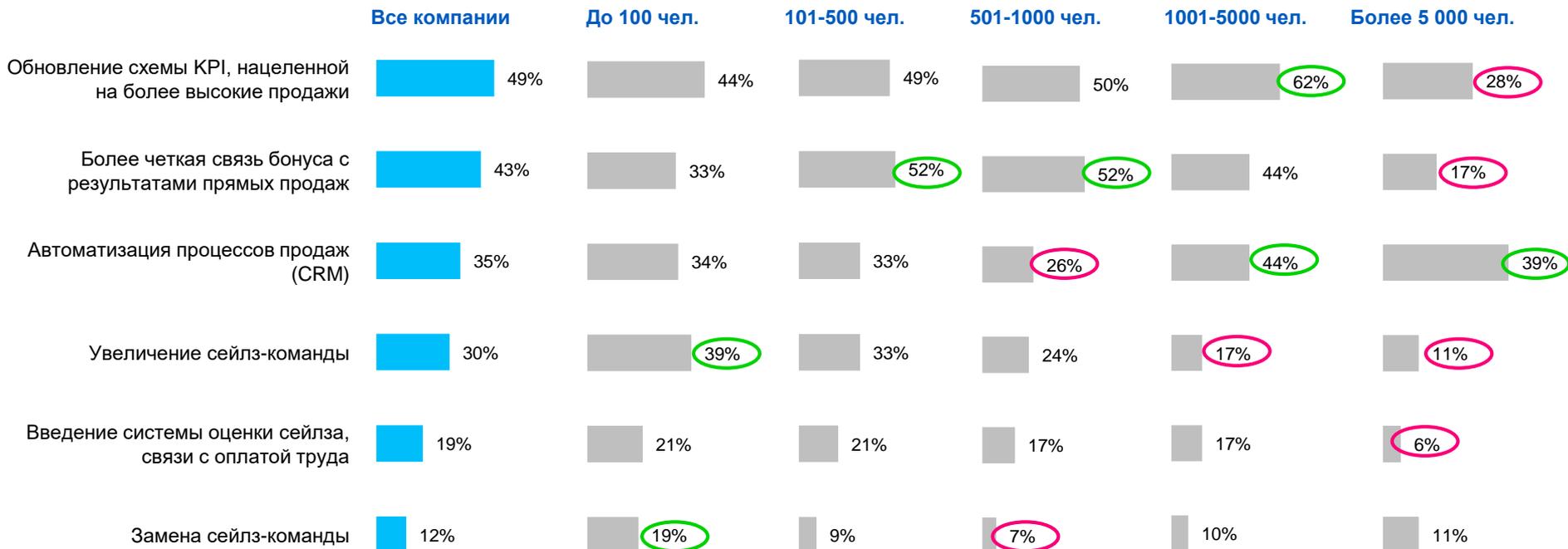
(все компании)





# За счет каких мер компании планируют увеличить результаты продаж?

(по численности компании)



- Значимо выше, чем в среднем по выборке



- Значимо ниже, чем в среднем по выборке



# За счет каких мер компании планируют увеличить результаты продаж?

(по типу компании)





# За счет каких мер компании планируют увеличить результаты продаж?

(по отраслям деятельности)

	Обновление схемы KPI, нацеленной на более высокие продажи	Более четкая связь бонуса с результатами прямых продаж	Автоматизация процессов продаж (CRM)	Увеличение сейлз-команды	Введение системы оценки сейлза, связи с оплатой труда	Замена сейлз-команды
Все отрасли	49%	43%	35%	30%	19%	12%
Информационные технологии	41%	44%	34%	38%	19%	11%
Строительство	43%	52%	31%	31%	21%	19%
Добыча и переработка	63%	47%	34%	25%	25%	19%
Услуги для бизнеса	39%	32%	32%	45%	21%	5%
Розничная торговля	48%	44%	33%	7%	26%	11%
ТНП (непищевые)	67%	53%	27%	33%	7%	0%
Медицина	41%	35%	18%	24%	18%	12%
Банки, финансы	38%	50%	19%	44%	19%	19%
HoReCa	61%	50%	61%	11%	17%	17%
Гостиницы, рестораны	60%	67%	27%	20%	7%	7%
Логистика	38%	38%	38%	44%	19%	6%
Автомобильный бизнес	67%	22%	56%	22%	11%	22%
Машиностроение, электроника	67%	42%	33%	67%	42%	17%
СМИ, маркетинг	50%	40%	60%	30%	20%	40%



