

Ситуация на рынке труда, и почему стало сложнее набирать мерчандайзеров?

retail.ru/articles/situatsiya-na-rynke-truda-i-pochemu-stalo-slozhnee-nabirat-merchandayzerov-

12 января 2023 г.

Пандемийные 2020 и 2021 годы кардинально изменили ситуацию с подбором персонала в большинстве областей, но 2022 год обрушился на российский рынок труда совершенно новыми вызовами. Что происходило с подбором массового персонала в индустрии торгового маркетинга, на что сегодня стоит обратить внимание компаниям при наборе специалистов, каковы средние зарплаты и как меняется соискатель – эти темы эксперты hh.ru, Open Group и Ассоциации торгового маркетинга обсудили на вебинаре. В этой статье предлагаем основные аналитические выкладки и тезисы участников.

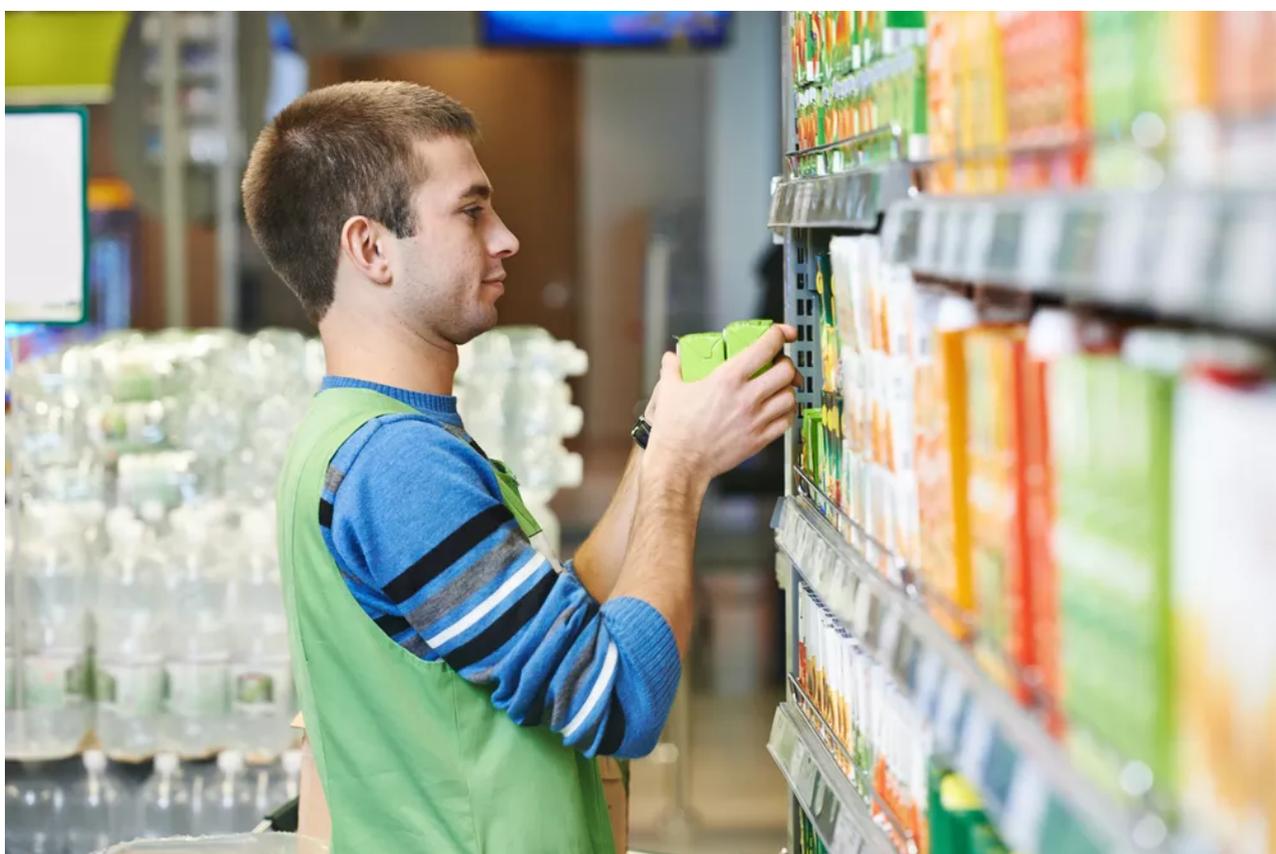


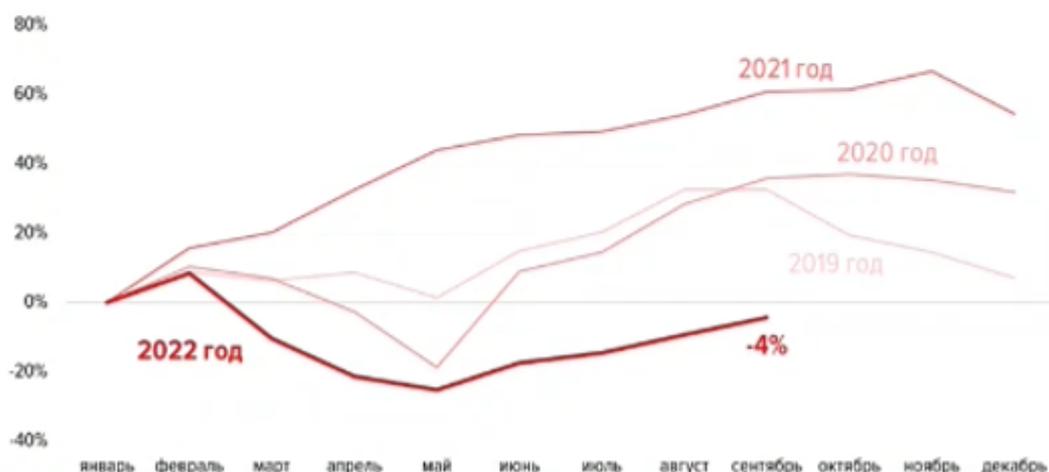
Фото: Dmitry Kalinovsky/shutterstock

Ирина Соцкая, ведущий консультант, отдел клиентской эффективности hh.ru, обратила внимание участников вебинара на то, что в начале 2022 года рынок показывал положительную динамику, но с конца февраля началось снижение рынка и уменьшение количества открытых вакансий. По итогам трех кварталов он частично успел восстановиться, но все равно количество активных вакансий снизилось на 4% по сравнению с январем 2022 года.

