

ЛОГИСТИКА ЛОГИСТОВ

РУКОВОДИТЕЛИ ЛОГИСТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ РАДЫ ВОЗРОСШЕМУ СПРОСУ НА ИХ УСЛУГИ, НО ОТДАЮТ СЕБЕ ОТЧЕТ В ТОМ, ЧТО УДОВЛЕТВОРИТЬ ЭТОТ СПРОС СКОРО БУДЕТ НЕКОМУ. ДЕЛО В ТОМ, ЧТО НАСТОЯЩИХ ПРОФИ В ЛОГИСТИКЕ ВОСПИТЫВАТЬ ИМ ПРИХОДИТСЯ СВОИМИ СИЛАМИ, А ВЫПУСКНИКИ ВУЗОВ ПО ДАННОЙ СПЕЦИАЛЬНОСТИ НЕ ГОТОВЫ СРАЗУ ПРИСТУПИТЬ К ПРАКТИЧЕСКОЙ РАБОТЕ.

ЕЛЕНА АЛЕЕВА

ПОКОЛЕНИЕ СНАБЖЕНЦЕВ Еще 12–15 лет назад о профессиональных логистах никто не слышал. «Снабженец», пожалуй, единственный термин, который в то время более всего подходил для описания рода деятельности подобного специалиста. Впрочем, тогда и бизнеса как такового еще не существовало. Первый опыт российских компаний в этой сфере начинался без какой-либо теоретической подготовки. Все тонкости профессии приходилось осваивать уже в процессе работы, изучая опыт западных коллег. Многие российские логистические компании на российском рынке образовывались также благодаря крупным западным корпорациям самых разных сфер бизнеса, которые в силу своей деятельности сталкивались с необходимостью доставки всевозможных грузов. Бесценный опыт работы в качестве внутреннего логиста позволил многим предприимчивым соотечественникам организовать собственное дело. Тогда же на рынке стали появляться такие всемирно известные компании, специализирующиеся на экспресс-доставке, как TNT, DHL, UPS и другие, которые прежде работали на российском рынке через агентов.

Петр Пронкин, руководитель группы индустриальных продаж и логистики московского офиса AVANTA Personnel: «Рынок логистики достаточно проблемный с точки зрения прозрачности процессов. В России есть структуры, с которыми очень сложно работать в полном соответствии с законодательством, в основном это компании, связанные с железнодорожными перевозками, таможней, арендой/покупкой складских площадей. Наиболее актуален этот вопрос для западных компаний, которые только начинают работать в России. Пока единственный, на мой взгляд, выход из сложившейся ситуации — это использование услуг субподрядчиков (небольших компаний, которые берут на себя урегулирование наиболее сложных и непрозрачных процессов). В части таможни это небольшие российские компании, которые могут работать, используя „серые“ схемы, и выставлять только общий счет компаниям-клиентам. Что касается перевозок и складов, здесь провайдеры услуг могут быть достаточно крупными, но с российским персоналом и уже налаженной работой с властями, собственниками площадей, структурами РЖД».

Компаний, предлагающих услуги в сфере логистики, становится с каждым годом все больше. По мнению некоторых экспертов, выход на рынок новых компаний происходит за счет того, что многие торговые, производственные, дистрибуторские компании и компании сферы FMCG стали выделять свои логистические подразделения в самостоятельные структуры с тем, чтобы предоставлять услуги внешним заказчикам. К тому же, по словам Бэлы Дзасоховой, руководителя департамента FMCG, Retail & Logistics консалтинговой компании Cornerstone, региональный спрос на логистические центры удовлетворен лишь на 50%. «Многие компании сейчас активно развивают собственное производство и дистрибуцию в регионах, и логистические провайдеры не всегда могут в полной мере удовлетворить потребности растущего бизнеса. Поэтому FMCG-компании вынуждены не только сотрудничать с местными операторами, но и организовывать собственные транспортную службу и складские центры».

САМЫЙ БОЛЬШОЙ СПРОС НАБЛЮДАЕТСЯ НА СПЕЦИАЛИСТОВ С ОПЫТОМ START-UP КРУПНЫХ СКЛАДСКИХ КОМПЛЕКСОВ И РУКОВОДИТЕЛЕЙ СЛУЖБ ТРАНСПОРТНОЙ ЛОГИСТИКИ, КОТОРЫЕ ИМЕЮТ ОПЫТ СОЗДАНИЯ КОМПАНИИ С НУЛЯ



СМЕЖНИКИ

По мнению Маргариты Удовенко, руководителя группы подбора персонала кадрового центра «Юнити», емкость рынка растет, поскольку многие отечественные компании пришли к выводу, что логистику нужно отдавать на аутсорсинг. «За последние два года число операторских компаний, которые готовы предоставлять весь спектр логистических услуг, существенно возросло, соответственно, усилилась и конкуренция на рынке», — поясняет Маргарита Удовенко. Складскую логистику стали развивать транспортные компании, появились компании, специализирующиеся на транспортной, складской, сервисной логистике.