- Значимо выше, чем в среднем по выборке

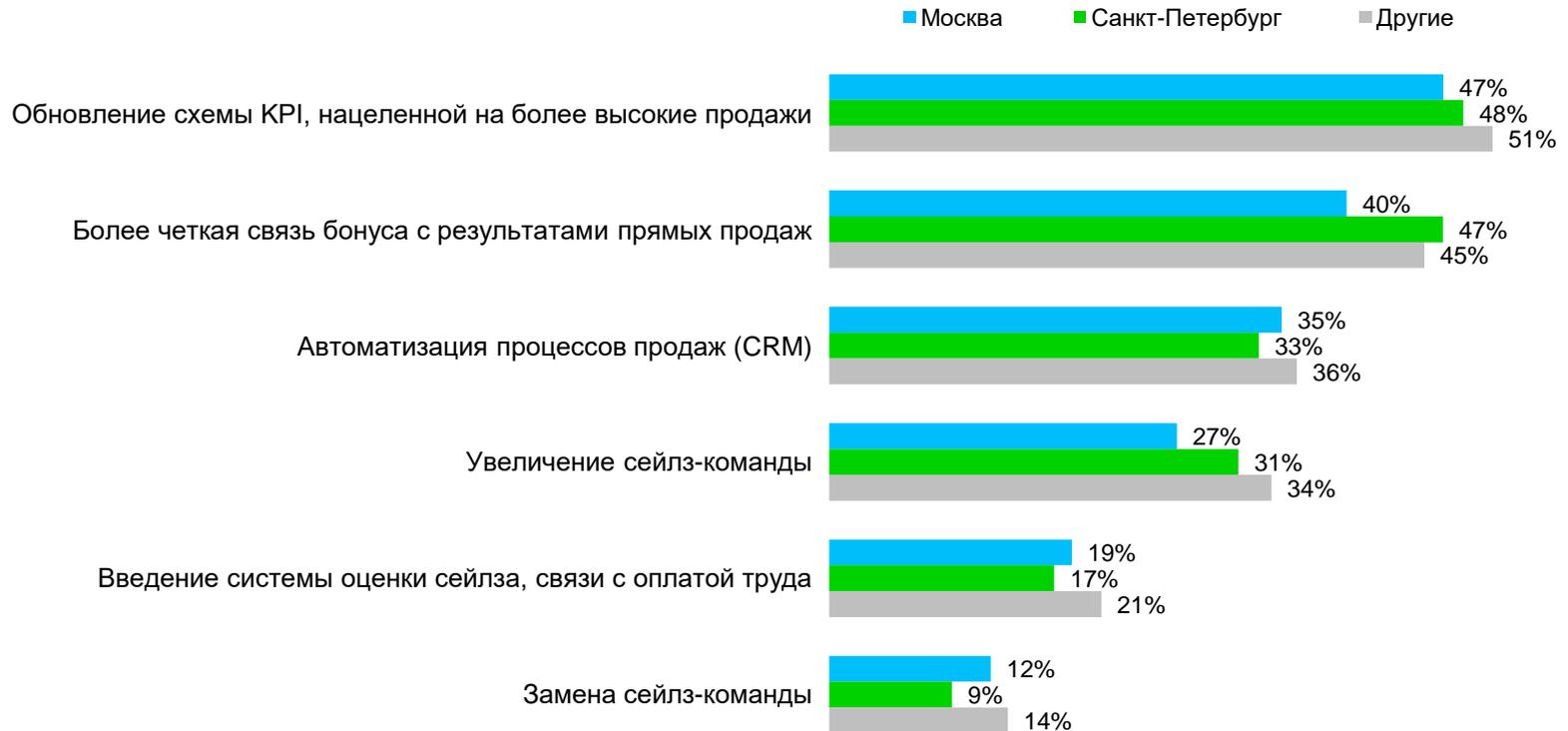


- Значимо ниже, чем в среднем по выборке



# За счет каких мер компании планируют увеличить результаты продаж?

(по регионам)





# За счет каких мер компании планируют снижать издержки?

(все компании)

Сокращение расходов, **не связанных с персоналом** и оптимизация бизнес-процессов (логистика, производство, маркетинг и т.п.)