Динамика вакансий: к началу года

Россия, январь = 0%

Вакансии, которые были активны хотя бы 1 день в течение последних 30 дней



Информация hh.ru также коррелирует с данными Росстата о потребности предприятий в работниках:

* Потребность работодателей в работниках, заявленная в органы службы занятости населения

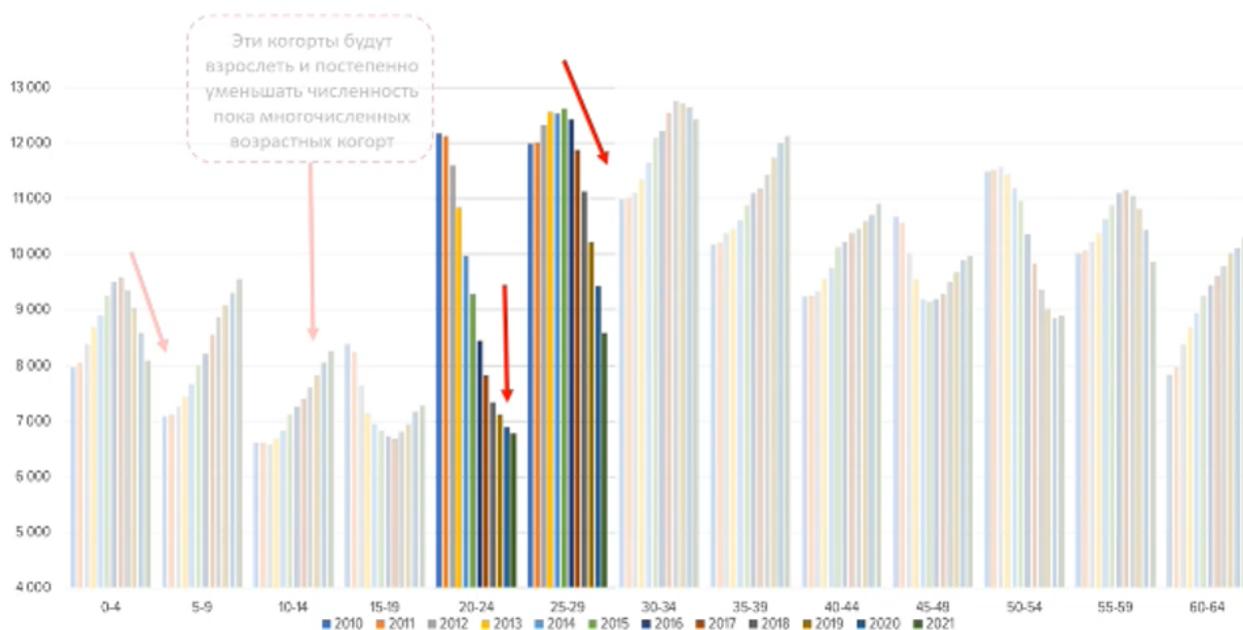


* Потребность работодателей в работниках, заявленная в органы службы занятости населения, тыс. человек, по данным Росстата, 2022 год (по июль 2022 года).

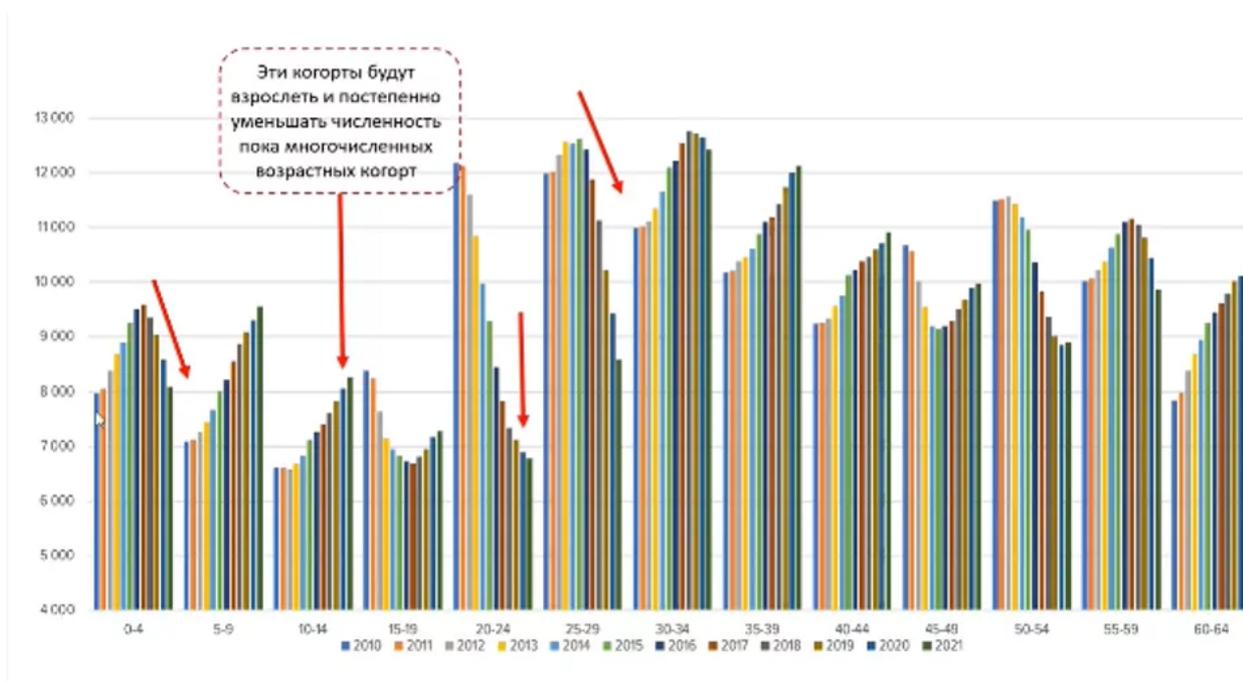
Демографическая ситуация

Помимо внешнеполитических и экономических факторов, влияющих на рынок труда, важнейшее значение имеет демографическая ситуация.

