

«Перегрев» кадрового рынка

Елена Толмачева, менеджер по развитию «РЕСКОЛД консалтинг»

По данным Министерства экономического развития и торговли РФ (МРЭТ), «...в июне 2007 г. по большинству видов экономической деятельности наблюдались высокие темпы роста заработной платы по сравнению с соответствующим периодом прошлого года. Наиболее высокие темпы роста отмечались в оптовой и розничной торговле (131,6%), производстве машин и оборудования (131,6%)...».

«В 2007 году ухудшилось соотношение темпов прироста реальной заработной платы и производительности труда в промышленности. Если в январе и июне 2006 г. они составляли 10,2% и 7,1% соответственно, то в январе и июне 2007 г. – 15% и 7,2 процента».

Какие выводы можно сделать из этих данных? К сожалению – неутешительные.

На фоне значительного роста реальной заработной платы производительность труда практически не повысилась.

Это – один из показателей, свидетельствующих о «перегреве» рынка труда – гонка зарплат, которая приводит к дефициту кадров.

Какая же ситуация сегодня на рынке труда в холодильной отрасли? Очень и очень непростая. В полной мере и здесь наблюдается «перегрев» рынка. В чем это проявляется?

Во-первых, однозначно ощущается нехватка специалистов.

Количество открытых вакансий в компаниях холодильной отрасли постоянно превышает количество кандидатов – специалистов отрасли, рассматривающих предложения. Это приводит к тому, что у кандидатов одновременно есть предложения нескольких работодателей, часто более трех, что дает им возможность проведения «тендера работодателей» с определенной степенью давления на последних.

Многие специалисты используют эту ситуацию для поиска все новых и новых, более конкурентных предложений, с точки зрения как материальной мотивации, так и не материальной.

Во-вторых, компетенция специалистов, их опыт и навыки часто отстают от роста заработной платы. При этом пожелания некоторых специалистов по уровню компенсации превышают их реальную «цену», не соответствующую их реальному опыту и навыкам. Работодатель при этом вынужден соглашаться с правилами игры и нанимать этих специалистов на более высоких условиях.

В-третьих, все труднее и труднее «удерживать» высококвалифицированных специалистов. Даже не ищущие новую работу специалисты получают предложения по смене работы, и работодатель вынужден постоянно поддерживать на конкурентном уровне степень мотивации «ключевых» специалистов.

Сегодня многие холодильные компании уже с трудом выдерживают эту гонку зарплат.

Как привлечь специалистов и как их удержать – один из главных вопросов, которые всегда стоят перед работодателем, и особенно сейчас, в период «перегрева» рынка.

Компании с известным брендом, чаще всего международные, получающие большую часть крупных, референтивных заказов – проектов в холодильном бизнесе и имеющие благодаря этим заказам, а так же внутри корпоративному финансированию, достаточно оборотных средств, ощущают на себе проблемы перегрева рынка меньше. Благодаря привлекательности бренда, своей глобальности и отработанным десятилетиями системами нематериальной мотивации персонала – добровольное медицинское стра-



хование, мобильная связь, обеспечение питания, оплата транспортных расходов и т.д., они могут поддерживать уровень заработной платы персонала даже ниже среднего по региону и по отрасли. Но, тем не менее, искать персонал для этих компаний становится сложнее и сложнее, несмотря на то, что многие специалисты заинтересованы в работе для известного бренда и хотят быть причастными к крупным, очень современным проектам, реализуемым этими компаниями, перегрев рынка диктует все более высокий уровень зарплат, а изменение политики крупных международных компаний – дело не быстрое. Поэтому все больше и больше отказов кандидатов от предложений работы в компаниях такого типа.

Помогает то, что крупные компании имеют достаточно большой штат включающий не одного и не двух специалистов одинаковых позиций и могут позволить себе тратить больше времени на поиск еще одного специалиста без ущерба для своей основной деятельности. Есть сложность в поиске и подборе специалистов действительно высокого уровня, полностью соответствующих задачам и целям компании, но это уже другой вопрос.



Компании с не самыми известными брендами, но имеющими достаточно полный портфель заказов и, как следствие, достаточно средств для расширения, могут позволить себе специалистов высокого уровня, но вынуждены платить им столько, сколько диктует рынок. И поддерживать уровень заработной платы своих специалистов на уровне, исключающем более конкурентные предложения.

Что следует делать большинству компаний, имеющих сбалансированный бюджет, который не предусматривает резкое увеличение расходов, связанных с увеличением заработной платы специалистов?

Найти оптимальное решение не просто. Решение **индивидуально** для каждой компании, по каждой позиции. Вот лишь несколько примеров из множества....

Решение может быть найдено в **структурных изменениях** внутри компании. Например, в компании работают два средних по опытности проектировщика со средним окладом, которые не успевают выполнять полный объем необходимых компании проектных работ. Работодатель приступает к поискам третьего, на тех же условиях, но сегодня не просто найти проектировщика холода на средний оклад. В конце концов, специалист найден, и он готов работать за предложенные деньги. Общий фонд оплаты труда трех этих «средних» проектировщиков составляет определенную сумму, и уровень рассматриваемой зарплаты допускает получение любым из этих специалистов конкурентного предложения и, в связи с этим, его ухода. Что при этом имеет компания: трех «средних» проектировщиков и риск их ухода на лучшие условия к конкурентам.

