Обзор рынка труда Новосибирска в области маркетинга, рекламы и PR

На рынке труда Новосибирска в сфере маркетинга за период 2006-2007 гг. прослеживается четкая тенденция увеличения спроса на специалистов.

Существует дефицит соискателей по некоторым позициям – в частности, специалистов в области торгового маркетинга. Казалось бы, такая тенденция должна привести к росту заработной платы. Но уровень заработных плат либо возрос незначительно, либо снизился (для таких позиций, как руководитель отдела маркетинга, менеджер по торговому маркетингу, маркетолог-аналитик). Основные причины заключаются в том, что уровень квалификации персонала не успевает расти соответственно потребностям рынка, и в том, что все чаще немалую долю компенсационного пакета составляют элементы условно-материальной и нематериальной мотивации (оплата полной медицинской страховки, занятий спортом, зарубежная стажировка и др.).

Такие выводы сделаны на основе анализа данных сайта novosibirsk.hh.ru. Рассматривались подтвержденные резюме и вакансии, размещенные в категории «Маркетинг/Реклама/PR» в период с сентября по декабрь 2006 года (в дальнейшем обозначаем **2006**) включительно и с января по апрель 2007 года (в дальнейшем обозначаем **2007**) включительно.

Специалисты компании HeadHunter регулярно проводят исследования различных сегментов рынка труда по базе резюме и вакансий сайта hh.ru и его локальной версии novosibirsk.hh.ru, ориентированной на Новосибирск и Западно-Сибирский регион. Большой объем информации, содержащийся в базе, позволяет получать репрезентативные данные. На сегодняшний день в базе HeadHunter содержится более 840 тыс. резюме соискателей и свыше 50 тыс. вакансий.

Анализ проводился по следующим специальностям:

- Руководитель отдела маркетинга
- Менеджер по маркетингу
- PR-менеджер
- Маркетолог-аналитик
- Бренд-менеджер
- Менеджер по торговому маркетингу
- Менеджер по рекламе

Результаты исследования включают в себя динамику спроса на специалистов в области маркетинга, рекламы и PR, динамику распределения резюме специалистов в этой области, диапазон заработных плат (минимальная, средняя, максимальная) и динамику заработных плат, а также выявлены основные требования, которые предъявляют работодатели к кандидатам на рассматриваемые позиции.

HeadHunter – Online Hiring Services
tel.: +7 383 221 37 67
http://novosibirsk.hh.ru
pr_nsk@hh.ru

Больше всего работодателей в указанные периоды 2006 и 2007 гг. интересовали из рассматриваемых в исследовании позиций кандидаты на должность менеджера по маркетингу, менеджера по рекламе и бренд-менеджера.

Рис. 1. Динамика спроса на специалистов в области маркетинга, рекламы и PR (доли размещенных вакансий)