Усиление конкуренции не могло не сказаться на кадрах: грамотных специалистов на российском рынке труда было и так не слишком много, а теперь, как отмечают консультанты кадровых компаний, спрос на них уже многократно превышает предложение.

ОТ КАЖДОГО ПО ВОЗМОЖНОСТЯМ В сложившейся ситуации самым желанным приобретением для логистических компаний становятся набившие руку и познавшие всю специфику рынка специалисты. В большинстве случаев опыт работы должен быть не менее трех лет, но иногда компании готовы рассматривать кандидатов и с опытом работы от одного года. Учитывая особенности деятельности, очень часто к числу обязательных требований работодатель относит знание иностранного языка. Кроме того, по мнению Бэлы Дзасоховой, повышается значимость знаний и навыков применения финансовых и IT-технологий, что обусловлено активной автоматизацией, проходящей в сфере логистики. «Логистика перестает быть узкой областью, а специалисты этой отрасли становятся стратегическими единицами компании», — добавляет она.

К разряду таких дефицитных специалистов консультанты по подбору персонала относят в первую очередь сейлзов — специалистов, продающих услуги компании. К самым востребованным в логистике специалистам относятся также специалисты по закупкам, специалисты в области планирования поставок, специалисты по складскому хозяйству, менеджеры по перевозкам (особенно это относится к авиаперевозкам), специалисты по таможенной очистке. Сами же компании-работодатели отмечают дефицит по всем направлениям деятельности. Так, по словам Елены Арефьевой, директора по персоналу группы компаний Armadillo, во всех логистических компаниях остро стоит проблема подбора персонала на рабочие специальности: экспедиторов, водителей, диспетчеров и пр. И это связано в первую очередь с высокой востребованностью этого персонала и большим количеством предложений на рынке труда.

Маргарита Удовенко: «Специалисты по продажам — это универсальные сотрудники, так как в их обязанности входит не просто привлечь, но и предложить клиенту оптимальное решение его задач. То есть к умению мыслить стратегически сразу прибавляется знание маршрутов, рас-

четов, транспортировки и складирования. Одновременно эти люди не только носители знаний, но и клиентской базы, спрос на них сейчас огромный!»

Евгения Ольховенко, консультант направления «Логистика» кадрового холдинга АНКОР: «Менеджер по продажам — самая востребованная и самая сложная позиция для хедхантеров. Продать услугу гораздо сложнее, чем реальный товар. На обработку одного клиента нередко уходит до полугода! Опытных специалистов очень мало — компании их удерживают и платят им большие бонусы». Как отмечают консультанты, уровень дохода такого специалиста, как правило, формируется из фиксированной и бонусной части и может достигать \$6–8 тыс. в месяц.

Петр Пронкин: «Самые проблемные позиции — это специалисты в области таможенного оформления с хорошим знанием английского языка. В силу специфики данного направления не многие специалисты свободно владеют английским языком, помимо этого такие специалисты трудно приживаются в корпоративной культуре крупных западных компаний».

Большим спросом наряду с перечисленными позициями отмечены руководители подразделений. По словам Маргариты Удовенко, самый большой спрос наблюдается на специалистов с опытом start-up крупных складских комплексов и руководителей служб транспортной логистики, которые имеют опыт создания компании с нуля. Уровень заработных плат самых востребованных руководителей сравним с уровнем дохода сейлзов, но может достигать и \$10–15 тыс. в месяц. Уговорить же такого человека перейти в конкурирующую фирму невероятно тяжело.

По мнению Сергея Фалина, генерального директора компании STS Logistics, в кадровой войне, которая наблюдается в настоящее время, имеет преимущество в специалистах тот, кто готов больше платить. Однако не многие работодатели идут на поводу у кандидатов. Например, в компании НЭК нам заявили, что спокойно относятся к уходу сотрудников, которых переманивают конкуренты. «И мы точно так же переманиваем специалистов — у нас свободная конкуренция. Своих стараемся удерживать, но не разовыми акциями, такими как повышение оклада. В конце концов, мы специализируемся на таких проектах, за которые другая компания в силу объективных причин просто не возьмется. Не факт, что та компания предложит этому человеку такие же возможности и обеспечит такими же проектами. Так что мы не очень-то боимся», — поясняет позицию компании менеджер по рекламе Михаил Трубецкий.