Но, вместо трех проектировщиков среднего уровня, можно привлечь двух, но гораздо более опытных. Таких, которые вдвоем могут делать необходимую работу лучше и в большем объеме. Но более опытные проектировщики – и дороже. Предлагая им оплату, превышающую средний уровень заработной платы проектировщика

сегодня, ввиду конкурентоспособности предложения, работодатель может выбирать лучших. При этом фонд заработной платы остается без изменений и два лучших проектировщика получают как три «средних». В результате найденного решения работодатель, не меняя своих затрат по оплате труда, привлеч специалистов и более высокого уровня, и более лояльных компании, с точки зрения материальной мотивации.

Но материальная мотивация не панацея «от всех бед», и работодатель должен очень внимательно относиться к построению собственной системы нематериальной мотивации.

Возможным решением может быть **сознательное понижение уровня компетенции** привлекаемого специалиста. К примеру, компании нужен проектировщик холода, и в ней уже есть проектировщики систем автоматики, электрики, теплоизоляционного контура, есть секретарь со свободным знанием английского языка. Но компания ищет универсального проектировщика со свободным английским. Зачем? Такой человек «будет стоить» максимально. Английский ему понадобится не более двух раз в год для чтения какой-то брошюры. Пусть секретарь, которому уже платят, переводит для него. Проектировщик без английского «стоит» уже меньше. Пусть автоматику, электрику и теплоизоляцию проектируют уже имеющиеся проектировщики. Им уже тоже платят.

Итак, следует искать опытного проектировщика холода, но без знания английского, не имеющего опыта проектирования систем автоматики, электрики и теплоизоляции. Оплата такого проектировщика еще меньше и, скорее всего, вполне доступна для работодателя. И найти такого специалиста реально. Экономия налицо.

Одним из наиболее привлекательных для специалистов факторов является **возможность карьерного роста**. Это также можно использовать при найме новых сотрудников. Например: на должность начальни-

Справка.

Кадровое агентство «РЕСКОЛД консалтинг» работает на рынке Москвы в области рекрутинга – поиска и подбора персонала с 2004 года.

С первого дня своего существования «РЕСКОЛД» специализировался в подборе специалистов для компаний в области холодильного бизнеса. Само название компании «РЕСКОЛД», в своем английском написании RESCOLD, произошло от специализации агентства: RES (researching) – тщательный поиск, исследования; COLD – холод.

Второе слово названия агентства – «консалтинг» (consulting) – выражает основную идею технологии работы «РЕСКОЛД», построенной на сочетании знания бизнеса как Заказчиков, так и специалистов в этой области. Главная часть работы агентства – это консультирование заказчиков и кандидатов по всем вопросам, связанным с актуальным положением дел на рынке труда в холодильном бизнесе, выработка рекомендаций по оптимальному сочетанию компетенции специалистов и их мотивации.

Сейчас область специализации компании расширилась. Специализация в холодильном бизнесе по-прежнему, остается преобладающим направлением, но все больше и больше компаний из смежных областей бизнеса стали партнерами «РЕСКОЛД консалтинг»: в области кондиционирования и вентиляции, автоматизации процессов, технологического оборудования, систем бесперебойного питания и систем автоматизации зданий.

Практически все области деятельности, где используются инженерные системы и сложное оборудование, где механик должен иметь высшее образование и быть Специалистом с большой буквы – сегодня рынок агентства.

В 2006 году «РЕСКОЛД» вступил в члены Ассоциации консультантов по подбору персонала (www.apsc.ru) – самого крупного и авторитетного профессионального объединения рекрутеров в России, СНГ и на территории Восточной Европы. Членство в Ассоциации устанавливает стандарты работы «РЕСКОЛД», определенные «Профессионально-этическим кодексом консультантов по подбору персонала» и «Кодексом взаимоотношений основных участников кадрового рынка».

С июля 2007 года география деятельности «РЕСКОЛД консалтинг» расширилась. Теперь оказываются услуги рекрутинга для работодателей и специалистов в Санкт-Петербурге.





ка участка лучше привлечь не специалиста с опытом работы в качестве начальника участка, а опытного

монтажника, получившего заочное или вечернее высшее образование и имеющего опыт работы с людьми.

Если начальник участка уже достиг высокого уровня компенсаций и готов рассматривать новое предложение, он претендует на условия лучшие, чем имел раньше. Специалист, для которого новое предложение есть карьерный шаг, как правило, имеет более скромные пожелания.

Всегда можно находить оптимальные решения. Но не профессионалам сделать это непросто, а может быть, и невозможно.

Москва

129226, ул. Сельскохозяйственная,
д. 15/1,
гостиница «БАЙКАЛ»,
офис 219-221,
тел.: +7(495) 982-5930
(многоканальный)
e-mail: info@rescold.ru

Санкт-Петербург

194100, ул. Новолитовская,
д. 15, литер А,
бизнес центр «АКВИЛОН»,
офис 330,
тел.: +7(812) 493 3982
e-mail: spb@rescold.ru
www.rescold.ru

