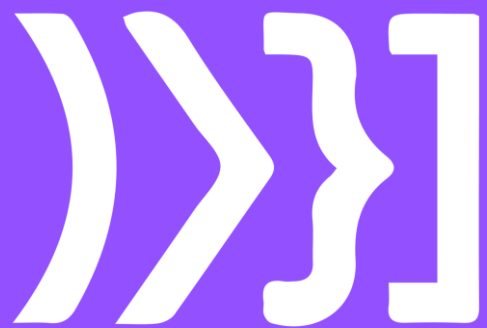
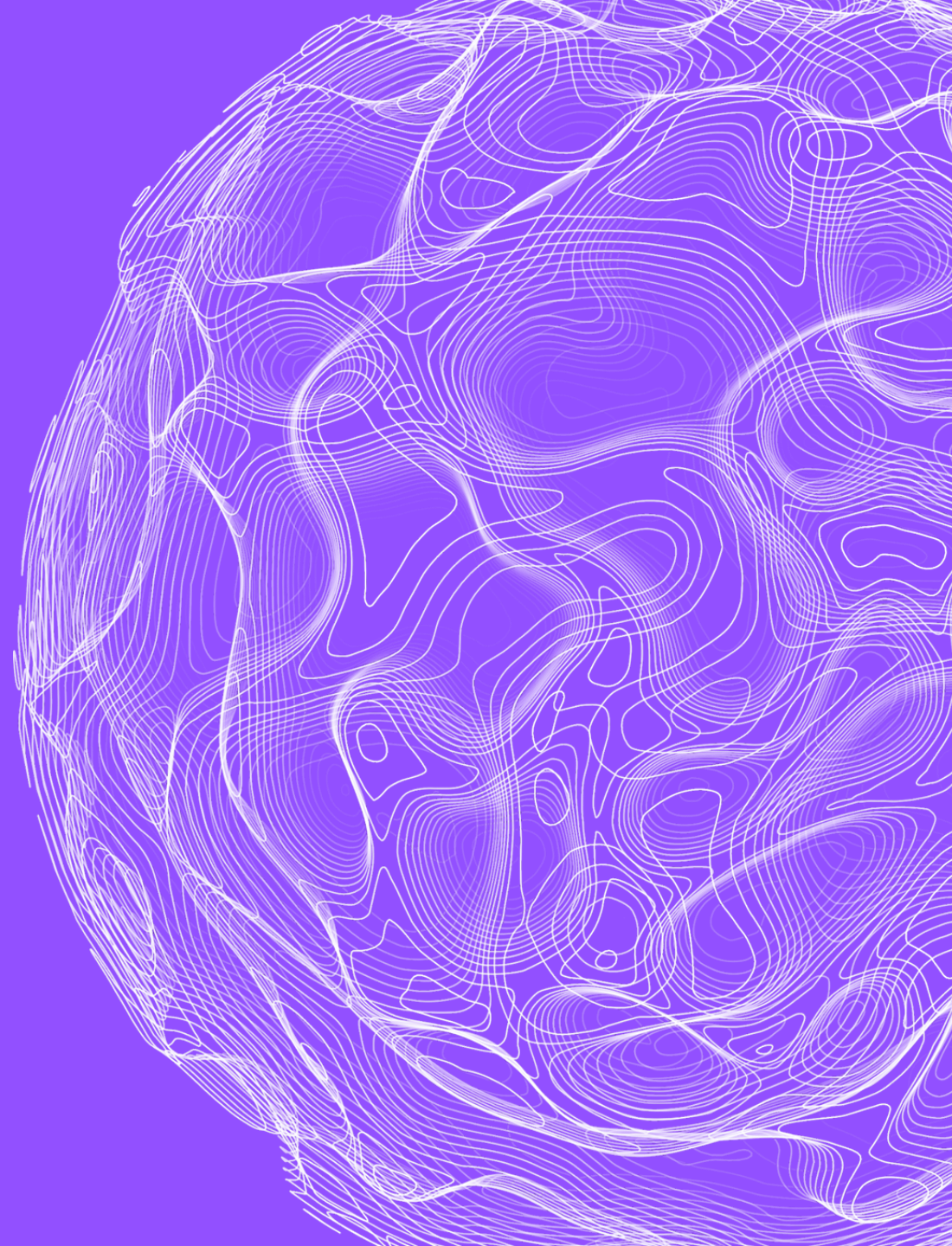


