

УДК 33:331

ОГЛЯД ЗАРОБІТНИХ ПЛАТ І КОМПЕНСАЦІЙ 2010

Огляд результатів дослідження, проведено компанією "Алла Коняєва і партнери"
www.ancor-sw.com

Оптимістично виглядає приріст на 8% кількості компаній, що надали інформацію для дослідження заробітних плат і компенсацій в час, коли більшість організацій чи то з розпачу, чи то з недооцінки значущості раннього розпізнання ринкових тенденцій, які формуються, вирішили за краще її взагалі не відкривати, втративши тим самим нагоду більш-менш адекватно визначити рівень власної конкурентної привабливості як роботодавця на ринку гостродефіцитних високоякісних трудових ресурсів. Завдяки бажанню бути обізнаним і готовим докласти свої працю й інтелект ентузіастів дана стаття містить відомості по 62 компаніях з 13-ти країн, включаючи Україну, офіси яких знаходяться у Києві і регіональних містах, а також дані по 22 367 співробітниках і 366 посадах.

Висловлюємо персональну подяку кожному фахівцю, за те що знайшли час на заповнення наших опитувальних таблиць, і з вдячністю називаємо ті компанії, які дозволили назвати себе в числі учасників "Огляду заробітних плат і компенсаційних пакетів 2010":

- ◆ АВК
- ◆ Аліко ЭйАйДжи Лайф
- ◆ Альфа Страхование
- ◆ Амкор Ренч Украина
- ◆ Анкор СВ
- ◆ АРИЕС
- ◆ Аріста ЛайфСайенс
- ◆ Банг и Бонсомер
- ◆ Бистерфельд Спецалхеми Украина
- ◆ Інтернешнл Пейпер Украина
- ◆ Макита Украина
- ◆ Медиа Артс Групп

- ◆ Нико-Украина
- ◆ Новая Точка Украина
- ◆ Пратт и Уитни-Патон
- ◆ Провид Групп
- ◆ Рейнарс Украина
- ◆ Роберт Бош
- ◆ Стелла Системз
- ◆ ТАС
- ◆ Текнолоджи Менеджмент Компани
- ◆ ТиссенКрупп Элевейтор
- ◆ Украинское Сырье
- ◆ Фортис. Страхование жизни. Украина
- ◆ Чиста Вода
- ◆ Чумак

Дані про сфери діяльності опитаних компаній

Ми дістали інформацію по 17-ти галузях бізнесу. Найбільші сегменти представлені компаніями з виробництва і продажу товарів щоденного вжитку (21% компаній), інтелектомістких сервісів (19% учасників) і високотехнологічної продукції (16%).

Розподілу юридичного статусу компаній, які працюють в Україні, демонструє поширеність таких форм, як товариства з обмеженою відповідальністю (ТОВ) - 41% респондентів; на другому місці - закриті (ЗАТ) і відкриті (ВАТ) акціонерні товариства, що становить 27% вибірки. У статусі ПП (підприємство зі 100%-ю іноземною інвестицією) брали участь у дослідженні 13% від загальної кількості компаній. У юридичній формі представницьких офісів працюють 6% компаній і ще 10% компаній провадять діяльність у формі спільних (6%) і дочірніх (4%) підприємств.

Форми власності компаній: приватна (63%) і акціонерна (35%)

Дані щодо дат початку бізнес-діяльності в Україні компаніями - учасниками Огляду красномовно віддзеркалює стан ділового клімату в країні і, на превеликий жаль, поки тенденція до поліпшення ситуації не виявила себе. Незначний підйом у 2008 р. давав надію на те, що це стане початком стійкого наряду до зростання. Однак 2009 р. не виправдав сподівань. До того ж до цього часу не проглядаються макроекономічні передумови, що 2010 р. стане роком прориву і розвитку вітчизняного підприємництва. Отже, краще відкласти сподівання на майбутні періоди, піклуючись про збереження бізнесу сьогодні у тих межах, які диктує невизначеність світової кон'юнктури.

У 2010 р. дані вибірки свідчать про перевагу компаній з чисельністю персоналу від 100 до 500 осіб - 52% від загальної кількості у 62 компаніях. Товариства зі штатом понад 500 співробітників становлять 16% вибірки; 32% - компанії з кількістю співробітників до 100 осіб. У київських структурах працюють 38% від усієї сукупності працівників, задіяних у веденні бізнесу в регіонах - 42%, на виробництві - 22% від загальної кількості у 22 367 працівників.