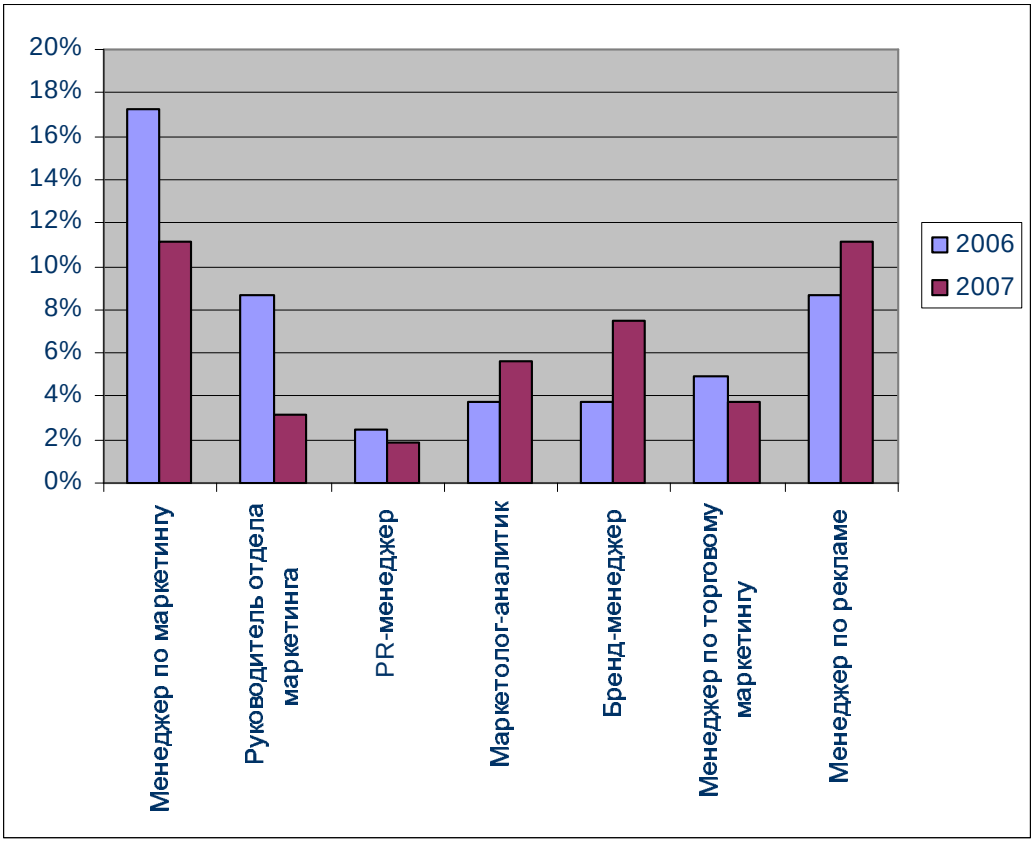


Диаграмма показывает доли вакансий в % по отношению к общему числу вакансий, размещенных в разделе Маркетинг/Реклама/PR в указанные периоды 2006 и 2007 года.

При этом остаются популярными эти позиции и у кандидатов:

Рис. 2. Динамика распределения количества размещенных резюме специалистов в области маркетинга, рекламы и PR

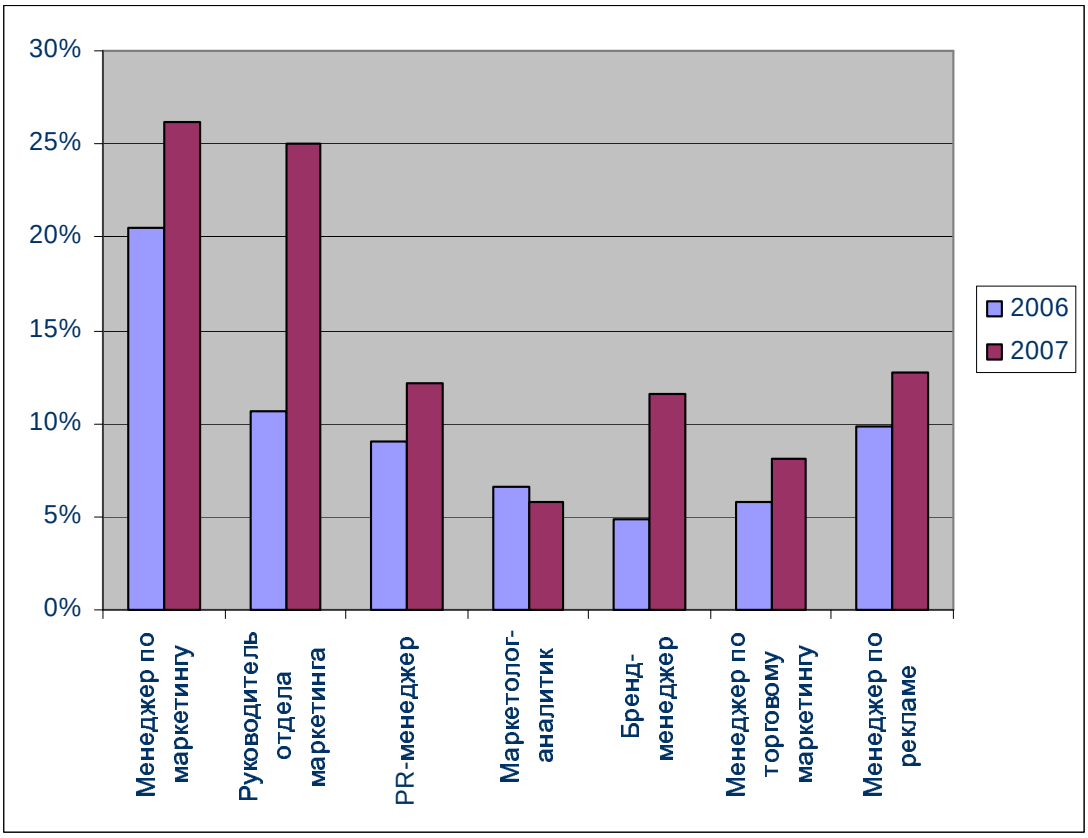


Диаграмма показывает доли резюме в % по отношению к общему числу резюме, размещенных в разделе Маркетинг/Реклама/PR в указанные периоды.

Соотношение количества резюме и количества вакансий в области маркетинга, рекламы и PR

Специальность\Период времени	2006	2007
Менеджер по маркетингу	1,79	2,50
Руководитель отдела маркетинга	1,86	8,60
PR-менеджер	5,50	7,00
Маркетолог-аналитик	2,67	1,11
Бренд-менеджер	2,00	1,67
Менеджер по торговому маркетингу	1,75	2,33
Менеджер по рекламе	1,71	1,22

Если величина соотношения > 1, то резюме соискателей больше, чем вакансий компаний-работодателей. Соответственно, если величина соотношения < 1, то спрос на специалистов превышает существующее предложение резюме.