Расходы, связанные с персоналом

Сокращение численности персонала 23%

Сокращение социального пакета 13%

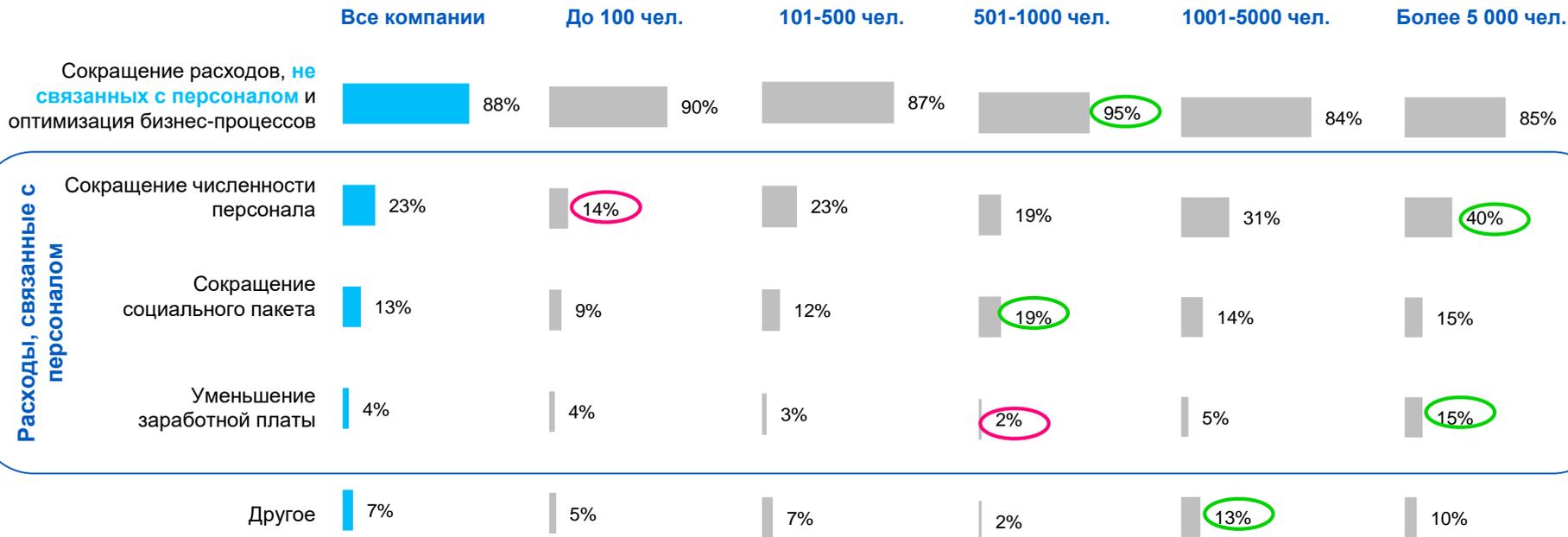
Уменьшение заработной платы 4%

Другое 7%



# За счет каких мер компании планируют снизить издержки?

(по численности компании)



- Значимо выше, чем в среднем по выборке



- Значимо ниже, чем в среднем по выборке



# За счет каких мер компании планируют снижать издержки?

(по типу компании)

■ Российская ■ Иностранная

Сокращение расходов, **не связанных с персоналом** и оптимизация бизнес-процессов (логистика, производство, маркетинг и т.п.)

Тип компании	Процент
Российская	88%
Иностранная	89%

Расходы, связанные с персоналом

Сокращение численности персонала

Тип компании	Процент
Российская	22%
Иностранная	24%

Сокращение социального пакета

Тип компании	Процент
Российская	14%
Иностранная	2%

Уменьшение заработной платы

Тип компании	Процент
Российская	5%
Иностранная	2%

Другое

Тип компании	Процент
Российская	7%
Иностранная	9%



# За счет каких мер компании планируют снизить издержки?

(по отраслям деятельности)

## Расходы, связанные с персоналом

	Сокращение расходов, не связанных с персоналом и оптимизация бизнес-процессов	Расходы, связанные с персоналом		
		Сокращение численности персонала	Сокращение социального пакета	Уменьшение заработной платы
Все отрасли	88%	23%	13%	4%
Информационные технологии	88%	14%	7%	2%
Строительство	80%	29%	11%	11%
Добыча и переработка	88%	48%	15%	12%
Услуги для бизнеса	94%	6%	13%	0%
Розничная торговля	95%	36%	14%	0%
ТНП (непищевые)	93%	14%	21%	7%
Медицина	93%	7%	0%	0%
Банки, финансы	91%	9%	36%	0%
HoReCa	94%	18%	29%	0%
Гостиницы, рестораны	93%	13%	7%	0%
Логистика	80%	27%	20%	0%
Автомобильный бизнес	70%	60%	20%	10%
Машиностроение, электроника	91%	18%	9%	0%
СМИ, маркетинг	88%	13%	13%	25%

