

---

## **АНАЛИЗ HR-БРЕНДА РАБОТОДАТЕЛЕЙ НА ОСНОВЕ ИНТЕРНЕТ-РЕЙТИНГОВ**

---

**Подольская Татьяна Олеговна**, асс.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, пр-т Гагарина, 23, Нижний Новгород, Россия, 603950; e-mail: podolskaya79@yandex.ru

*Цель:* анализ конкурентоспособности HR-брендов работодателей. *Обсуждение:* известные исследования позволяют с уверенностью сказать, что престиж компании, ее узнаваемость, репутация на рынке, кадровая политика, возможность максимально полно реализовать свой человеческий потенциал являются факторами, оказывающими сильное влияние на выбор перспективными специалистами конкретной компании. Анализ интернет-рейтингов является современным инструментом оценки и сравнения критериев любого экономического субъекта. Это послужило основанием использовать его в процессе настоящего исследования для анализа положений HR-бренда работодателей. *Результаты:* исследование показало, что отечественные предприятия уделяют недостаточно внимания своему HR-бренду. В работе указывается на тот факт неэффективного и неполного использования резервов укрепления потенциала российских предприятий через эффективную стратегию продвижения HR-бренда.

**Ключевые слова:** работодатели, производство, HR-бренд, соискатели, конкурентоспособность.

**DOI:** 10.17308/meps.2015.8/1258

### **1. Введение**

Потенциал компании, ее конкурентоспособность и инновационность напрямую зависят от способности привлекать высокоэффективные человеческие ресурсы.

В последние годы многие предприятия столкнулись с дефицитом высококвалифицированных специалистов, как в управленческом звене, так и в производственном, об этом свидетельствуют работы отечественных исследователей [8, 9].

К ключевым факторам, оказавшим влияние на текущее положение дел, относят демографический спад, образовательные реформы, вступление в ВТО, миграцию населения. Все это способствует усилению конкурентной борьбы за качественные кадры.

Один из эффективных способов привлечения и удержания человеческих ресурсов – быть такой компанией, в которой высокоэффективные

кадры сами стремились бы работать, четко понимая, что их ценности совпадают с ценностями предприятия. Исследования, проведенные среди студентов и выпускников вузов, позволяют с уверенностью сказать, что престиж компании, ее узнаваемость, репутация на рынке, кадровая политика, возможность максимально полно реализовать свой человеческий потенциал являются факторами, оказывающими сильное влияние на выбор перспективными специалистами конкретной компании.

## 2. Методология

В мировой практике рейтинги являются популярным инструментом ранжирования эффективности работы региона, компании, человека. Многие предприятия используют рейтинговую методику как для внешних оценок контрагентов, так и внутренних. Стали уже привычными рейтинги финансовой устойчивости, построенные для банков, страховых компаний, потребительские рейтинги, рейтинги вузов для привлечения лучших абитуриентов как мотивационный инструмент при управлении человеческими ресурсами.[7]

Рейтинг работодателя – это новое для нашей страны, а уж специально выстроенный рейтинг для конкретной целевой группы, например для молодых специалистов на российском рынке, вообще не представлен. В то же время во многих странах рейтинги являются основным способом определения лучшего работодателя, на которые ориентируются не только сами компании, но и прежде всего соискатели.

Рассмотрим рейтинги, представленные в открытом доступе.

### 1. Рейтинг интернет-компании HeadHunter

По данным международной системы измерения веб-трафика SimilarWeb, эта компания занимает первое место в России, шестое место в мире, ежемесячно сайт hh.ru посещает более 16 000 000 уникальных пользователей [2].

Основным минусом заявленного рейтинга является ограничение по численности персонала, которая должна быть более 100 человек, что не позволяет многим, особенно региональным, компаниям становиться участниками рейтинговой оценки.

Далее рассмотрим методологию, согласно которой происходит оценка работодателя. Место в рейтинге компания получает в соответствии с полученным итоговым баллом, который определяется как сумма взвешенных факторов. Конечный балл, на основе которого определяется место компании в рейтинге, высчитывается по формуле:

$$B_i = 10(0,4x'_i + 0,4y'_i + 0,2z'_i) + 100, \quad (1)$$

где  $x'_i$  – нормированное значение  $i$  компании по показателю «Внешняя узнаваемость»;  $y'_i$  – нормированное значение  $i$  компании по отдельно взятому показателю «Вовлеченность сотрудников»;  $z'_i$  – нормированное значение  $i$  компании по отдельно взятому показателю «Оценка HR-функции»; более подробное описание методики [2].