Про відкриття нових вакансій у минулому році повідомили 44% компаній. Причому кількість найнятих на раніше неіснуючі позиції становила 731 особу, або 9% від загального штатного складу локалізованих у Києві співробітників. Про скорочення складу співробітників

повідомили 62% компаній; кількість скорочених - 2836 співробітників (34% від загальної штатної кількості зосереджених у Києві працівників). 44% від загальної кількості компаній, які беруть участь у дослідженні, повідомили, що провели заміну ключових фахівців, в абсолютному вираженні цифра замінив становила 106 осіб, або 1% штатного складу.

Роботодавці, зацікавлені в розширенні штатів у 2010 р., становлять 50% учасників дослідження. Скорочення внесено до планів лише 6% компаній. Нашими респондентами заплановано загальне збільшення кількості вакансій на 8%.

Для користувачів Огляду, що ведуть бізнес по всій території України або розраховують на регіональні центри як на кадрових донорів, буде важливою інформація про наявність регіональних підрозділів у 32% компаній, які беруть участь у дослідженні. Нами зафіксовано також достатньо високий рівень привабливості компенсаційних пакетів для співробітників на місцевих ринках, що стає на заваді реалізації планів на заповнення дефіциту кадрів у столиці за рахунок їхнього перетікання з великих міст.

Регіональна експансія демонструє збереження прихильності до міст-мільйонників і обласних центрів. У регіонах локалізовано більше половини персоналу компаній, що взяли участь у дослідженні.

Стимулює освоєння віддалених територій, на нашу думку, три обставини. По-перше, зростання вартості орендованого житла в столиці потрібно закладати у фіксовані оклади стартових співробітників, що не завжди рентабельно, а то й взагалі виявляється не по кишені малому і середньому бізнесу. По-друге, паралельне наближення розмірів окладів у регіональних компаніях до пропозицій в столиці, що дозволяє утримувати людей на місцях. По-третє, дорожня нежитлового фонду столиці та міст-мільйонників, що впливає на собівартість продукції і послуг, змушує звернути

увагу підприємців на не освоєні бізнесом менш дорогі за собівартістю території. Для столичних роботодавців результатом цього напрямку стане дилема: або значно збільшувати стартові пакети, що роблять фінансово привабливим переїзд, або потурбуватися про створення як конкурентної переваги власних фондів недорогого житла. Обидва шляхи вимагають значних інвестицій, але чим раніше роботодавці почнуть втілювати реальні дії, тим менш болісними наслідками обернеться для них майбутній кадровий голод.

Адмініструється зарплата, як правило, або в гривні (61% компаній), або у конвертованій твердій валюті (36% компаній). Виплати окладів, зафіксованих у валюті, проводяться у гривні в перерахунку за курсом НБУ (18%) або за внутрішнім фіксованим курсом (11% учасників Огляду). Виплати у розрахунку за комерційним курсом проводять 10% учасників, а в готівковій твердій валюті - 5%.

Одноразовий перегляд зарплат зберігся у 35% компаній, 12% учасників двічі здійснили перегляд, а понад 52% учасників повідомили, що не переглядали зарплати у минулому році, залишивши винагороду співробітників на рівні 2008 р. Перегляд зарплати в сучасній Україні - це завжди підвищення. Медіана підвищення становила 20% для топ-менеджерів, для інших працівників - від 12% місячної фіксованої ставки для допоміжного персоналу, до 17% зарплат середньої управлінської ланки. Мінімальне підвищення становило 2%, максимальне - 28% загалом по вибірці. На 2010 р. компанії планують збільшити зарплату в середньому на 10-12%. Дві компанії повідомили, що мають намір на наступний рік знизити зарплату на 10-15%.

