

Зарплаты для специалистов ТНП

Отрасль производства и торговли товарами народного потребления (ТНП, FMCG) – одна из наиболее динамичных и гибких с точки зрения адаптации к изменениям на рынке труда. Но даже она с трудом перестраивается под новые условия рынка, когда уровень заработных плат, а также спрос на высококвалифицированный персонал стабильно увеличивается на 20–30% в год, вызывая волнения среди собственников бизнеса.



Елена Чубакина,
коммерческий директор, партнер,
компания «ЕвроМенеджмент-
Девелопмент», г. Москва

В ходе исследования рынка заработных плат и компенсаций в сфере ТНП за первое полугодие 2006 г., проведенного специалистами компании «ЕвроМенеджмент-Девелопмент», выяснилось, что руководители высшего и среднего звена стали тщательнее относиться к вопросу смены работы и выбору новой компании, чем в предыдущие годы.

На рынке труда в сфере производства и торговли ТНП наиболее востребованы работодателями следующие позиции:

- топ-менеджеры – директора по закупкам, логистике, маркетингу;
- руководители среднего звена – главный технолог производства, начальник отдела по работе с розницей, менеджер товарной категории;
- специалисты – менеджер по работе с ключевыми клиентами (Key Account manager), бренд-менеджер, программист 1С.

Рассмотрим каждую позицию с точки зрения предъявляемых к ней основных требований, обя-

занностей, уровней предлагаемой работодателями и запрашиваемой соискателями заработной платы, соотношения постоянной и переменной частей в общем доходе, а также компенсационного пакета.

Топ-менеджеры

Директор по закупкам

Требования работодателей: высшее образование (маркетинг, экономика), степень MBA; опыт работы в должности директора по закупкам в российской или иностранной компании, функционирующей в сфере FMCG не менее 2 лет; желателен опыт работы с поставщиками из определенного региона (страны, района); знание английского или другого европейского языка; опыт руководства коллективом с определенным числом подчиненных.

Выполняемая работа:

- участие в стратегическом планировании; составление бизнес-планов;

Общий доход		Директор		
		по закупкам	по логистике	по маркетингу
Фиксированная заработная плата (долл. США)	предлагаемая	2000–7000	2000–4000	1500–7000
	запрашиваемая	2500–8000	2000–5000	1500–8000
Соотношение постоянной и переменной частей в общем доходе за год (%)		75/25	75/25	80/20
Компенсационный пакет		Оплата услуг добровольного медицинского страхования – до 1000 долл. США в год (полностью или частично), оплата мобильной связи – до 150 долл. США в месяц, предоставление автотранспорта, обслуживание в корпоративной столовой		

- бюджетирование;
- управление ассортиментом;
- управление товарными запасами;
- участие в ценообразовании;
- управление цепочками поставок;
- ведение переговоров с ключевыми поставщиками;
- руководство подразделением (менеджерами товарных категорий, менеджерами по закупкам и др.).

Директор по логистике

Требования работодателей: высшее образование, желательно профильное (логистика) или MBA; опыт работы в должности директора по логистике, руководителя отдела логистики не менее 2 лет в компании, занимающейся производством, торговлей на рынке FMCG; знание английского языка; опыт организации международных и внутренних перевозок всеми видами транспорта, знание ВЭД; опыт участия в разработке и внедрении корпоративной ERP-системы (модули «Закупка» и «Логистика»); опыт оптимизации цепочки поставок (Supply Chain Management).

- Выполняемая работа:
- участие в стратегическом планировании; составление бизнес-планов;
 - бюджетирование;
 - координация логистических процессов;
 - управление структурными подразделениями (транспортным отделом, складской службой, отделом закупок);
 - оценка, анализ и оптимизация издержек на логистику;
 - организация и контроль работы транспортно-экспедиционной службы;
 - управление товарными запасами (анализ планов производства и отчетов по их выполнению, планирование объема запасов);
 - организация и контроль ведения товарно-транспортного документооборота;
 - организация и контроль складской деятельности (расчет затрат, координация и отслеживание поступления продукции на склады);
 - управление цепочкой поставок (Supply Chain Management).

Директор по маркетингу

Требования работодателей: высшее образование (экономика, маркетинг, управление), желательна степень MBA; знание английского языка; опыт работы директором по маркетингу или в должности с аналогичным функционалом не менее 3 лет в компании, работающей на рынке FMCG; опыт управления маркетинговым бюджетом определенного размера, руководства коллективом с конкретной численностью; успешный опыт вывода новых брендов.

Выполняемая работа:

- участие в стратегическом планировании; составление бизнес-планов;
- формирование и управление маркетинговым бюджетом;
- медиапланирование;
- руководство подразделением (бренд-менеджерами, аналитиками, менеджерами по трейд-маркетингу, по рекламе, по связям с общественностью и др.);
- организация и проведение маркетинговых исследований;
- формирование ассортиментной линейки по основным группам товаров;
- эффективное управление портфелем брендов, ребрендинг;
- организация и проведение рекламных кампаний, PR-акций.