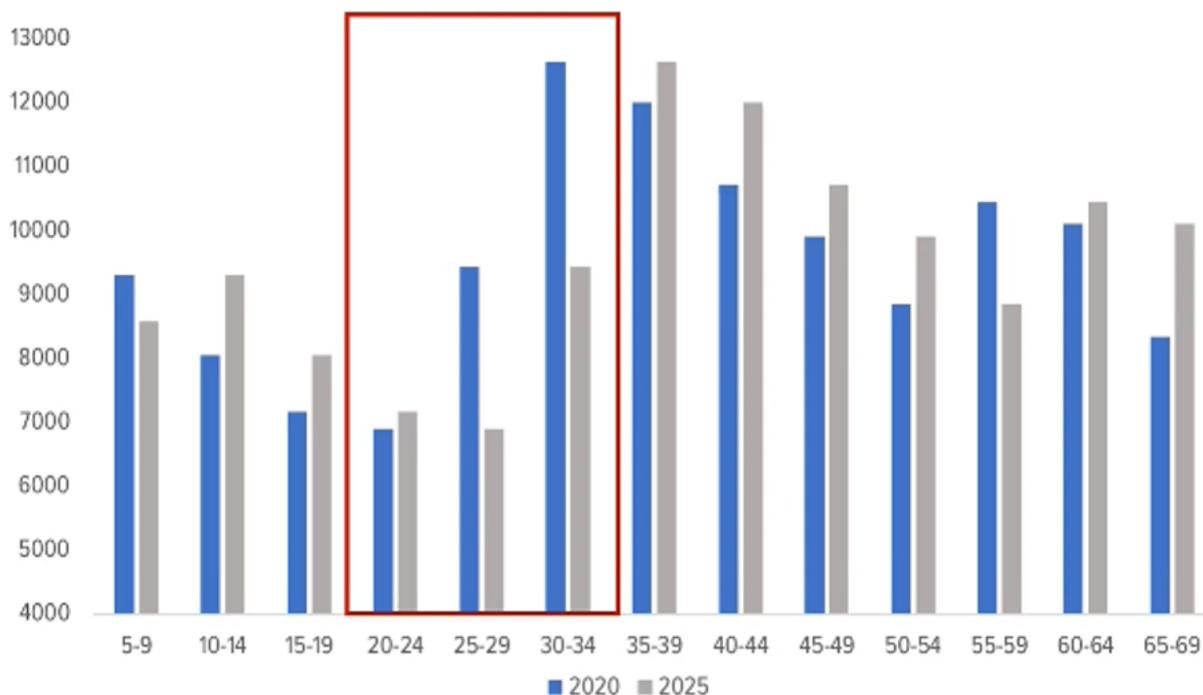
По данным Росстата, самые актуальные возрастные когорты, востребованные работодателями (20–24 и 25–29 лет), сократились за 11 лет практически вдвое. А более возрастные когорты начинают плавно прирастать. И средний возраст работников в компаниях также увеличивается.



Кроме того, когорта детей-подростков (10–14 и 15–19 лет), которая через несколько лет будет выходить на рынок труда, будет взрослеть и плавно уменьшать более старшие когорты, которые сейчас выглядят многочисленными. Если же посмотреть на самую младшую когорту, которая выйдет на рынок труда через 14–18 лет, то видно, что количество детей в возрасте от 0 до 4 лет, начиная с 2018 года, постепенно снижается, и через какое-то время это приведет к повторной демографической яме.



Как же будет выглядеть демографическая структура населения в 2025 году, если сохранятся текущие тенденции?



Аналитики hh.ru прогнозируют, что численность людей возраста 25–29 лет, а также 30–33 лет значительно упадет, а более возрастная категория 35+ прирастет. Этот тренд постепенно будет менять ориентацию работодателей на молодых кандидатов в пользу более возрастной аудитории, которая фактически ничем не уступает в профессиональном плане, но проигрывает благодаря существующим устаревшим стереотипам о том, что люди после 40 хуже обучаются, недостаточно владеют информационными технологиями и менее активны. Такой подход не учитывает тенденций последних десятилетий, когда люди зрелого возраста продолжают вести активный образ жизни, больше следят за своим здоровьем, развитием технологий и заинтересованы в своем карьерном росте, чем их же ровесники в XX веке. И в то же время поведение «пенсионера» может быть характерно и для молодого человека, поэтому делать ставку при подборе на кандидатов определенного возраста – не самая удачная стратегия.

2022: как соотносится активность кандидатов и работодателей?

Динамика вакансий и резюме с января 2019 года показывает, что, начиная с первых ограничительных мер, связанных с пандемией, количество вакансий снижалось, но уже с осени 2020 года активность работодателей начала расти, но количество резюме при этом стало сокращаться. В первую очередь активность соискателей заметно сократилась в тех областях, где требуется работа с людьми. Соискатели стали предпочитать удаленные форматы работы. После начала СВО количество вакансий также упало, однако все равно осталось на довольно высоком уровне. Но при этом и паники среди соискателей также не случилось. Люди не выстраиваются в очереди за публикуемыми вакансиями. К сентябрю соотношение числа активных

резюме с числом активных вакансий (hh.индекс) по рынку в целом достигло 4,9, притом что благоприятным для работодателя является уровень от 5 до 7 пунктов, когда на одну размещенную вакансию есть от 5 соискателей.

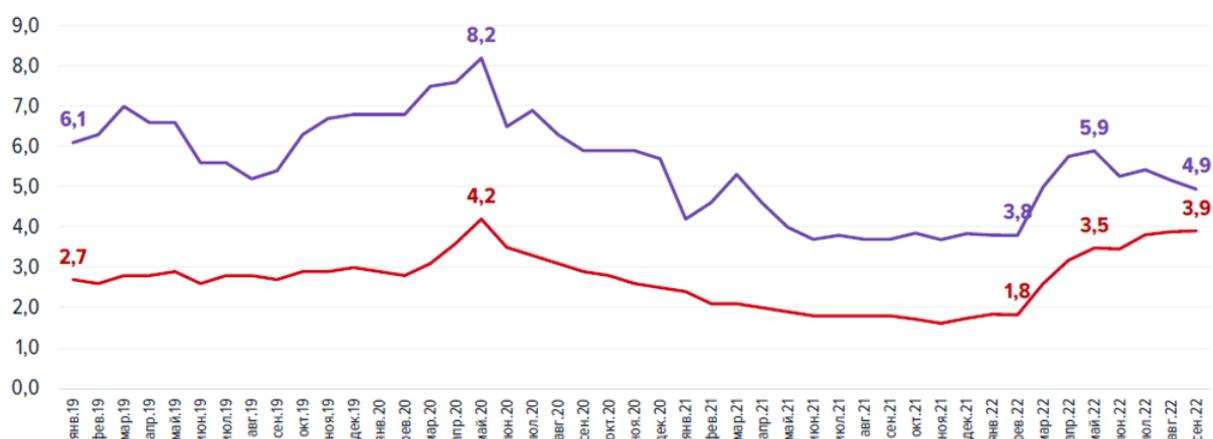
А если углубиться в динамику активности работодателей в сфере продаж (мерчандайзеры, продавцы и т.д.), то с начала СВО в ней также наметился сильный спад, однако количество публикуемых вакансий стабилизировалось к маю 2022 года. При этом уровень конкуренции в целом по России в данной категории вакансий составляет всего 3,9.