Плануючи дослідження, ми хотіли визначити, як суб'єктивно сприйматиметься даний рівень зростання зарплати нашими респондентами - власне людьми, які або визначають, або реалізують затверджену власниками чи топ-менеджментом зарплатну політику. "Збіль-

шення зарплати не компенсує зростання вартості життя", - з цим твердженням, включеним до опитувальних таблиць 2009 р., погодились 32% респондентів. Однак у 2010 р. на це запитання відповіли лише 19% опитаних. Ми інтерпретуємо таке зниження кількості "незадоволених" як звикання керівників до думки, що рівень доходів падає. Це стало об'єктивною реальністю, яку краще сприймати як неминучість і намагатися не надто витратити зайвих емоцій на розмірковування над цією проблемою. Майже на 40% зменшилася і кількість тих, хто пов'язував зниження зарплат з девальвацією курсу гривні. Це сталося частково тому, що компанії змінили внутрішній курс перерахунку зарплат - тепер його середнє значення становить 7 грн за 1 дол., а не 5,5 грн за 1 дол., що було середньостатистичним курсом перерахунку у 2009р.

Ми можемо констатувати, що бажання знизити витрати на утримання персоналу роботодавцями втілені. Однак економія на витратах не може генерувати постійний приріст підвищення рентабельності. Настає межа, за якою з'являється неспроможність компанії відтворити нормальну бізнес-активність. Це не виняткова українська проблема. Менеджери усього світу сфокусовані на пошуку оптимального рішення - в якому діапазоні дозволено скорочувати вартість праці. Згідно з публікаціями останніх років, у виробничих компаніях вартість робочої сили доходила до 50% від загальної вартості продукції: у фінансовому та інтелектомісткому сервісі, на держслужбі - до 70% доходу. У великих компаніях відсоток витрат на персонал зазвичай вищий, ніж у маленьких. Цифри, актуальні для 2010 р., демонструють значний потенціал зросту ФЗП. Як повідомили 35% учасників дослідження: мінімум сумарного бюджету на утримання персоналу щодо річного обороту компанії зафіксований на позначці 0,05%, середній по вибірці - 14%, максимум - 70%. Якщо ці цифри відповідають реальному стану речей, тоді частина компаній, як і

раніше, зберігає потенціал для змін на краще. Не виключена і помилка підрахунку - не всі менеджери персоналу мають можливість одержати цілком відповідні цифри. Тому ми будемо докладніше аналізувати даний показник у майбутніх Оглядах. Статті розподілу HR-бюджету не обіцяють нічого доброго провайдерам рекрутингових послуг, тренінговим компаніям - 2% бюджету від сукупного бюджету на утримання персоналу не дозволять компаніям спожити великий обсяг даних послуг.

Динаміка зміни середнього рівня зарплат у 2007-2010 рр., показуює щорічне зростання середніх значень базових ставок у нашій традиційній вибірці офісних співробітників. Якщо у 2008 р. порівняно з 2007 р. середній приріст становив 122%, а в 2009 р. у зіставленні з 2008 р. зарплати склали лише 87%, то у 2010 р. приріст відновився і в середньому по вибірці дорівнює 112%.

В основі тенденції відновлення приросту лежить спільний вплив трьох факторів: 1) прагнення зберегти ключових співробітників; 2) постійно високий рівень інфляції в країні; 3) нагальна потреба в наймі на ключові позиції в бізнесі найефективніших професіоналів шляхом переманювання їх у конкурентів.

Отже, аукціонний характер формування розміру компенсаційного пакета знову починає діяти на ринку кращих фахівців. Чим більше схилили до зміни місця роботи, тим вагомішим буде тиск "аукціонних пропозицій" на розміри фондів оплати праці. А так як готовність наймати нових співробітників у найближчому майбутньому висловили кожна друга з досліджуваних компаній, то подорожчання висококласних фахівців - ймовірна реальність завтрашнього дня.

Четвертий рік поспіль ми з'ясуємо найпопулярнішу зарплатну політику для різних категорій співробітників, про що повідомили 84% компаній. Деякі закономірності простежуються чітко. Наприклад, орієнтація на показники ефективності для вищого і середнього рівнів менеджерів і фахівців з продажу.

Найбільше у порівнянні з попередніми роками підвищилась значимість командної оплати за досягнутий результат. Складається враження, що важкі часи прискорили для топ-менеджерів і керівників відділів персоналу усвідомлення високого значення причинно-наслідкових зв'язків між політикою винагород, ефективністю індивідуальної праці і командною згуртованістю співробітників у досягненні групових цілей.