 - Значимо выше, чем в среднем по выборке

 - Значимо ниже, чем в среднем по выборке



# За счет каких мер компании планируют снизить издержки?

(по регионам)

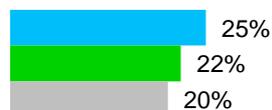
■ Москва ■ Санкт-Петербург ■ Другие

Сокращение расходов, не связанных с персоналом и оптимизация бизнес-процессов (логистика, производство, маркетинг и т.п.)

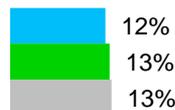


Расходы, связанные с персоналом

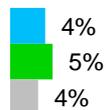
Сокращение численности персонала



Сокращение социального пакета



Уменьшение заработной платы





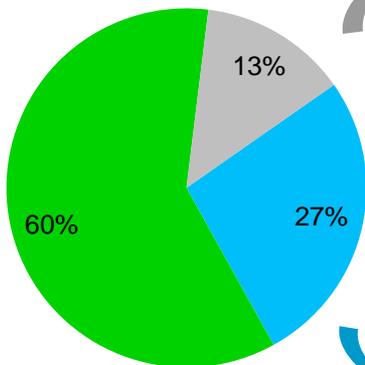
# Планы по уменьшению заработной платы в компаниях

(все 4% компаний)

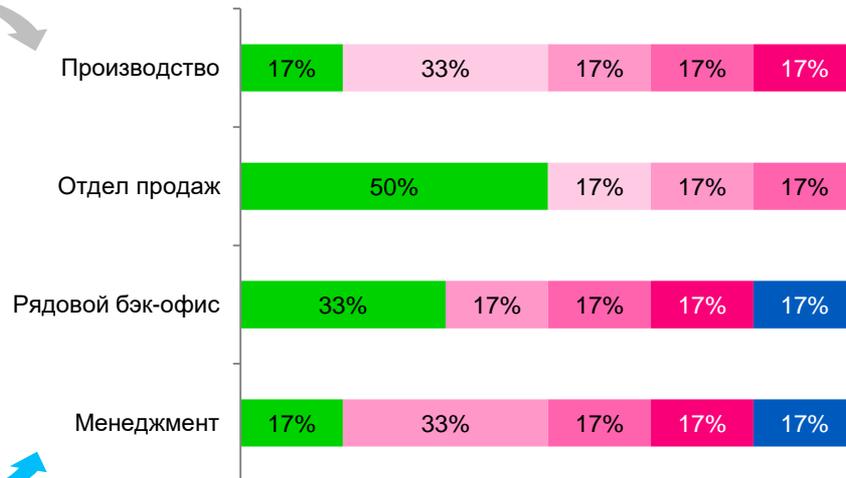
## Кому сократят оклад?

### Что сократят в первую очередь?

- И фиксированную, и переменную часть
- Только переменную часть
- Только фиксированную часть



- Этой категории не уменьшаем оклад
- на не более 10%
- на 10-15%
- на 15-20%
- на 20-30%
- на более чем 30%





# Планируют ли компании привязать заработную плату к курсу валют?

(все компании)





# Планируют ли компании привязать заработную плату к курсу валют?

(по типу и численности компании)