hh.индекс — соотношение активных резюме к активным вакансиям (количество резюме на одну вакансию)



Динамика уровня конкуренции в сфере продаж и на рынке в целом

Россия в целом

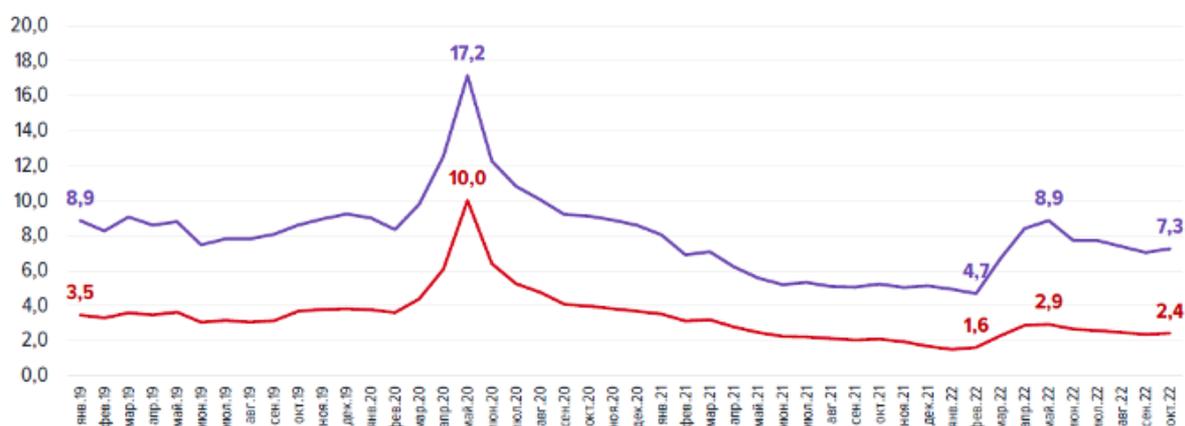


А если посмотреть отдельно на Москву, то конкуренция в торговле составляет уже 2,4 (на 1 вакансию приходится всего 2,4 резюме), хотя по рынку в целом в столице hh.индекс составляет 7,3.

И это при том, что стоимость найма новых сотрудников в последние годы значительно возросла и компании, даже в условиях неопределенности, активно не расстаются со своими сотрудниками, предпочитая удерживать текущих людей, нежели нанимать новых.

Динамика уровня конкуренции в сфере продаж и на рынке в целом

Москва



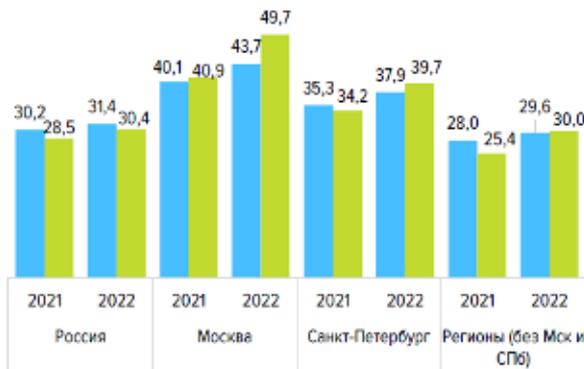
Зарплатные предложения и ожидания мерчандайзеров и продавцов

Эти две роли рассматриваются вместе, потому что для многих соискателей они являются потенциально заменяемыми. Получается, что вакансии продавца и мерчандайзера конкурируют между собой. И одним из ключевых факторов, влияющих на принятие решения кандидатом, является уровень заработной платы.

Несмотря на то что зарплатные ожидания (указаны до вычета налогов) продавца и мерчандайзера в 2022 году практически выровнялись, аналитика hh.ru показывает, что зарплатные предложения работодателей на позиции мерчандайзера в среднем по России составляют 31,4 тыс. рублей, в то время как для продавца это 35,3 тыс. рублей. Эта разница создает определенные предпосылки для того, что соискателю будет интереснее вакансия продавца, нежели мерчандайзера.

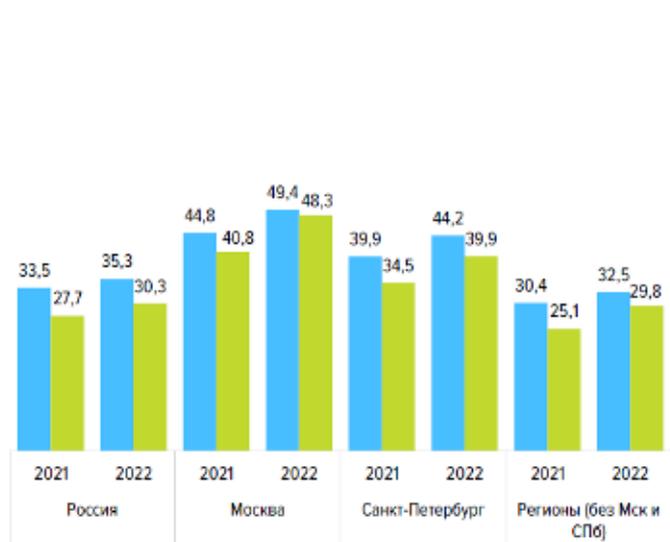
МЕРЧЕНДАЙЗЕР: зарплатные предложения и ожидания

Медианные значения, тыс. руб.



ПРОДАВЕЦ: зарплатные предложения и ожидания

Медианные значения, тыс. руб.



Если посмотреть на данные по Москве, то здесь предложение для продавцов составляет уже 49,4 тыс. рублей, а для мерчендайзеров всего 43,7 тыс. рублей.

Интересная картина вырисовывается и по городу Краснодару, где уровень зарплатных предложений сильно зависит от сезона: начиная с июня заработные платы мерчендайзеров поднимаются 11–13%.