Традиційно ми даємо в наших Оглядах інформацію про найбільш поширені підстави для перегляду базових окладів. Для винесення ухвали про підвищення рівня зарплати найважливішим залишається визнання індивідуальних заслуг працівника, у тому числі і збільшення, пов'язані з переходом на іншу посаду. На друге місце за частотою потрапили власні бенчмаркінгові показники і дані встановлення зарплат незалежними експертами (шкода, що посилення інтересу слабо корелюється з підвищенням кількості бажаючих брати участь в Оглядах). На третьому місці за популярністю виявився показник збільшення прибутковості компанії. Найменш поширені - за вилугою років (компанії не мають ресурсів на винагороду довготривалої відданості?); офіційні дані про рівень інфляції (не відповідає особистому досвіду співробітників?); і результати атестації (може, рідше стали застосовувати саму атестаційну процедуру?). Ці три показники враховують 10-12% компаній - учасників нашого дослідження.

Відомості про системи розрахунку бонусів свідчать, що лідирує за частотою використання річний бонус - 45% респондентів, у 30% поширені щомісячні і щоквартальні винагороди. Аутсайдером виявився піврічний бонус - його застосовують 6% компаній. Комбінації частотності додаткових винагород: тільки річні винагороди застосовують 16% (що значно нижче за дані з Огляду 2008 р. - 32% компаній використовують лише річні премії). Комбінації річного з квартальним і річного з місячним бонусами провадять по 11% відповідно.

Лідером у номінації "підстави для бонусування" є параметр "виконання плану компанією" (вказали 47% респондентів), друге місце - "індивідуальна успішність працівника" (37%) і "виконання плану підрозділом" (25%). У 19% компаній менеджери називають такий важіль управління, як суб'єктивна оцінка (параметр "на розсуд менеджерів"). Виявляється, треба ще завоювати шанувальників "методу оцінки 360%" - поки що його застосовують 11% компаній.

Додаткові пільги змінилися і за складом, і за частотою включення до компенсаційного пакета. Найбільш поширеною залишилася допомога у разі сумних подій - 39% компаній надають її працівникам. З року в рік приблизно третина компаній пропонувала так звану 13-ту зарплату (збереглася у 29% респондентів), сплату за обіди (залишилось 11%), подарунки до значимих подій (залишилось 13%). Незвичним для українських працівників залишається збільшення свободи у виборі співробітника пільг - 5% компаній повідомили про запровадження "принципу кафетерію" у формуванні індивідуальних компенсаційних наборів. Інформація про пропозиції опціонів для топ-менеджерів зникла так само, як і участь співробітників в акціонуванні. Світовий досвід попереджає і до цього застереження не варто ставитися егоцентрично і легковажно: "Перебір зі стимулюванням співробітників багатших компаній призводить до порушення балансу на ринку праці. Крім того, компанія стає надпривабливою не тільки для кращих працівників, але й для всіх інших, тим самим закриваючи шлях для інтенсивного розвитку і змін". Тепер наші компанії переконалися у справедливості даного запобігання на власному досвіді. Цікаво, чи вдасться зберегти ці знання на наступному витку "битви за кращих"?

Політика оплати відряджень.

Як і раніше, для відряджень по Україні більшість компаній у 67% не

користуються встановленою державою нормою добових як засобом "попередження непритомлення від голоду". Однак у разі закордонних відряджень, навпаки, 52% компаній застосовують таку норму нарахування добових.

Мінімальний термін відпустки всіх категорій співробітників становить 24 календарні дні, максимальний термін у топ-менеджерів - 36 календарних днів, а у решти категорій співробітників максимум становить 30 календарних днів.

Серед пенсійних виплат, обсягах робочого тижня, умов оплати понаднормових і особливих виплат з тимчасової непрацездатності жодних новацій нами не виявлено.

Добровільного медичного страхування, входить до компенсаційного пакета 50% компаній, страхування автомобілів та інших необов'язкових видів страхування, пропонується співробітникам як додаткові пільги (страхування життя, від нещасного випадку, закордонних поїздок і т.п.).

Транспортна політика.