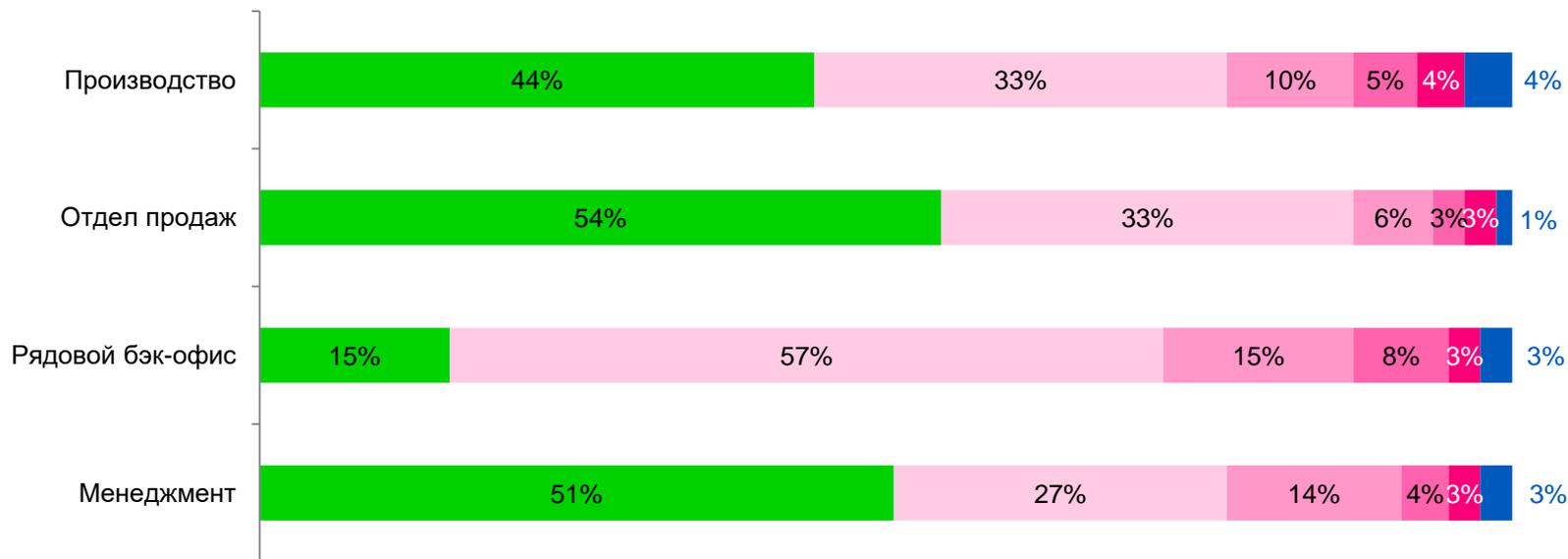
	Все компании	Численность компании					Тип компании	
		До 100 чел.	101-500 чел.	501-1000 чел.	1001-5000 чел.	Более 5 000 чел.	Российская	Иностранная
Однозначно да	0%	0%	0%	2%	0%	0%	0%	1%
Пока нет, но если курсы будут достигать критических значений (напр., 1 доллар =100 руб., 1 евро=150 руб.), мы будем предпринимать эти действия	3%	2%	3%	2%	3%	0%	3%	1%
Мы поднимали этот вопрос, но решение не принято	3%	5%	3%	0%	4%	0%	2%	10%
Точно нет	75%	75%	74%	78%	74%	83%	77%	64%
Мы не думали об этом	19%	17%	20%	19%	20%	17%	18%	24%



# Планы по сокращению численности персонала в компаниях

(все компании)

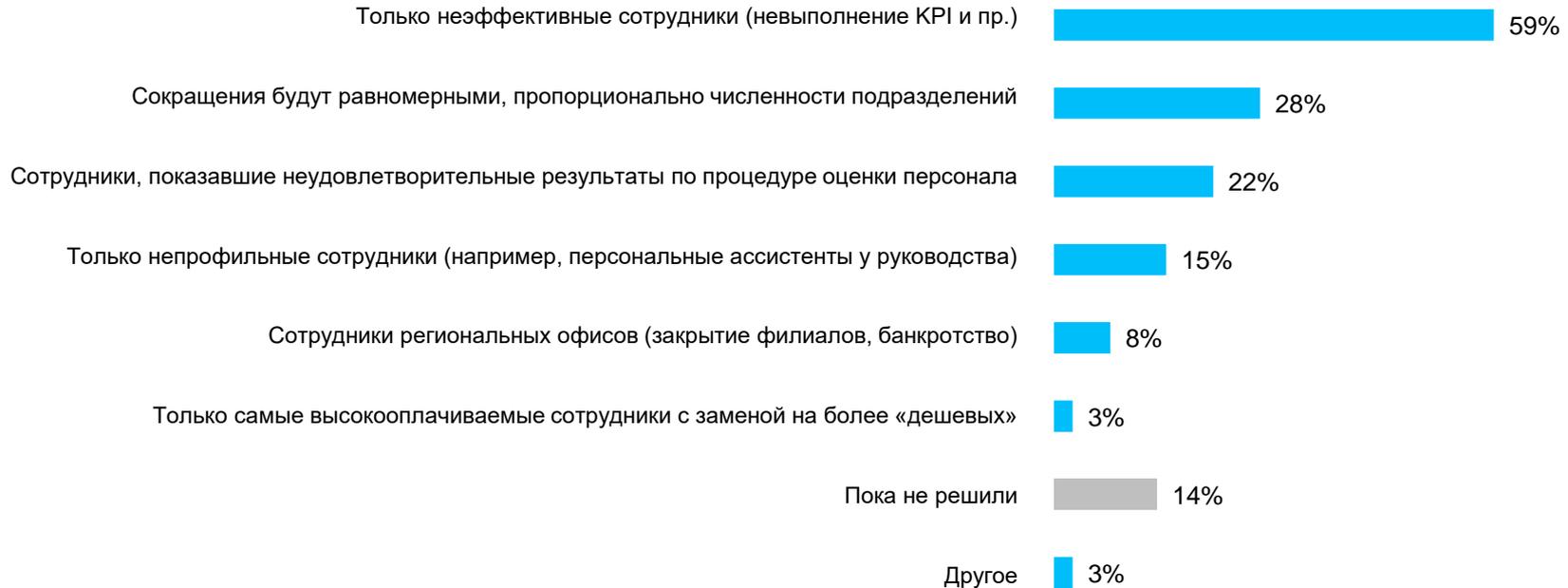
■ Эту категорию не сокращаем   ■ на не более 10%   ■ на 10-15%   ■ на 15-20%   ■ на 20-30%   ■ на более чем 30%





