

Секция «Будущее сферы труда и социально-трудовых отношений: возможности и ограничения»

## **Развитие бренда работодателя как инструмент управления персоналом в технологических компаниях**

**Научный руководитель – Золотина Ольга Александровна**

***Королева Наталья Сергеевна***

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Экономический факультет, Москва, Россия  
*E-mail: 0303nata@gmail.com*

В быстро меняющемся мире современные компании должны оперативно трансформироваться. Это касается процессов компании, ее стратегии и конечно людей [4]. Одним из современных инструментов для реализации задач, стоящих перед менеджерами по управлению персоналом в эпоху цифровизации, является развитие и управление брендом компании как работодателя. Подходы к управлению брендом работодателя активно развиваются и сейчас можно выделить 6 основных этапов. Задача исследования - исследовать специфику бренда работодателя в технологических компаниях, в работе рассматриваются кейсы Google, Лаборатории Касперского и СИБУР. Существует как положительное влияние бренда работодателя на аспекты управления персоналом и деятельность компании, так и отрицательное. Один из способов оценить уровень узнаваемости бренда работодателя - Индекс бренда работодателя [3]. Данный индекс рассчитывают не сами компании, а специализированные агентства, например Link Humans. Похожий индекс, называемый Talent Brand Index, предлагает LinkedIn [6].

По данным исследования Future Today численность молодых кадров на рынке труда продолжает сокращаться, в связи с этим растет «борьба за таланты», и бренд работодателя как инструмент управления персоналом становится все более важным. Наиболее популярный канал коммуникации среди молодежи - социальные сети. Однако несмотря на то, что число активностей в социальных сетях работодателей растет, отклик за каждую активность сильно снижается [2]. По итогам исследования Universum «The most attractive employers in Russia» высокий уровень дохода в будущем остается главным фактором привлекательности работодателя, также по-прежнему важна возможность профессионального развития в компании [5]. Исследование Future Today отмечает ключевым возможность гибкого графика, при этом больше половины кандидатов положительно относятся к полностью удаленной работе. Это ставит компаниям новые вызовы при создании карьерных программ и формировании условий работы для молодого поколения. Подобные исследования очень полезны для компаний при управлении брендом работодателя, планировании стратегии позиционирования и бюджета на ее реализацию.

Также проведен анализ опроса среди сотрудников компании Accenture и предложены приоритетные направления стратегии бренда работодателя. На основе исследования можно сделать вывод о низком позиционировании и продвижении бренда работодателя компании через социальные медиа. Так, компания стремится снизить «прямой найм», увеличивая при этом продвижение через университеты, социальные медиа и рекомендации. По данным опроса Universum наиболее привлекательными работодателями 2021 г. Google, Yandex и Microsoft стали не только по своему прямому профилю, но по направлениям «бизнес и коммерция», «гуманитарные науки», «искусство и образование». Это может объясняться тем, что технологические компании работают над развитием бренда работодателя для разных направлений своего бизнеса, а также тем, что Yandex и Google

проводят одни из лучших рекрутинговых мероприятий по мнению студентов направления «бизнес и коммерция» [9].

Кроме того, было проведено собственное исследование среди организаций для определения особенностей в подходах развития бренда работодателя в технологических компаниях. Было опрошено 15 компаний, из них 10 технологических и 5 традиционных. Среди них лишь одна технологическая компания не занимается данным направлением. Основными причинами, побудившими компании начать развивать бренд работодателя: высококонкурентная бизнес среда, ограниченность качественных ресурсов и развитие информационных технологий. Эти факторы стали стимулом как технологических, так и традиционных компаний, однако необходимость выстраивания долгосрочных отношений с сотрудниками была приоритетным фактором именно для технологических организаций.

Отличительной чертой транслирования EVP технологических компаний является использование собственного сайта. Существуют атрибуты, с которыми компании чаще всего связывают свой HR бренд. Среди технологических организаций главные атрибуты: инновации и технологии, преимущества и льготы, баланс и благополучие, деловая репутация. Такие атрибуты вполне закономерны, они напрямую связаны с их деятельностью. Сами специалисты технологических компаний больше ценят возможности карьерного роста и смены направления работы внутри фирмы, а для представителей традиционных фирм важен уровень заработной платы.

Все компании отмечают положительные эффекты от стратегии HR бренда. Важно, такие эффекты как сохранение собственных квалифицированных кадров и внедрение инноваций больше отмечают технологические компании, также они отмечают снижение текучести кадров и повышение производительности труда, а две традиционные компании заметили повышение выручки компании. Так, наблюдаются выраженные отличительные эффекты у технологических компаний, что может говорить об эффективной реализации стратегии и важности в целом развития бренда работодателя в таких организациях. Отрицательный эффект отметила лишь одна традиционная фирма.

Таким образом, проведенное исследование показало, что специфика стратегий управления брендом работодателя в технологических компаниях существует. Полученные результаты могли бы быть полезны компаниям для понимания стратегий конкурентов и бенчмаркинга, а их сотрудникам, занятым в данном направлении. Систематизация в исследовании положительных эффектов управления брендом работодателя может стать стимулом к внедрению бренда работодателя в организациях, которые до настоящего момента не используют этот инструмент.

### Источники и литература

- 1) Исследование кандидатов Universum 2021. Детализированный отчет по направлению бизнес и коммерция для Экономического факультета МГУ им. М. В. Ломоносова
- 2) Рейтинг «Лучшие работодатели 2022» // Future Today: [fut.ru/FTR.2022](http://fut.ru/FTR.2022)
- 3) Employer Brand Index // Link humans: <https://linkhumans.com/employer-brand-index/>
- 4) The new possible: How HR can help build the organization of the future // McKinsey: <https://www.mckinsey.com/business-functions/people-and-organizational-performance/our-insights/the-new-possible-how-hr-can-help-build-the-organization-of-the-future>
- 5) The most attractive employers in Russia, Universum 2021
- 6) Understanding the LinkedIn Talent Brand Index // Forbes: <https://www.forbes.com/sites/joshbersin/2012/10/11/talent-brand-index-makes-the-linkedin-recruiting-platform-indispensable/?sh=2a54dd67181d>