Адресатами політики забезпечення транспортом є 12% офісного персоналу, що на 13% нижче, ніж зафіксовано нами у докризовому 2008 р. Лідером із забезпечення автомобілями компанії або надання компенсації за використання власного транспорту названо вище керівництво - 69% від сумарної кількості вищого адміністративного складу, 32% співробітників відділу персоналу також є користувачами транспортної політики компанії. Транспортною пільгою користуються 23% персоналу адміністративного відділу, в основному це офісні й особисті водії; 22% від загальної кількості працівників видавництва - адресати транспортних політик; 18% - працівники юридичної служби; 14% - фахівці з відділу логістики. Серед спеціалістів з фінансового департаменту - це пільга, яку одержують 13% менеджерів, стільки ж і серед персоналу підрозділів продажу (13%); 10% - спеціалістів страхових сервісів; 6% - фахівців з маркетингу і реклами. Значно відстають у транс-

портному забезпеченні спеціалісти з відділів післяпродажного сервісу - 2%; інформаційних відділів - 3%; технічні фахівці - 1% загальної кількості співробітників.

Мобільний зв'язок.

Надання засобів мобільного зв'язку звузило коло адресатів - 29% офісних співробітників мають повністю або частково сплачену компанією послугу мобільного зв'язку. Серед таких компенсацій лідерство тримають вище керівництво - 66%, на другому місці за забезпеченістю мобільним зв'язком - співробітники з відділів управління персоналом (56%) і співробітники видавництва - 50%. Також адміністративний відділ - 41% співробітників має пільги по засобах зв'язку; відділ продажу - 38% від загальної кількості співробітників і працівники юридичної служби - 34%; співробітники фінансового і маркетингового підрозділів - 28%. Серед логістиків мають сплачений мобільний зв'язок 26%, за ними йдуть працівники з відділів інформаційних технологій. Серед співробітників страхових сервісів пільга поширена на 14% персоналу; серед технічних фахівців пільгу мають 9%, у відділах післяпродажного обслуговування - 4%.

Представницькі бюджети.

Цікаво виглядають дані по адресах представницьких бюджетів. 1% від персоналу компаній має виділені представницькі бюджети - це 26% від загальної кількості вищих керівників, по 4% у юристів і менеджерів з персоналу, 2% - у фінансових топ-менеджерів, 1% - у маркетингових керівників, менше 1% - у співробітників адміністративного департаменту, IT, топ-менеджерів у сфері продажу, технічного і логістичного підрозділів.

Тренінгові бюджети.

Помітні перетворення на гірше сталися в політиці навчання і розвитку персоналу. Адресатами тренінгових бюджетів є 2% від усіх

офісних працівників компаній. Найбільша кількість адресатів тренінгових бюджетів знаходиться серед вищого керівництва і фахівців відділів персоналу (по 9% від загальної кількості працівників цих підрозділів), до них наблизилась фахівці з маркетингових підрозділів (7%), працівники видавництва, фінансових і юридичних служб (по 5%). Найменші шанси поглибити знання цього року виявилися у фахівців з інформаційних технологій і логістики (3 і 2% відповідно), у технічних працівників, співробітників департаментів продажу і страхових спеціалістів (по 1%). І менше 1% серед співробітників адміністративного відділу, післяпродажного сервісу одержать можливість підвищити рівень знань і навичок.

Середня сума у 500-650 дол. на одного співробітника тренінгового бюджету на рік свідчить про те, що найближчим часом на підвищення кваліфікаційного рівня спеціалістів в Україні розраховувати не доводиться. Також не зрозуміло, хто і за рахунок яких ресурсів, на основі яких знань буде шукати вихід і долати кризу. Будемо чекати, що мудрість роботодавців візьме гору і вони визнають, що, примножуючи знання, не тільки "поглиблюють смуток", але й відкривають нові успішні перспективи своєму бізнесу.

Редактори "Огляду заробітних плат і компенсацій 2010":

- ◆ Алла Коняєва
- ◆ Олександр Матяш
- ◆ Богдана Ковтун
- ◆ Лілія Зейналієва
- ◆ Ольга Карасевич
- ◆ Ольга Ковальчук
- ◆ Тамара Бідак

"Анкор С.В.", компанія Executive Search і консалтингова компанія "Алла Коняєва і партнери".

Україна, 04071, Київ, вул.Хорива, 3А, 1-й поверх. Тел.: (044) 461-9890.
e-mail:info@ancor-sw.com;
Web-site: www.ancor-sw.com