ЭКОПСИ Консалтинг



IT-бренд работодателя

Результаты исследования 2023 года



ЭКСПСИ

&

habr

Крупнейшая компания в сфере
управленческого консалтинга

- > Разработка методологии исследования
- > Предоставление платформы для проведения опросов
- > Обработка результатов и формирование аналитических отчетов

Крупнейшее сообщество
для IT-специалистов

- > Продвижение опроса среди it-специалистов
- > Публикация результатов исследования
- > Популяризация темы it-бренда в сообществах

Проводится ежегодно **с 2020 г.**

Период проведения: июнь – август

Участники: IT-специалисты
российских компаний

**Количество
респондентов*:**

2021 г.

11 508 чел.

2022 г.

15 951 чел.

2023 г.

23 806 чел.

**Фокус
внимания:**

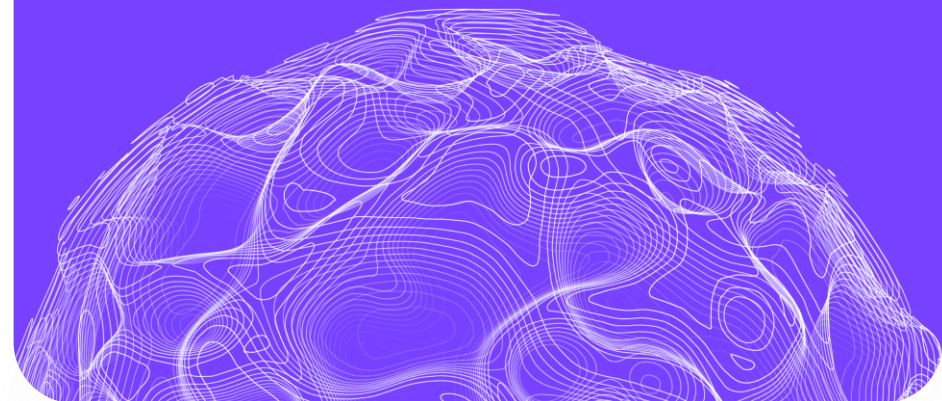
Изучение мнения IT-специалистов о компаниях на рынке труда: какие компании знают сегодня, насколько они их привлекают в качестве потенциальных работодателей

IT-бренд работодателя — это представление сотрудников и потенциальных кандидатов об организации как о месте работы для IT-профессионалов

Чем отличается от традиционного бренда работодателя?

- > Существует определенная специфика в профессиональных предпочтениях и ценностях IT-специалистов, а также их взглядах на места работы. Традиционный подход к пониманию, оценке и продвижению бренда работодателя не всегда оправдан при работе с ними
- > Конкуренция за IT-специалистов последние несколько лет крайне высока практически во всех отраслях. Один и тот же специалист может быть востребован как в металлургической компании или ритейле, так и в IT-компании
- > В последние 5–7 лет именно IT-компании задают тренды и «моду» в построении и продвижении брендов работодателей, поэтому и занимают большинство мест в топах рейтингов

IT-специалисты доверяют компаниям с сильным IT-брендом работодателя и с радостью идут работать в такие места



Какие компании попадают в контур исследования?

Мы смотрим на рынок IT-работодателей глазами соискателей

2021 год

702

компаний в контуре опроса

2022 год

750

компаний в контуре опроса

2023 год

614*

компаний в контуре опроса

Берем компанию в контур исследования, если:

> Имеет в штате **не менее 50 it-специалистов из Российской Федерации**

> **Ведет на российском рынке активный найм** (не менее 10 реальных обновляемых вакансий на разных площадках)

> **Продвигает себя** на разных площадках, коммуницирует с кандидатами, **борется за внимание аудитории**

> **Незаявительный подход** к выбору компаний (т.е. мы сами отбираем и вносим компании, соответствующие критериям, в контур исследования, которые предлагаем к рассмотрению участникам опроса) позволяет:

- > получить объективные данные о ситуации на рынке
- > делать сравнительную аналитику с релевантными конкурентами

> **Учитываем направления деятельности** компании в IT. Респонденты оценивают только релевантных работодателей

> **Смотрим аналитику в разных разрезах:** по языкам программирования, специализациям и грейдам