# Какая категория персонала имеет высокий риск быть сокращенной?

(все компании)





# Планы по сокращению статей социального пакета в компаниях

(все компании)





# Какие еще оптимизационные меры компания планирует предпринять?

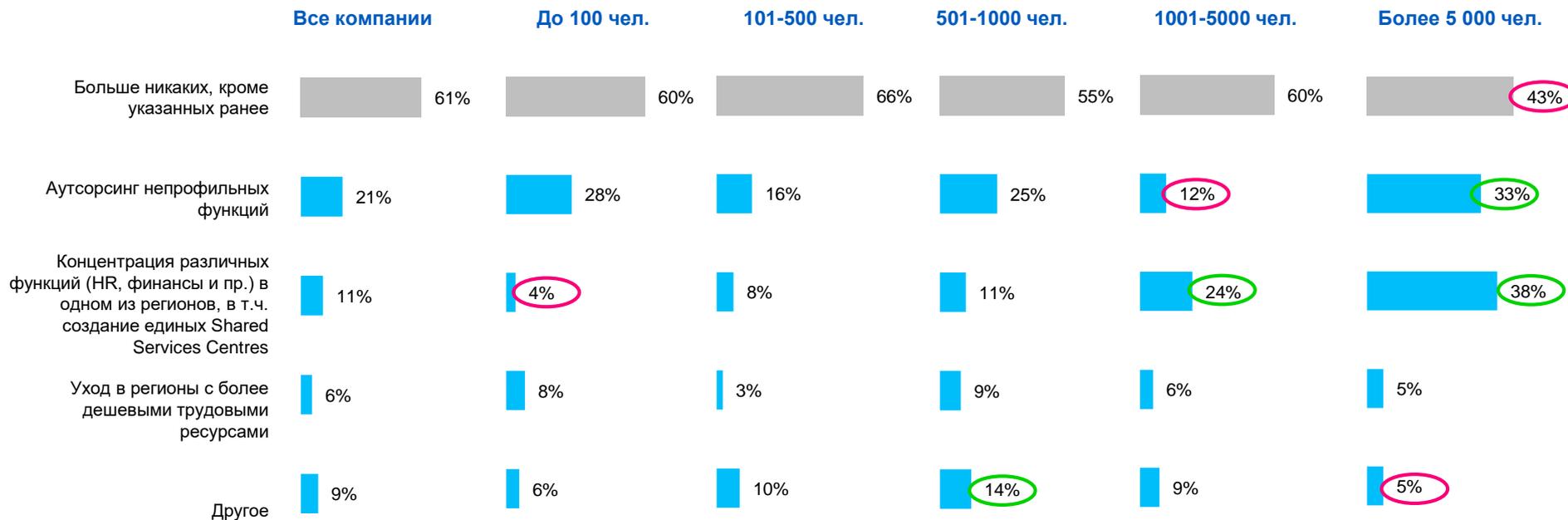
(все компании)





# Какие еще оптимизационные меры компания планирует предпринять?

(по численности компании)