Повышение спроса на специалистов практически всех специальностей отражает закономерную тенденцию роста рынка труда в данном секторе. Это связано с тем, что по-прежнему происходит экспансия российских и иностранных компаний в крупнейший город Сибири, открываются филиалы и региональные представительства.
Наблюдается дефицит бренд-менеджеров и трейд-маркетологов, компании все чаще готовы выделить эти виды деятельности в отдельные направления, а специалистов должного уровня пока мало.
Повысился спрос на аналитиков, т.к. и региональные, и московские компании стали уделять больше внимания исследованиям, прогнозированию, расчету эффективности маркетинговой деятельности.
Максимальная конкуренция при прохождении конкурса наблюдается в 2007 году среди кандидатов на должности руководителя отдела маркетинга и PR-менеджера, на 1 такую вакансию приходится 7-8 резюме.

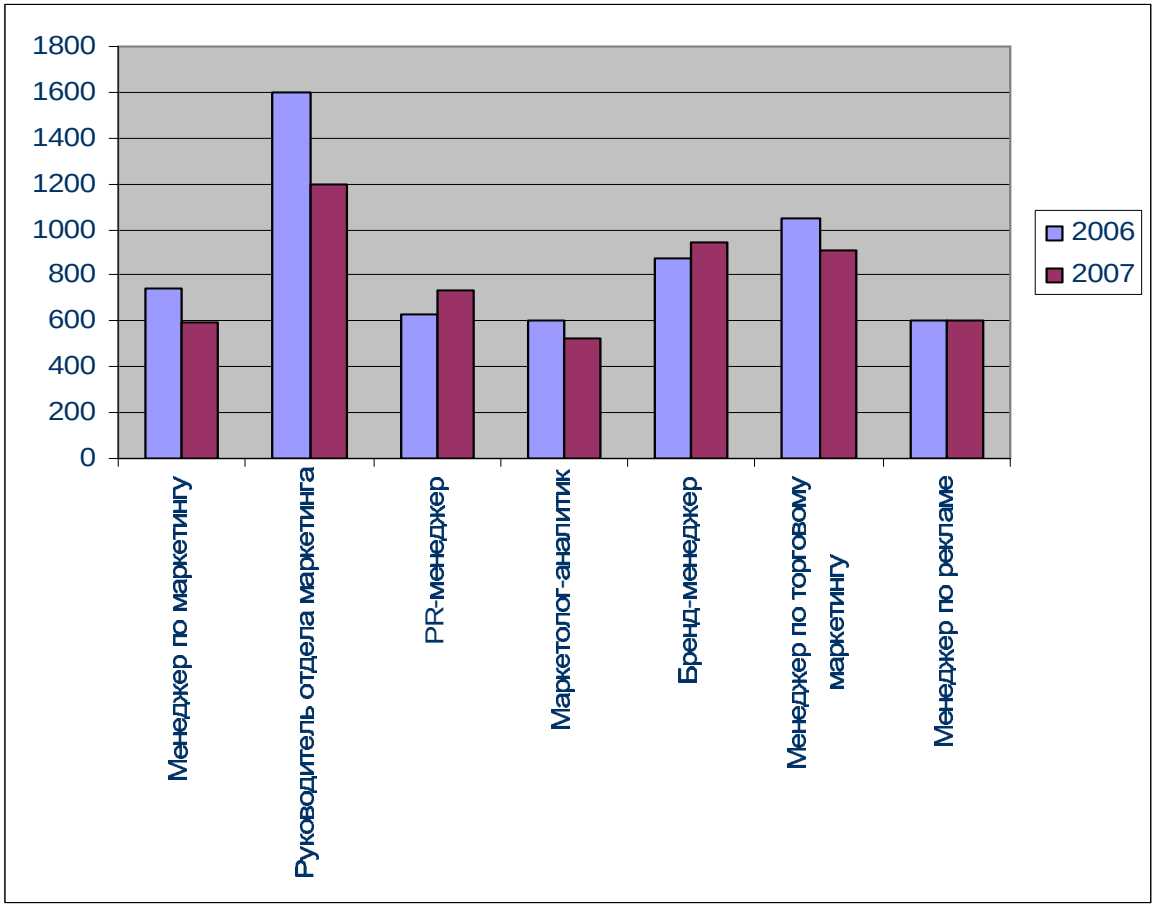
Диапазон предлагаемых стартовых заработных плат, $

Период времени	**2006**			**2007**		
Позиция\Тип заработной платы	**min**	**med**	**max**	**min**	**med**	**max**
Менеджер по маркетингу	400	740	1500	400	590	1000
Руководитель отдела маркетинга	900	1600	2500	700	1200	2500
PR-менеджер	500	630	750	400	730	900
Маркетолог-аналитик	500	600	700	400	520	650
Бренд-менеджер	500	870	1400	500	940	1500
Менеджер по торговому маркетингу	400	1050	1700	450	910	1100
Менеджер по рекламе	400	600	800	300	600	1000

(здесь min – минимальная, med – средняя (медиана), max – максимальная)

Наиболее высокооплачиваемыми в начале 2007 года специалистами были, помимо руководителя отдела маркетинга, бренд-менеджеры и менеджеры по торговому маркетингу, а также менеджеры по маркетингу.