Если представить, что любая логистическая компания фактически состоит из двух глобальных подразделений: первое занимается продажами и продвижением услуг, второе — обслуживанием клиентов, можно понять, что в логистике чуть ли не каждый сотрудник вынужден по роду своей деятельности разделять ответственность со своим работодателем. Поэтому в список обязанностей компа-

нии часто включают особые пожелания к кандидатам. Например, среди обязанностей и требований к нанимаемым специалистам в опубликованных вакансиях компаний DHL можно обнаружить не только упоминание о законченном высшем образовании, но и превосходные навыки общения, а также умение работать под давлением, решать проблемы и дипломатично разрешать конфликтные ситуации.

ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ВЫВОДЫ Активное развитие рынка логистических услуг ставит компании перед необходимостью восполнять кадровый дефицит своими силами, привлекая молодых и неопытных специалистов для дальнейшего погружения в профессиональные тайны. Одним из самых престижных считается диплом Высшей школы экономики, профильных факультетов ГУУ, РЭА имени Плеханова. И все же вузов, где существуют профильные факультеты, пока не так много, к тому же специалистами их выпускников можно назвать с большой натяжкой.

По словам Михаила Трубецкого, в его компанию часто приходят практиканты и студенты для написания дипломных работ, которых тут же привлекают к одному из этапов готовящегося проекта. Для студента это полезный опыт, для компании — конкретная работа. «Примерно 90% остаются у нас работать. Еще год у наших старожиллов уйдет на то, чтобы сделать из молодежи специалистов, но мы такой обмен опытом приветствуем, поскольку сами когда-то начинали с нуля», — поясняет господин Трубецкий.

И все же выпускники профильных факультетов вузов не восполняют все потребности рынка. Теоретически подкованных специалистов катастрофически не хватает. Большая сложность еще и в том, что по некоторым направлениям логистики специалистов не готовят вовсе.

Сергей Фалин: «Для логистических компаний, которые предоставляют услуги по организации доставки грузов различными видами транспорта, специалистов готовят ведомственные вузы — например, для авиационных перевозок это МГТУ ГА, для автоперевозок — МАДИ, для железнодорожных — МГУПС. Но если компания занимается сразу несколькими видами транспортных перевозок, так называемыми интермодальными, или мультимодальными, она нуждается в многопрофильных специалистах, знающих стыковочные узлы. Таких специалистов не готовит ни один вуз».

Единственный выход из создавшейся ситуации многие компании видят в системе наставничества или разрабатывают для новичков собственные обучающие программы. Несмотря на кадровые проблемы, немногие компании используют возможность напрямую договориться со студентами последних курсов профильных факультетов с тем, чтобы по контракту такой человек потом отработал в компании какое-то время. Говорят, руки не доходят. В итоге сталкиваются со стороны амбициозной молодежи с неадекватной самооценкой. Сергей Фалин: «Запросы молодых людей часто не адекватны их уровню, они очень сильно завышают планку, требуя средний стартовый уровень от 45 тыс. руб. С точки зрения профпригодности они не соответствуют этим деньгам». Впрочем, компании с этим уже смирились и готовы брать на работу толковых выпускников непрофильных вузов, чьи аппетиты не представляются им столь неумеренными. ■

УРОВЕНЬ ЗАРАБОТНЫХ ПЛАТ САМЫХ ВОСТРЕБОВАННЫХ РАБОТНИКОВ ЛОГИСТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ			
СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ	ДИАПАЗОН ЗАРПЛАТ НА 11 ОКТЯБРЯ (\$/МЕС)		
	МИНИМАЛЬНАЯ	СРЕДНЯЯ	МАКСИМАЛЬНАЯ
АВИАПЕРЕВОЗКИ	500	1214	4000
ВЭД	450	1206	7000
ЗАКУПКИ/СНАБЖЕНИЕ	500	1156	8000
МОРСКИЕ/РЕЧНЫЕ ПЕРЕВОЗКИ	500	1254	5000
СКЛАДСКОЕ ХОЗЯЙСТВО	550	1555	6500
ТРУБОПРОВОДЫ	800	1447	1700
БИЗНЕС-АВИАЦИЯ	600	1048	2500
АВТОПЕРЕВОЗКИ	600	1253	7000
ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫЕ ПЕРЕВОЗКИ	600	1278	4500
ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ЛОГИСТИКА (ВНУТРИ КОМПАНИИ)	600	1372	6000
ТАМОЖЕННОЕ ОФОРМЛЕНИЕ	500	1161	6500
ГРАЖДАНСКАЯ АВИАЦИЯ	600	984	4000
НАЧАЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ	450	886	3000

В ТАБЛИЦЕ ПРИВЕДЕНЫ ДАННЫЕ КОМПАНИИ HEADHUNTER (HN.RU) НА ОСНОВАНИИ РАЗМЕЩАЕМЫХ ВАКАНСИЙ ОТ КОМПАНИЙ-РАБОТОДАТЕЛЕЙ.