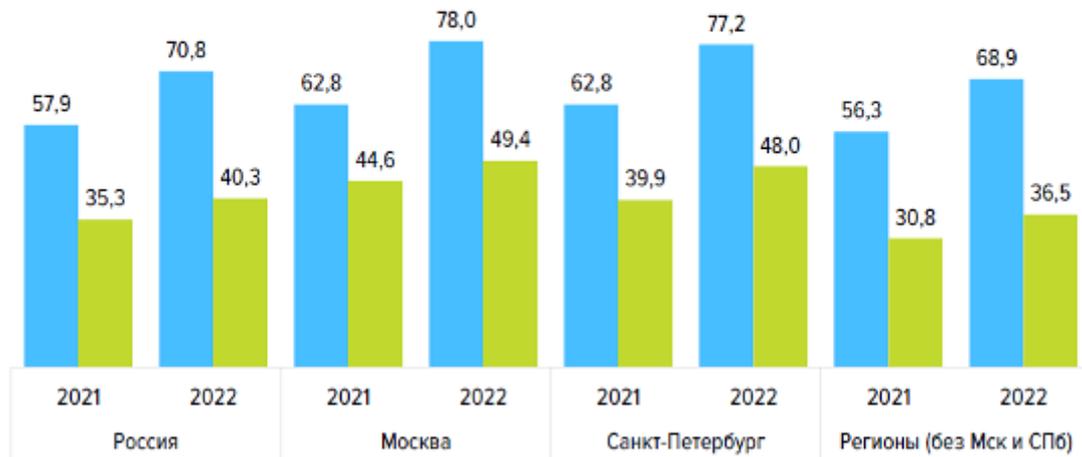
МЕРЧЕНДАЙЗЕР: зарплатные предложения_Краснодар (по месяцам)



Другие конкурентные роли, помимо продавца, – это курьеры, грузчики, кладовщики, уборщики. Динамика зарплатных предложений и ожиданий по данным профессиям также очень показательна:

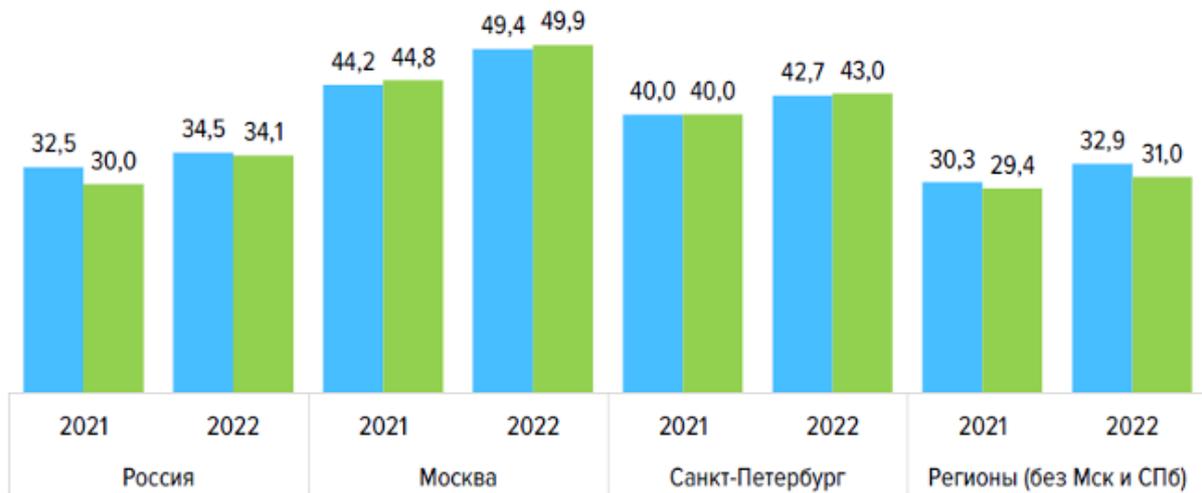
КУРЬЕР: зарплатные предложения и ожидания

Медианные значения, тыс. руб.



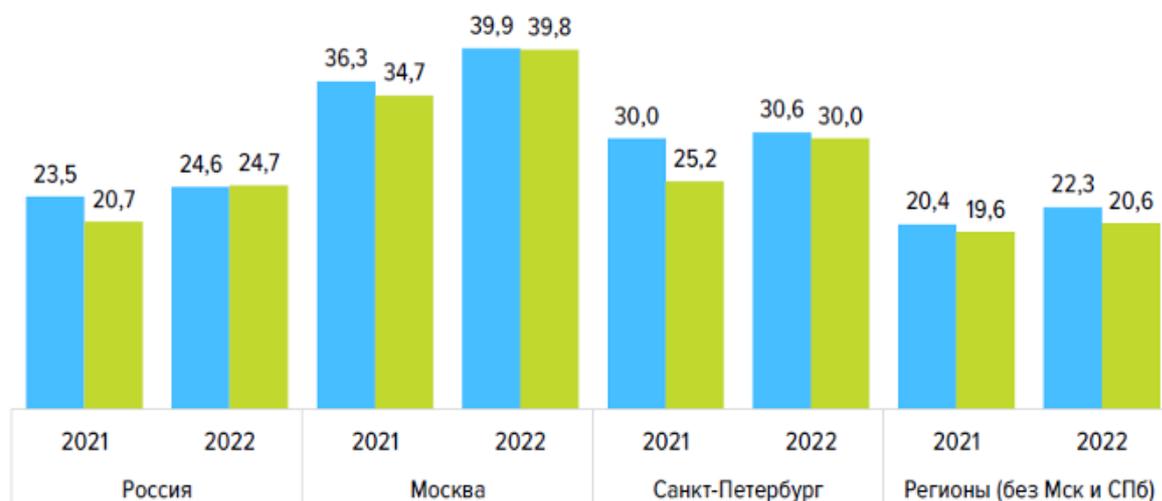
ГРУЗЧИК: зарплатные предложения и ожидания

Медианные значения, тыс. руб.