Динамика заработных плат по рассматриваемым позициям, $



Большинство крупных компаний идут по пути усиления нематериальной мотивации или используют скрытые материальные мотиваторы (оплата обучения сотрудников, стажировки в головных компаниях, кредитование сотрудников и т.д.), что в целом отражается в статистике как небольшое падение заработной платы («живых денег» в структуре компенсационного пакета) по ряду позиций.

Основные требования, предъявляемые работодателями к специалистам в области маркетинга, рекламы и PR

Как показал анализ вакансий, размещенных работодателями на novosibirsk.hh.ru, преимущество при прохождении конкурса имеют кандидаты с профильным образованием (основным или дополнительным) в сфере маркетинга, с опытом работы в компании, ведущей деятельность на том же или аналогичном рынке. Требования к кандидатам на одну и ту же должность могут зависеть от профиля и размера компании, от организационной структуры отдела маркетинга, от целей, которые преследует открытие этой вакансии.

Позиция	Образо-вание	Требуемый опыт работы, навыки и знания	Требуемые личные качества

Рук-ль отдела маркетинга	маркетинг, экономика	Опыт работы в области маркетинга не менее 3 лет. Опыт руководства отделом от 1 года. Опыт разработки и реализации маркетинговой стратегии компании. Опыт разработки и реализации программ маркетинговых мероприятий. Успешный опыт контроля и оценки эффективности маркетинговой деятельности компании, направлений деятельности отдела.	Активная жизненная позиция, лидерские качества, ответственность, ориентированность на результат.
Маркетолог, менеджер по маркетингу	маркетинг, экономика	Опыт работы в области маркетинга от 2 лет (предпочтительно на аналогичном рынке, в аналогичной отрасли). Опыт работы по различным направлениям, в зависимости от задач, поставленных работодателем: исследования, анализ конкурентов; реклама; PR; Events; ценообразование; прогнозирование продаж. Знание инструментов маркетинга. Знание рынка рекламы и СМИ.	Коммуникабельность, креативность, аналитический склад ума, организаторские способности, умение работать в многозадачном режиме.
PR-менеджер	филология, журналистика или связи с общественностью	Опыт работы PR-менеджером, пресс-секретарем от 2 лет. Знание методологии PR. Опыт написания различных медиаматериалов. Успешный опыт формирования имиджа компании. Наличие налаженных контактов со СМИ.	Коммуникабельность, оптимизм, энергичность, умение слушать собеседника.
Маркетолог-аналитик	математика, социология, маркетинг	Опыт работы маркетологом-аналитиком, специалистом по исследованиям от 1 года. Знание MS Office, особенно Excel, 1С, статистических пакетов. Навыки сбора, анализа и обработки больших массивов статистической, финансовой и прочей информации. Умение структурировать и консолидировать данные из разных источников.	Аналитический склад ума, умение выявлять закономерности, анализировать причины возникновения отклонений, внимательность, педантичность.
Бренд-менеджер	менеджмент, маркетинг, экономика, социология	Опыт работы в сфере маркетинга, брендинга, трейд-маркетинга от 2 лет (желательно на аналогичном рынке). Опыт участия в создании концепции торговой марки. Успешный опыт разработки и реализации программ вывода бренда на рынок.	Высокие организаторские способности, креативность, ответственность.
Трейд-маркетолог	маркетинг	Знание основ маркетинга, продаж, мерчендайзинга. Опыт работы в аналогичной должности (предпочтительно в FMCG-компаниях) Опыт планирования, разработки и реализации трейд-маркетинговых программ, ориентированных на различные виды каналов сбыта. Знание рекламного рынка.	Креативное и аналитическое мышление, лидерские качества, навыки ведения переговоров.
Менеджер по рекламе	реклама	Опыт работы менеджером по рекламе в компании или рекламном агентстве не менее 1 года. Знание рекламного рынка, рекламного законодательства. Разработка и внедрение рекламной политики компании. Опыт разработки и реализации комплексных рекламных кампаний (от разработки концепции до заказа полиграфических материалов). Опыт анализа эффективности рекламных кампаний. Опыт медиапланирования и составления рекламного бюджета.	Организаторские способности, креативность, коммуникабельность.