 - Значимо выше, чем в среднем по выборке  
 - Значимо ниже, чем в среднем по выборке



# Какие еще оптимизационные меры компания планирует предпринять?

(по типу компании)





# Какие еще оптимизационные меры компания планирует предпринять?

(по отрасли деятельности)

	Больше никаких, кроме указанных ранее	Аутсорсинг непрофильных функций	Концентрация различных функций (HR, финансы и пр.) в одном из регионов, в т.ч. создание единых Shared Services Centres	Уход в регионы с более дешевыми трудовыми ресурсами
<b>Все отрасли</b>	<b>61%</b>	<b>21%</b>	<b>11%</b>	<b>6%</b>
Информационные технологии	52%	23%	13%	10%
Строительство	61%	18%	10%	6%
Добыча и переработка	74%	17%	6%	3%
Услуги для бизнеса	68%	16%	5%	11%
Розничная торговля	54%	29%	21%	7%
ТНП (непищевые)	73%	7%	20%	0%
Медицина	53%	24%	12%	0%
Банки, финансы	63%	13%	13%	6%
HoReCa	67%	22%	11%	0%
Гостиницы, рестораны	60%	20%	7%	0%
Логистика	81%	13%	13%	0%
Автомобильный бизнес	50%	20%	20%	10%
Машиностроение, электроника	62%	31%	0%	0%
СМИ, маркетинг	20%	50%	10%	20%



- Значимо выше, чем в среднем по выборке

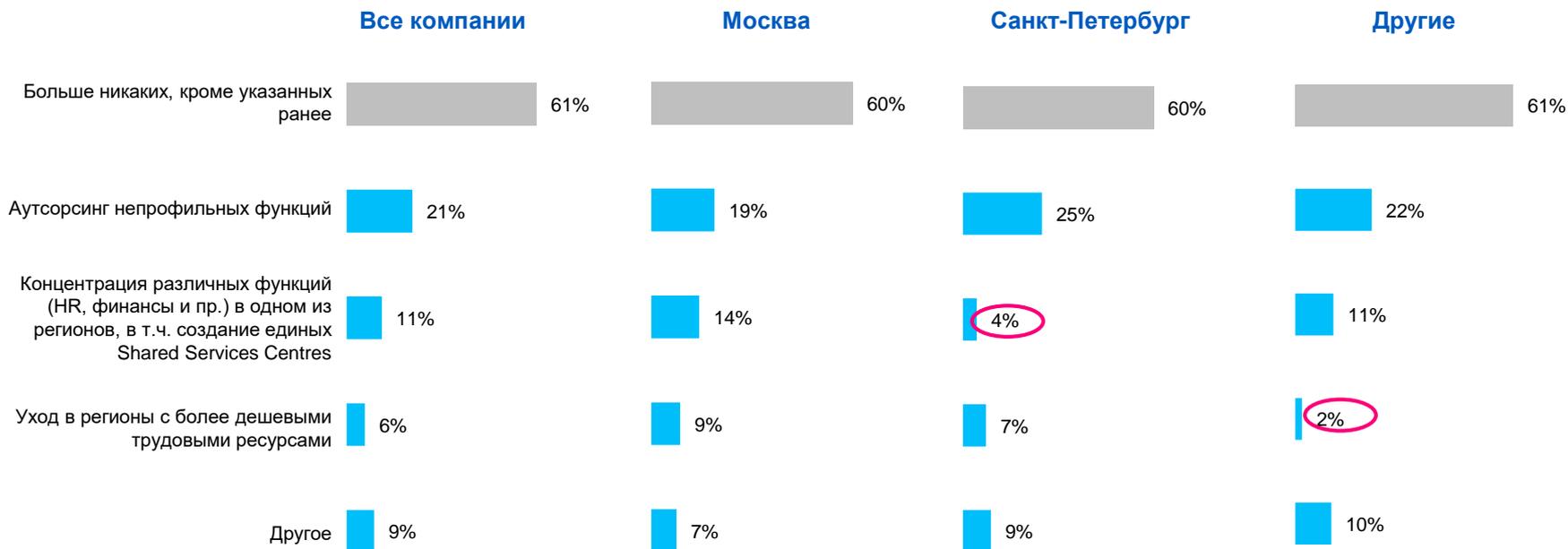


- Значимо ниже, чем в среднем по выборке



# Какие еще оптимизационные меры компания планирует предпринять?

(по регионам)