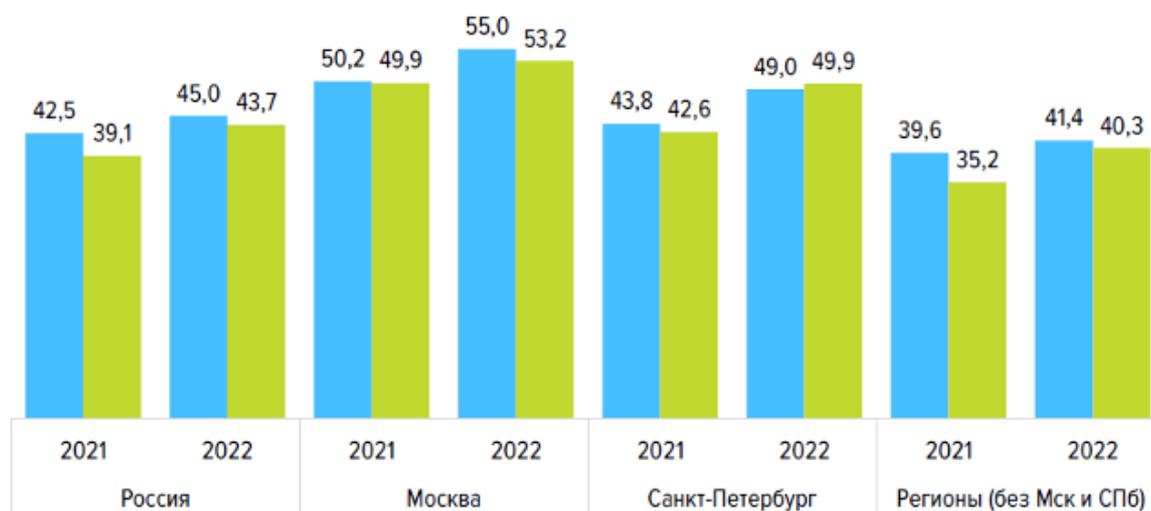
УБОРЩИК: зарплатные предложения и ожидания

Медианные значения, тыс. руб.



КЛАДОВЩИК: зарплатные предложения и ожидания

Медианные значения, тыс. руб.



Стоит обратить внимание, что зарплатные предложения для курьеров намного превышают зарплатные ожидания соискателей на позиции курьера и, соответственно, ожидания потенциальных мерчендайзеров. Поэтому курьер – это еще одна конкурентная роль на рынке полевого персонала.

HR-реальность в контексте последних лет

Ирина Соцкая отмечает, что пандемия коронавируса, локдауны, самоизоляция сильно изменили отношение людей к работе, к своим жизненным целям, ценностям и т.д. Очень большое число работодателей столкнулось с невозможностью вернуть всех работников в офисы после длительного пребывания на удаленной работе.

Результаты глобального исследования VCG, The Network и hh.ru показали, что 89% респондентов хотели бы остаться работать из дома или хотя бы совмещать. Для России этот показатель составил 69%.

В 2021 году достаточно быстро восстановился рынок труда и наблюдался колоссальный дисбаланс спроса и предложения и дефицит человеческих ресурсов. В 2022 году на старте также был активный рост количества вакансий и началось восстановление активности соискателей на рынке, но с конца февраля число активных вакансий резко снизилось, и в сентябре, когда была объявлена частичная мобилизация, по разным оценкам, порядка 300 тыс. человек были мобилизованы, часть трудоспособного населения покинула Российскую Федерацию, и ситуация с наймом снова обострилась.

Прогнозы

Наблюдая и анализируя историю последних трех лет, hh.ru прогнозирует следующие возможные негативные и позитивные эффекты, при условии, что не будет дополнительной эскалации внешнего фона.

1. Рынок

Возможный негативный эффект

- Продолжение турбулентного периода. Еще более сократился горизонт планирования. Это не дает возможности строить долгосрочные планы, инвестиции, а именно долгосрочные вложения способствуют развитию экономики.
- Снижение темпов ВВП, внутреннего спроса.
- Мобилизованные могут выпасть из экономики на достаточно длительное время.
- Недостаточное количество человеческих ресурсов на замену мобилизованным.

Возможный позитивный эффект

- В краткосрочной перспективе рынок труда может стать более возрастным – кандидаты 50+ будут более востребованы.

- Рынок может начать рассматривать женщин на позиции, которые ранее были «мужскими».
- Если смотреть на отрасли, розничная торговля – ключевой участник рынка труда в плане массового найма – продолжит подбор в текущих условиях.

2. Люди

Возможный негативный эффект

- Люди еще не отошли от постковидного синдрома, а новый стресс – дополнительное снижение эффективности и производительности труда.
- Разница мнений – конфликты в коллективе, снижение производительности.
- Уехавшие смогут какое-то время сохранять свои связи с Россией, продолжая работать удаленно, но, возможно, часть из них примет решение работать в стране проживания.
- Озвученный потенциал частичной мобилизации 300 тыс. человек – это люди до 40 лет – самые высокопродуктивные и работоспособные возрастные категории, которые находятся в дефиците в течение последних двух лет.

Возможный позитивный эффект

- Снижение текучести (люди будут держаться за работу и осознание того, что работа – ценность).
- Возможно быстрое восстановление количества активных вакансий.

3. Подбор

Возможный негативный эффект

- Высокая турбулентность в подборе.
- В течение ближайших месяцев может сохраняться снижение числа открытых вакансий по причине полной перестройки работы HR-отделов в новых условиях частичной мобилизации.
- Нехватка нужного персонала на открытые роли/замещение.

Возможный позитивный эффект

- HR-функция вновь нуждается в трансформации, в которой подбор новых людей далеко не первоочередная задача.
- Компании уже начали прорабатывать варианты бронирования для своих IT-специалистов – это становится дополнительным бонусом в копилку привлекательности таких вакансий.