*Снижение количества компаний связано с тем, что в 2023 году часть IT-работодателей ушли из России, а значит, перестали нанимать специалистов в России конкурировать за кадры на этом рынке. Мы вынесли их за контур исследования

Как устроено исследование внутри

Мы пропускаем каждый бренд через воронку. Определяем конверсии на каждом этапе воронки и уровень здоровья IT-бренда вашей компании как работодателя

4 уровня воронки бренда

01

Что видит респондент

Респонденту предлагается отметить все незнакомые ему компании

Что мы замеряем для компании

Узнаваемость

Доля респондентов, которые знают эту компанию

02

Респондент выбирает компании, привлекательные для него как работодатель, затем непривлекательные

Привлекательность

Доля респондентов, которые выбрали компанию как привлекательную

03

Респондент оценивает компании по критериям, выбирает свойственные и несвойственные им качества

Портрет компании

Доля респондентов, которые приписывают компании ту или иную характеристику

04

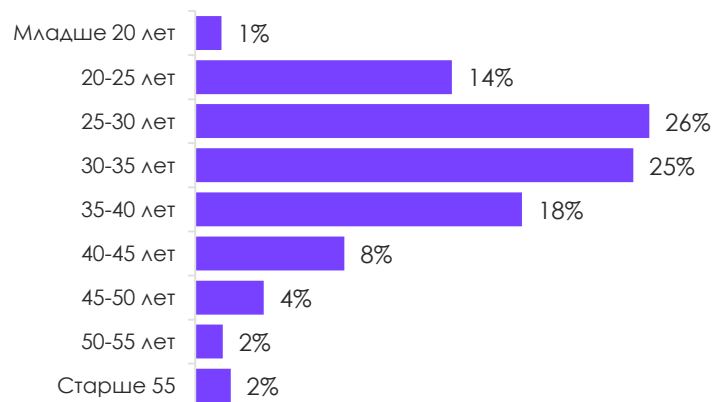
Сотрудник компании проходит 2 и 3 ступень воронки, оценивает свою компанию

Лояльность (eNPS)

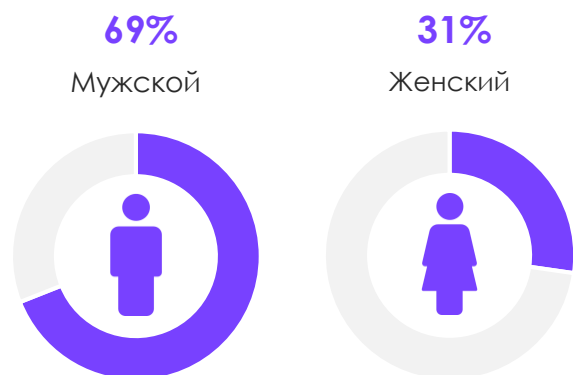
Оценки сотрудников компании по метрикам 2, 3 этапов воронки