- Значимо выше, чем в среднем по выборке

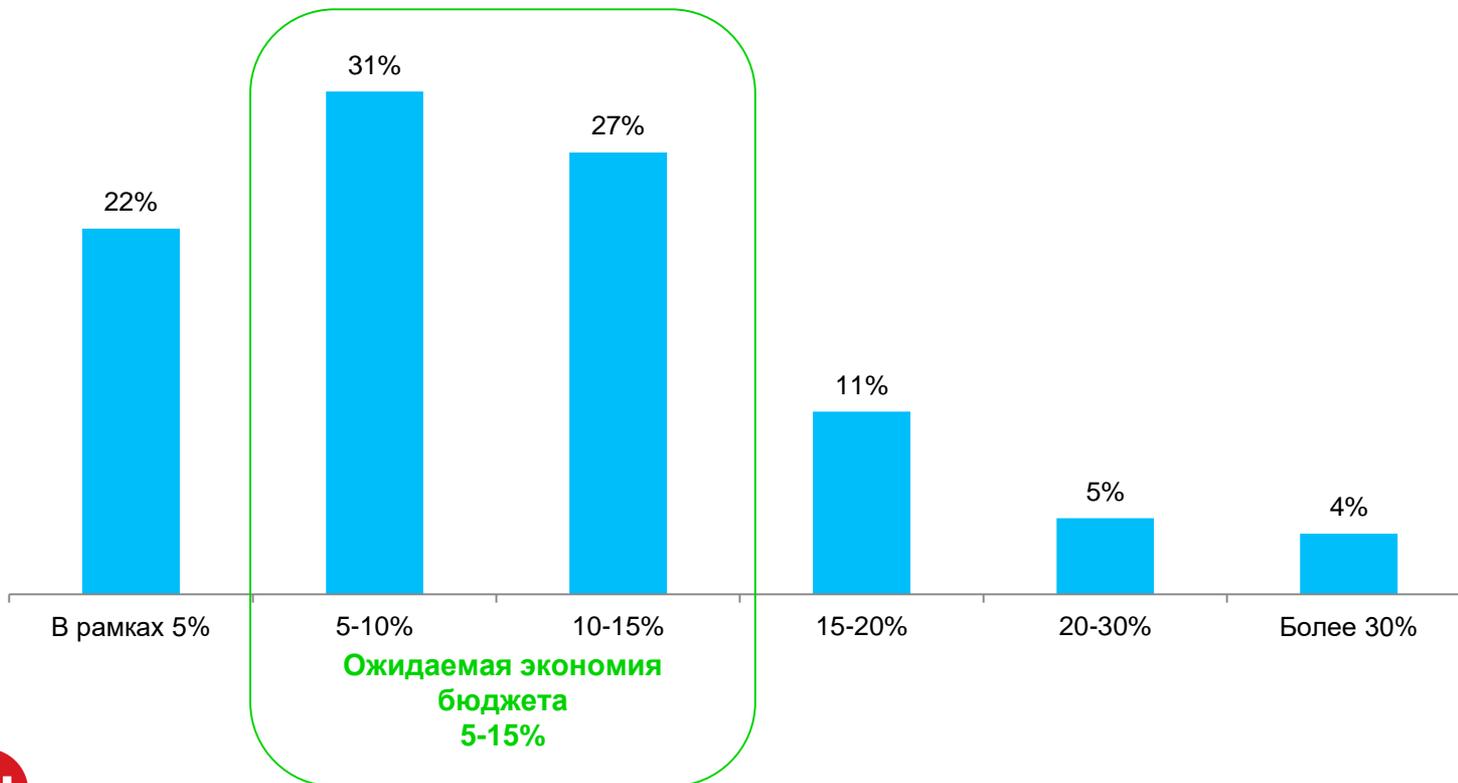


- Значимо ниже, чем в среднем по выборке



# Какой эффект экономии бюджета компаний запланирован после внедрения всех оптимизационных мер?

(все компании)





## КОНТАКТЫ

Наталья Данина,  
Руководитель направления исследований заработных плат  
[n.danina@hh.ru](mailto:n.danina@hh.ru)  
Тел: +7 495 974 64 27 доб. 1-2129

Наталья Жеребцова,  
Менеджер направления исследований заработных плат  
[n.zherebtsova@hh.ru](mailto:n.zherebtsova@hh.ru)  
Тел: +7 495 974 64 27 доб. 1-2732