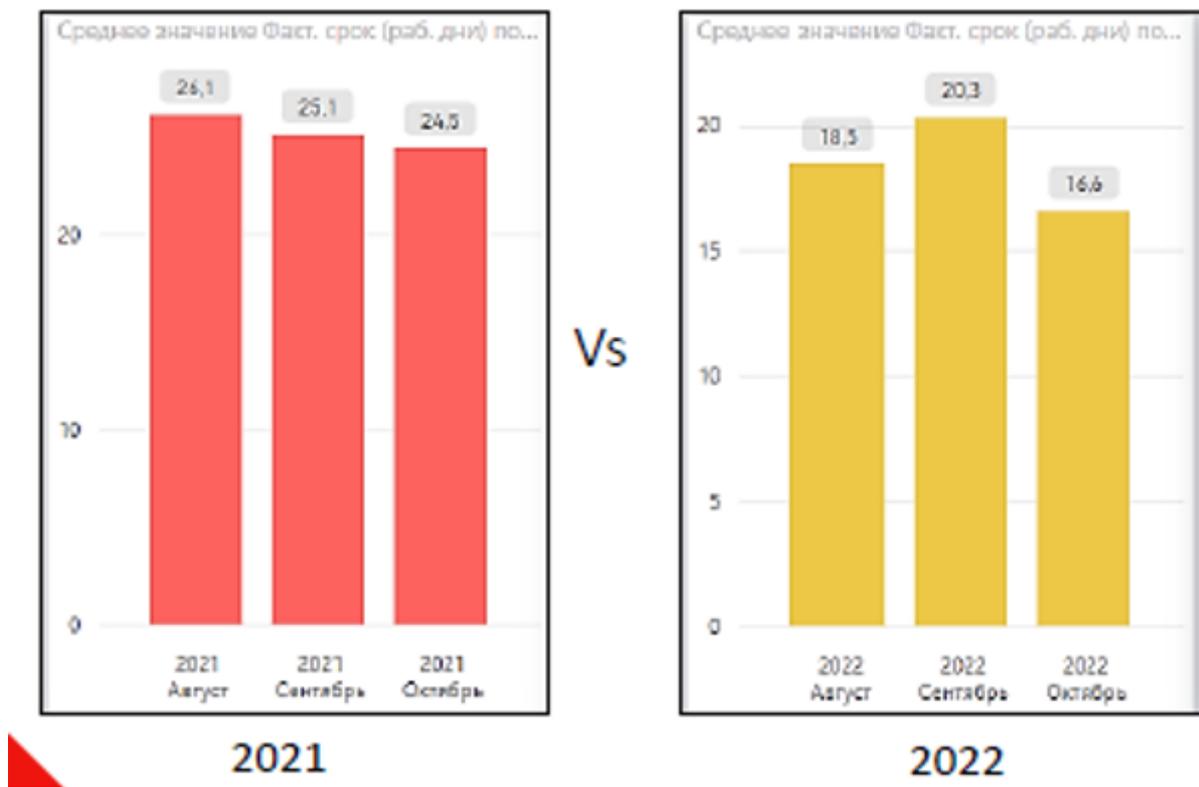
- Выяснение компаниями возможности бронировать сотрудников.
- Компании начинают и/или продолжают организацию встреч с экспертами: финансистами, психологами и т.д., чтобы поддержать своих сотрудников.

Тенденции в подборе мерчандайзеров в Open Group

Юлия Звездкина, руководитель направления массового подбора Open Group, отметила, что все тренды, озвученные экспертом hh.ru, наблюдают и рекрутеры Open Group.

Воронка подбора в Open Group в августе 2021 года была в два раза больше воронки 2022 года. Однако результат августа текущего года по закрытым вакансиям критически не отличается, так как конверсия подбора в текущем году увеличилась в два раза. Именно по ней рекрутеры компании измеряют свою эффективность.

«Рынок труда, его емкость также влияют на скорость закрытия вакансий. Это тоже одна из метрик, которая показывает наши трудозатраты и то, насколько мы быстро справляемся с задачей или нам что-то мешает. По сравнению с августом – сентябрем 2021 года наши показатели улучшаются, – отметила Юлия. – Это обусловлено тем, что в сравнении с аналогичным периодом прошлого года в августе – сентябре 2022-го емкость рынка стала больше и снизилась конкуренция за соискателей (в 2021 году hh.индекс был в два раза ниже). А летом 2021 года работодатели жестко конкурировали за соискателя, наблюдался настоящий взрыв предложений после пандемийной спячки».



Интересно также понимать причины, из-за которых кандидаты отказываются от предложения. Сравнивая осень 2021 и 2022 годов, можно наблюдать, что причины отказов одинаковые (не ищет работу, не подходит маршрут или график работы), но в сентябре на фоне мобилизации общее количество отказов кандидатов повысилось, наряду с тем, что и воронка стала меньше.

Если посмотреть на половозрастную структуру мерчандайзеров в штате компании, то за август – октябрь у нас также снизилось количество сотрудников мужского пола возраста 26–35 (на 3%), при этом был прирост в более взрослых возрастных когортах.

Что касается принятых сотрудников, то в сентябре мужчин-новичков по сравнению с августом стало меньше на 6%, а в октябре на 12%. В сравнении с аналогичным периодом 2021 года изменение составило в целом 10%.

Ситуация сентября не сильно отразилась на показателях закрытия вакансий в компании, но доля мужчин стала заметно ниже.

Аналитика подбора по агентствам – участникам Ассоциации торгового маркетинга

Ассоциация торгового маркетинга (АТМ) уже второй квартал подряд проводит исследование, которое позволяет оценить, как меняется ситуация с подбором мерчандайзеров в двух разрезах (эксклюзивный и совмещенный). В исследовании принимают участие компании: Action, Ancor, Leader Team, Max Group, Open Group, Ventra.

Андрей Рыжков, исполнительный директор АТМ, сообщил участникам мероприятия, что в III квартале 2022 года потребность в мерчандайзерах снизилась на 37% по сравнению со II кварталом. Одной из основных причин снижения он обозначил традиционное сезонное повышение потребности в персонале во втором квартале.

А воронка подбора в III квартале была шире и нагрузка на рекрутеров тоже. Чтобы закрыть меньшее количество вакансий, требовалось больше ресурсов.

Расширение воронки подбора также обусловлено сезонной конкуренцией за кадры, но также и увеличением числа нерелевантных кандидатов и желающих найти подработку вместо работы на полной занятости.

По данным исследования, чтобы закрыть одну вакансию, во II квартале требовалось оценить в 2–3 раза больше резюме, провести в 2 раза больше интервью и 1,5 раза больше людей отправить на стажировку.