Паспорт исследования 2023: 23 806 специалистов

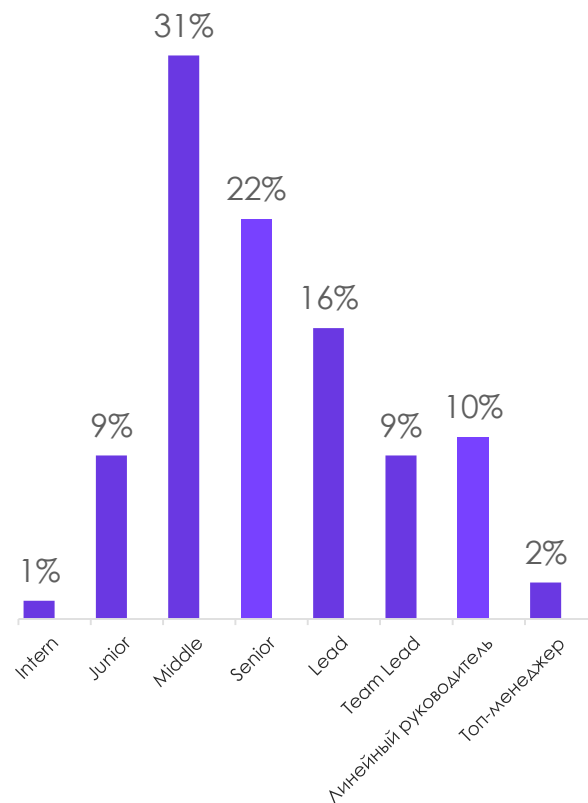
Возраст



Пол

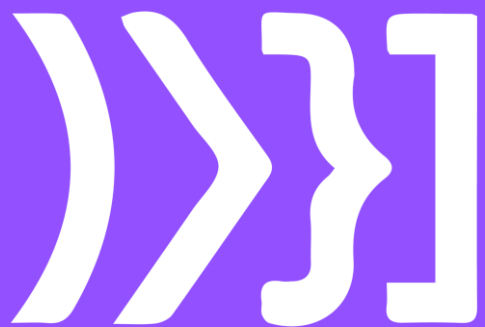


Квалификация

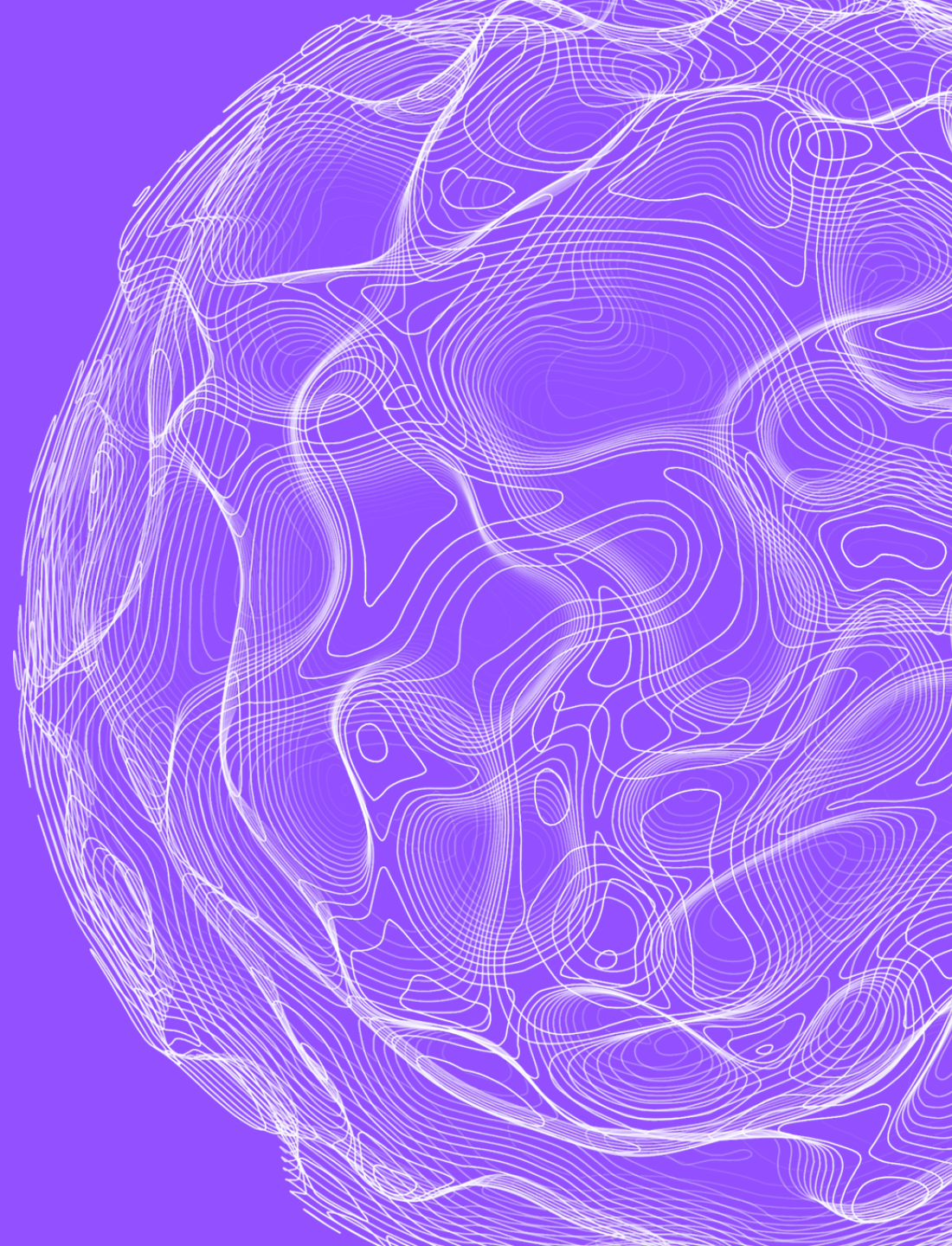


Регион





**Результаты исследования
Основные тренды IT-рынка труда**



01



Positive Technologies – пример сильного IT-бренда в b2b секторе. Компания не является повсеместно узнаваемой в IT-сообществе. Бренд четко выделил свою ЦА и активно работает с аудиторией IT-специалистов из отрасли инфобез, успешно завоевывая их внимание и интерес. Как результат – Компания уже второй год входит в топ-3 рейтинга IT-брендов.

02



Авиасейлс выделяется на рынке соискателей благодаря яркой, местами дерзкой, а главное, активной и непрерывной коммуникации с соискателями. Кроме того, айтишники любят Компанию за качественный известный продукт, которым пользуются сами.

03



Лаборатория Касперского привлекает айтишников признанными IT-продуктами в отрасли кибербезопасности, спрос на которую сильно вырос за последние 2 года. Бренд много коммуницирует с соискателями через лидера организации, который активно продвигает ценности Компании в медиа. Кроме того, сейчас это один из немногих IT-работодателей в России, который сохраняет статус международной Компании.

Какие критерии оценки и выбора работодателей?

- > **41 критерий** используется в нашем исследовании для оценки IT-брендов работодателей
- > В зависимости от значимости критериев (определяем на основе регрессионного анализа) мы **разделяем их на три группы: с высокой значимостью, средней и низкой**
- > **Значимость критерия** – это отражение в критерии степени его влияния на привлекательность компании как IT-работодателя
- > Чем выше значимость критерия, тем больше компания привлекательна для соискателя, если он полагает, что она обладает такими качествами

Как мы сформировали наш пул критериев?