Руководители среднего звена

Главный технолог производства

Требования работодателей: высшее техническое образование, стаж работы в качестве главного технолога от 2 лет, знание технологических

Общий доход		Менеджер по работе с ключевыми клиентами	Бренд-менеджер	Программист 1С
Фиксированная заработная плата (долл. США)	предлагаемая	1000–3000	1200–3000	1000–2500
	запрашиваемая	1000–3000	1500–3000	1000–2500
Соотношение постоянной и переменной частей в общем доходе за год (%)		60/40 – 80/20	80/20	80/20
Компенсационный пакет		Оплата услуг добровольного медицинского страхования – до 450 долл. США в год, оплата мобильной связи – до 100 долл. США в месяц (для программистов – до 50 долл. США), оплата проезда до места работы, обслуживание в корпоративной столовой		

процессов производства конкретного вида изделий.

Выполняемая работа:

- участие в планировании производства;
- разработка и контроль технологических процессов;
- совершенствование методов контроля качества продукции;
- внедрение научно-технических достижений, прогрессивных технологий;
- оптимизация технологии производства;
- взаимодействие с поставщиками сырья;
- составление заключений на пригодность пресс-форм к производству и описание возможных доработок;
- взаимодействие со службами маркетинга и продаж по вопросам вывода на рынок новых изделий.

Начальник отдела по работе с розницей

Требования работодателей: высшее образование, желательно дополнительное в области продаж; опыт работы не менее 2 лет в должности руководителя отдела по работе

с розницей в компаниях, занимающихся дистрибьюторской или производственно-торговой деятельностью в сфере FMCG с определенным годовым оборотом; успешный опыт личных продаж.

Выполняемая работа:

- бизнес-планирование, бюджетирование;
- участие в ценообразовании и формировании торговой политики;
- планирование продаж и обеспечение выполнения плана;
- руководство торговым персоналом, разработка и внедрение системы мотивации и обучения сотрудников;
- разработка программ стимулирования сбыта;
- проведение переговоров с крупными ключевыми клиентами (сетевая розница);
- контроль правильности и своевременности оформления коммерческой документации.

Менеджер товарной категории

Требования работодателей: высшее образование, минимальный опыт

работы в области закупок данной категории товара – 2 года; владение английским или иным иностранным (немецким, французским, китайским) языком; отличное знание рынка товарной категории; опытный пользователь MS Office; возможность командировок.

Выполняемая работа:

- управление закупками, а также продажами данной товарной категории;
- участие в стратегическом управлении ассортиментом, бюджетирование;
- участие в ценообразовании по данной категории товара;
- контроль оборачиваемости товара;
- создание товарной матрицы;
- поиск и выбор поставщиков, управление отношениями с ними;
- организация и контроль работы менеджеров по закупкам;
- участие в разработке мероприятий по продвижению товара.

Специалисты

Менеджер по работе с ключевыми клиентами

Требования работодателей: высшее образование; опыт работы по организации продаж в рознице не менее года, предпочтительно по направлению non-food; желательно владение английским языком; знание основ трейд-маркетинга, технологий ведения переговоров, технологии увеличения продаж в сетях, рынка сетевой розницы в Москве и регионах РФ.

Выполняемая работа:

- участие в разработке и реализации стратегии компании в сетевом сегменте розницы;

- установление и поддержание отношений долговременного сотрудничества с сетевыми клиентами целевой группы;
- контроль исполнения договорных обязательств сетевым клиентом, урегулирование спорных вопросов;
- планирование и организация специальных программ и акций по продажам;
- анализ и оценка показателей по продажам;
- регулярное посещение клиентов для решения текущих вопросов, в т.ч. связанных со сбором заказов, дебиторской задолженностью и пр.;
- подготовка рекомендаций по наполнению ассортиментной матрицы;
- обучение сотрудников компании, работающих с сетями.

Бренд-менеджер

Требования работодателей: высшее образование (экономика, маркетинг); опыт работы в крупных FMCG-компаниях в должности бренд-менеджера не менее 2 лет; глубокие теоретические знания маркетинга; знание английского языка

предпочтительно; опытный пользователь MS Office, Power Point.

Выполняемая работа:

- бюджетирование и контроль исполнения бюджета на продвижение вверенного бренда или группы брендов;
- управление брендом или группой брендов;
- разработка стратегии продвижения товара на рынок;
- организация и проведение мероприятий по продвижению брендов (рекламные кампании, выставки, презентации, PR-акции);
- взаимодействие с рекламными агентствами;
- взаимодействие с поставщиками по вопросам формирования маркетингового бюджета, планов и программ;
- проведение презентаций продуктов потенциальным покупателям и потребителям;
- организация маркетинговых исследований;
- участие в планировании и прогнозировании продаж по брендам;
- определение условий продаж;
- расчет рентабельности и прибыли.

Программист 1С

Требования работодателей: высшее образование; опыт внедрения, настройки и сопровождения баз 1С: 7.7, 1С: 8.0 не менее 2 лет в торговой или производственно-торговой компании; обязателен опыт настройки и внедрения конфигураций «1С: Бухгалтерский учет».