Квартал	Москва		Московская область		Санкт-Петербург		СЗФО		ЮФО		УРФО		ПФО		СФО		ДФФО	
	Q2	Q3	Q2	Q3	Q2	Q3	Q2	Q3	Q2	Q3	Q2	Q3	Q2	Q3	Q2	Q3	Q2	Q3
Всего рассмотрено резюме за квартал	10,9	30,6	10,4	31,6	9,8	24,9	8,5	25,9	8,0	20,6	9,2	18,8	9,2	21,8	6,7	16,6	5,4	24,6
Кол-во состоявшихся телефонных интервью	5,8	15,5	6,5	16,3	5,3	9,9	4,2	9,9	4,6	10,5	5,1	9,8	5,5	11,9	3,8	9,4	3,5	9,8
Кол-во резюме, направленных контактному лицу	2,6	4,4	2,5	5,2	2,4	3,7	2,1	3,7	2,4	3,7	2,2	3,6	2,2	4,3	1,6	3,3	1,5	4,3
Направлено на стажировку	1,5	1,7	1,3	2,1	1,4	1,8	1,3	1,9	1,4	1,6	1,2	1,8	1,0	1,8	0,8	1,6	0,6	1,5
Сделано предложений о работе	1,0	0,7	0,8	0,8	0,8	0,9	0,8	0,9	0,9	0,8	0,7	0,9	0,6	0,7	0,4	0,8	0,3	0,9
Вышли фактически на работу	0,9	0,6	0,8	0,8	0,8	0,8	0,7	0,8	0,9	0,7	0,7	0,7	0,6	0,7	0,3	0,7	0,3	0,7

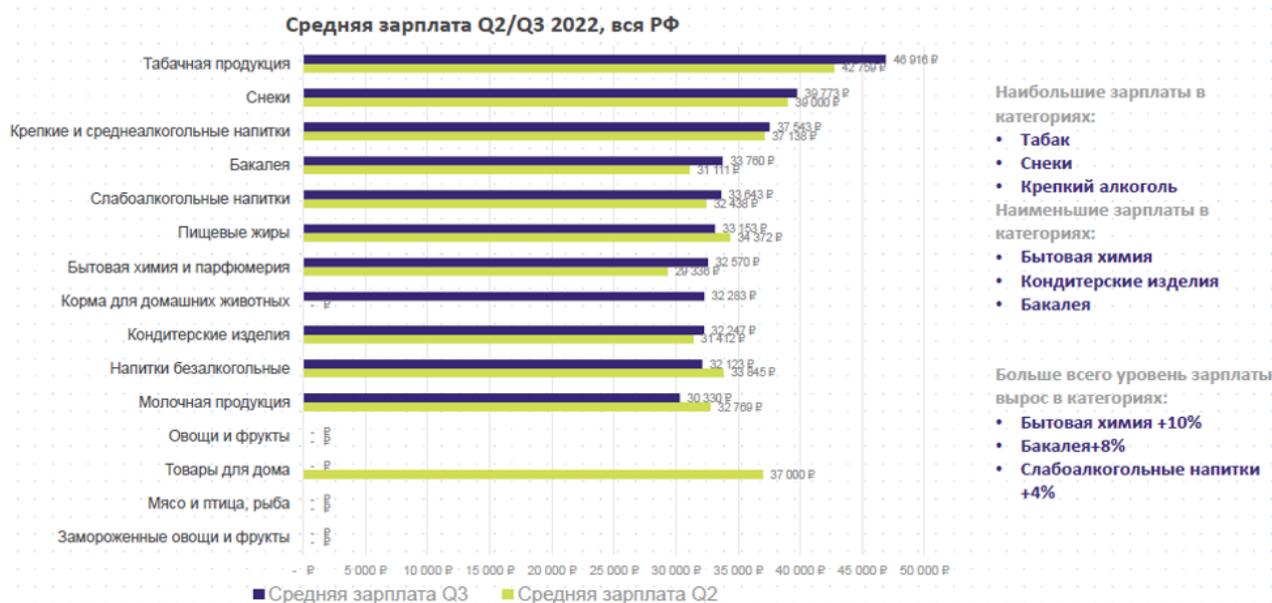
Сроки закрытия вакансий показали хорошую динамику: 65% закрывается в срок до 10 дней (65%). Доля вакансий, закрываемых в срок более чем 20 дней, снизилась на 5% по сравнению со II кварталом.

Исследование выявило, что среди наиболее часто встречаемых причин отказов кандидатов – маршрут и локация работы. На втором месте – уровень дохода. На третьем месте – отсутствие компенсации за проезд.

А среди причин увольнений основная – это уровень заработной платы. Причем по всем федеральным округам. На втором месте – объем работы и обновление маршрута.

Уровень дохода мерчандайзера отличается в зависимости от обслуживаемой категории.

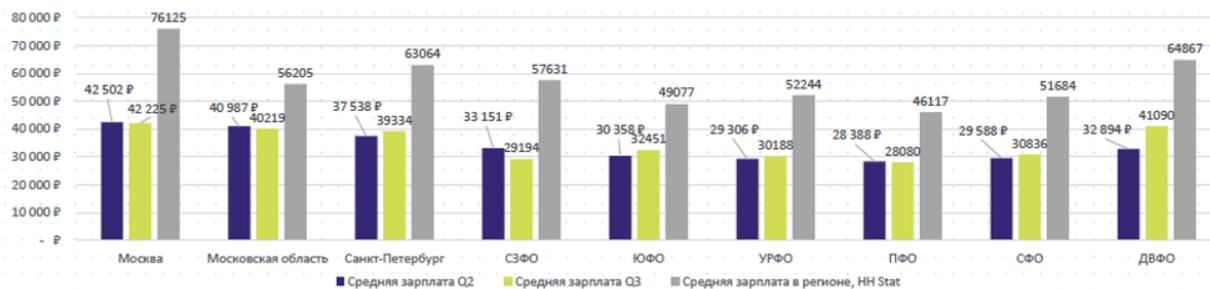
Уровень дохода по категориям Q2/Q3, вся РФ



В некоторых категориях в III квартале наблюдался рост зарплат. Наибольшие зарплаты выявлены в категориях «табак», «снеки» и «крепкий алкоголь». Наименьшие – в категориях «бытовая химия», «кондитерские изделия», «бакалея».

Больше всего уровень оплаты труда вырос в категориях: «бытовая химия» (+10%), «бакалея» (+8%), «слабоалкогольные напитки» (+4%).

Средняя зарплата мерчендайзеров в регионах в сравнении со средними заработными платами по всем профессиям в регионах отображена на графике. Видно, что зарплата мерчендайзеров составляет около половины средней зарплаты по регионам.



Андрей Рыжков отметил, что период трансформаций не заканчивается, и в эти непростые времена нам всем необходимо владеть аналитикой рынка труда, чтобы оперативно реагировать на происходящие изменения и чтобы не потерять свой главный ресурс – людей. АТМ продолжит вести мониторинг ситуации и делиться с рынком его результатами.

Retail.ru