- > Критерии стали результатом нашей многолетней исследовательской работы: анализ EVP IT-компаний, опросы IT-специалистов, а также многочисленные фокус-группы с ними
- > Значительный вклад в доработку критериев внесли практикующие эксперты в области управления персоналом крупных компаний
- > Как итог: мы получили реалистичные критерии, которые отражают актуальные потребности и ожидания IT-специалистов на рынке
- > Мы внимательно следим за тем, чтобы наши критерии не теряли свою актуальность, обновляя и дополняя их при необходимости

При работе с IT-брендом работодателя в первую очередь нужно обращать внимание на критерии из группы **высокой значимости**

Значимость критериев при выборе работодателя

Значимость критерия – это отражение в критерии степени влияния его на привлекательность компании как IT-работодателя. Чем выше значимость критерия, тем больше компания привлекательна для соискателя, если он полагает, что она обладает такими качествами.

Высокая значимость

| | Критерий | Значимость |
|----|---|------------|
| 01 | Качество продуктов и услуг | 8,8 |
| 02 | Профессиональная среда | 7,5 |
| 03 | Возможности для личностного роста | 7,0 |
| 04 | Высокий уровень оплаты | 6,9 |
| 05 | Соответствие ценностей Компании моим ценностям | 6,8 |
| 06 | Ценность работы в компании для резюме | 6,7 |
| 07 | Справедливая оплата труда в командах | 6,2 |
| 08 | Интересное содержание работы | 5,8 |
| 09 | Забота о физическом и ментальном здоровье сотрудников | 5,6 |
| 10 | Хорошие отношения в коллективе | 5,4 |
| 11 | Интерес руководства Компании к мнению сотрудников | 5,1 |
| 12 | Современный стек технологий | 5,1 |
| 13 | Экологичное отношение руководителя к сотрудникам | 4,9 |
| 14 | Современные подходы к управлению проектами | 4,8 |
| 15 | Инновационность проектов Компании | 4,7 |
| 16 | Яркая корпоративная культура | 4,6 |