Выполняемая работа:

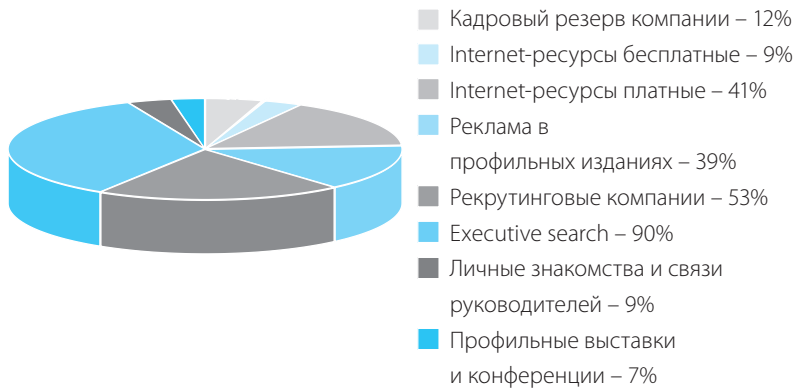
- сопровождение и доработка учетных конфигураций на базе 1С: Комплексная;
- организация обмена данных между распределенными базами;
- разработка инструкций для пользователей;
- консультирование и обучение пользователей.

Особенности поиска кандидатов в сфере ТНП

Согласно результатам регулярного опроса существующих и потенциальных клиентов компании «ЕвроМенеджмент-Девелопмент», который проводится по большинству отраслей, поиск кандидатов на описываемые позиции может занять от одного до нескольких месяцев, а в случае с топ-менеджерами рискует затянуться до 1 года. При этом собственники некоторых компаний отказываются привлекать управленцев из фирм-конкурентов, даже очень успешных, объясняя свою позицию тем, что на рынке, который они хорошо изучили (знают основных игроков), нет профессионалов нужной квалификации. Однако на диаграмме (см. рисунок) видно, что технология Executive search – переманивание специалиста – наиболее эффективна. Об-

Общий доход		Главный технолог производства	Начальник отдела по работе с розницей	Менеджер товарной категории
Фиксированная заработная плата (долл. США)	предлагаемая	1500–4000	1200–3000	1200–2500
	запрашиваемая	2000–5000	1500–3000	1400–3000
Соотношение постоянной и переменной частей в общем доходе за год (%)		75/25	80/20	75/25
Компенсационный пакет		Оплата услуг добровольного медицинского страхования – до 600 долл. США в год, оплата мобильной связи – до 100 долл. США в месяц, оплата проезда до места работы, обслуживание в корпоративной столовой		

Рисунок. Популярные способы поиска специалистов в сфере FMCG



ращение в рекрутинговые агентства также может принести плоды даже в том случае, если используется классический метод поиска: эти организации обладают обширными, наработанными годами базами данных, устойчивыми связями в различных профессиональных сообществах, а также имеют быстрый и постоянный доступ к платным интернет-ресурсам. Кстати, поиск с помощью таких web-порталов гораздо действеннее, чем через сайты со свободным доступом, т.к. первые исправно модерятся, имеют более удобную систему навигации и не засорены завуалированной рекламой, которая в большом количестве размещена на бесплатных ресурсах в виде резюме потенциальных кандидатов.

Использование кадрового резерва в данном случае, как прави-

ло, не приносит нужных результатов по двум причинам: зачастую потенциал работающих сотрудников не позволяет в короткие сроки поднять их уровень профессионализма до желаемого; либо руководитель компании считает, что на данной стадии развития ей нужна «свежая кровь» – специалист, способный привнести в организацию новые технологии и «встряхнуть» коллектив.

Тенденции рынка

Потребность в сотрудниках, о которых сказано выше, в 2007 г. не будет полностью удовлетворена, а конкуренция среди работодателей, желающих заполучить себе в команду лучшие головы, только усилится. Повышенным спросом будут пользоваться специалисты по трейд-маркетингу, по организа-

ционному строительству, финансовые и бизнес-аналитики, успешные менеджеры по продажам. Учитывая эти обстоятельства, тенденции по изменению компенсационного пакета в сфере FMCG весьма благоприятны для самих сотрудников. Зарботная плата руководителей высшего звена в 2007 г. увеличится на 20–40 %, менеджеров среднего уровня и специалистов – в среднем на 20 %. Изменится и содержание компенсационного пакета: такая его составляющая, как добровольное медицинское страхование для всех работников и их семей, появится в 70 % компаний.

Кроме того, руководителям придется вводить в состав компенсационного пакета новые предложения, например оплату абонементов в фитнес-центр и др.

Чтобы сохранить конкурентоспособность на рынке труда, организации должны будут увеличить бюджет на обучение персонала всех категорий, а также повысить долю «белой» зарплаты в общем доходе сотрудников.

В противном случае потери высококвалифицированных работников неизбежны, а убытки, которые организация может понести в связи с их уходом к конкурентам, намного превышают затраты на их удержание и стимулирование их труда. ▶◀