Средняя значимость

| | Критерий | Значимость |
|----|---|------------|
| 17 | Корпоративные "плюшки" | 3,8 |
| 18 | Баланс между работой и жизнью | 3,5 |
| 19 | Гибкий график | 3,5 |
| 20 | Комфортность офиса | 3,5 |
| 21 | Возможность работать из любой точки мира | 3,1 |
| 22 | Работа "без записи и прослушки" | 3,1 |
| 23 | Стабильность Компании | 3,0 |
| 24 | Масштаб и амбициозность проектов Компании | 3,0 |
| 25 | Возможности профессионального обучения | 2,9 |
| 26 | Творческая атмосфера | 2,8 |
| 27 | Возможность выбора проектов | 2,6 |
| 28 | Международный статус Компании | 2,6 |
| 29 | Соцпакет и страховка | 2,6 |
| 30 | Скорость построения карьеры | 2,5 |

Низкая значимость

| | Критерий | Значимость |
|----|---|------------|
| 31 | Социальная ответственность Компании | 2,4 |
| 32 | Возможность разрабатывать свой продукт | 2,3 |
| 33 | Самостоятельность в принятии решений | 2,3 |
| 34 | Темпы роста Компании | 2,2 |
| 35 | Удобные инструменты коммуникаций в Компании | 2,2 |
| 36 | Зависимость дохода от собственной эффективности | 1,8 |
| 37 | Интересная локация офиса | 1,7 |
| 38 | Возможность получить IT-льготы от гос-ва | 1,6 |
| 39 | Культура многообразия (Diversity & Inclusion) | 1,5 |
| 40 | Продукты и сервисы для импортозамещения | 1,4 |
| 41 | Компания с гос. участием | 1,1 |

приоритетность критерия выросла за год

приоритетность критерия снизилась за год

Топ-16 критериев привлекательного IT-бренда

Высокая значимость

| # | Критерий | Вклад критерия |
|----|---|----------------|
| 1 | Качество продуктов и услуг | 10% |
| 2 | Профессиональная среда | 8% |
| 3 | Возможности для личного роста | 4% |
| 4 | Высокий уровень оплаты | 8% |
| 5 | Соответствие ценностей Компании моим ценностям | 14% |
| 6 | Ценность работы в компании для резюме | 8% |
| 7 | Справедливая оплата труда в командах | 3% |
| 8 | Интересное содержание работы | 4% |
| 9 | Забота о физическом и ментальном здоровье сотрудников | 2% |
| 10 | Хорошие отношения в коллективе | 8% |
| 11 | Интерес руководства Компании к мнению сотрудников | 5% |
| 12 | Современный стек технологий | 3% |
| 13 | Экологичное отношение руководителя к сотрудникам | 3% |
| 14 | Современные подходы к управлению проектами | 4% |
| 15 | Инновационность проектов Компании | 4% |
| 16 | Яркая корпоративная культура | 5% |

Эти 16 критериев объясняют 87% привлекательности работодателей в 2023 году

- > Вклад критерия показывает то, насколько растет привлекательность IT-бренда, если айтишники ассоциируют Компанию с этим критерием
- > «Качество продуктов и услуг» – самый сильный критерий. Если IT-специалисты считают, что компания делает крутые продукты, это повышает ее привлекательность на 10 п.п.
- > Для успешного развития IT-бренда и выстраивания цельного образа можно комбинировать в своем имидже ассоциации с несколькими критериями. Например: качественные продукты, профессиональная среда и инновационные проекты создадут компании образ технологического лидера на рынке
- > Лучший эффект для IT-бренда даст четкий образ, состоящий из нескольких ассоциаций. Не стоит пытаться соответствовать всем 16 критериям, такой подход будет размывать образ IT-бренда и делать внешние коммуникации неэффективными

> Если компания не формирует ИТ-бренд работодателя, он все равно формируется (стихийно и неуправляемо). Всегда найдется тот, кто меняет образ компании не в лучшую сторону (например, бывшие сотрудники или недовольные клиенты)

> Если для вашей компании актуальна потребность в ИТ-кадрах, если вы хотите понять, как ваша компания выглядит в их глазах, то наше исследование поможет вам в этом

> Чтобы принять участие в исследовании в качестве компании-работодателя или убедиться в том, что вы уже в нем есть, заполните заявку по [ссылке](#), после чего мы с вами свяжемся в ближайшее время

Хотите измерить свой ИТ-бренд и получить персональную аналитику?

Пишите нам:

it-brand@ecopsy.ru

Наш блог на Хабре вот [здесь](#)

Присоединяйтесь! Там есть еще больше информации о нашем исследовании ИТ-брендов работодателей и интересные инсайты по теме. А еще там можно задавать вопросы в комментариях и вступать в дискуссии