При формировании выборки для обеспечения доверительной вероятности (точности) – 95% и доверительного интервала (погрешности)  $\pm 5\%$  предполагается стремиться к следующим соответствиям численности сотрудников и нижнего порога выборки:

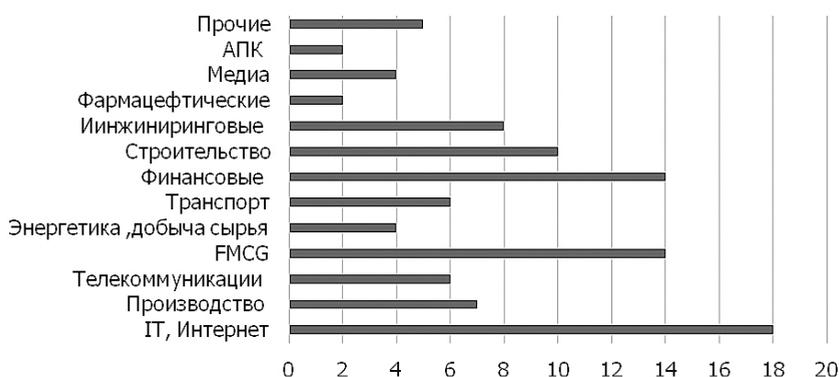


Рис. Распределение предприятий по видам деятельности, попавших в первую сотню рейтинга работодателей по данным hh.ru за 2014 г. (составлен автором)

Как видно, к лидирующим отраслям, сумевшим донести ценность работы в их компании, относятся: ИТ (18%), FMCG (14%), Финансовые группы (14%). Схожие данные были получены при изучении результатов исследования «Лучшие работодатели России-2014», проведенные компаниями Aon Hewitt и AXES Management, в процессе которого опрошено 274 292 сотрудника и 1383 топ-менеджера 106 компаний России. [2]

Первая десятка по видам деятельности выглядит следующим образом:

1. ИТ ( Microsoft)
2. FMCG ( British American Tobacco)
3. Ритейл (OBI)
4. Фармацевтика (Takeda)
5. ИТ (Avito)
6. Фармацевтика (Новартис фарма)
7. Производство (Альметьевский трубный завод)
8. Медиа (Окко)
9. Фармацевтика (AbbVie)
10. Фармацевтика (Eli Lilly)

Таким образом, можно отметить, что наибольшую активность и значимость на российском рынке при построении бренда работодателя проявляют высококонкурентные сегменты рынка: ИТ, Ритейл, Фармацевтическое производство. Большинство лидеров данных рейтингов – это компании с международным капиталом и западными моделями менеджмента, для которых опыт построения HR-бренда не является новой функцией.

Работая на российском рынке в системе свободной конкуренции, им

удается привлекать лучших специалистов, в том числе молодых, взаимодействии с которыми начинается у компаний с младших курсов вузов. Отдельно выстроенные программы взаимодействия с вузами являются сильнейшим конкурентным преимуществом, позволяющим отбирать самых перспективных выпускников.

## 2. Рейтинг интернет-компаний Job Rate.

Специализированный портал, предоставляющий информационный рейтинг компаний работодателей, построенный на отзывах и мнениях сотрудников компаний и соискателей в сети. Рейтинг составлен по пяти критериям [4].

Таблица 1

Критерии рейтинговой оценки интернет-компаний Job Rate

Критерии рейтинга	Описание выбранного критерия	Шкала
Управление	Насколько хорошо выстроена система управления (ценовая политика, сбытовая политика, взаимодействие с клиентами, поставщиками и пр.)	1-5
Процессы	Насколько процессы в компании отлажены. Проблемы во взаимодействиях подразделений компании.	1-5
Персонал	Отношение к персоналу. Карьерный рост.	1-5
Заработная плата	Среднерыночный показатель соответствия зарплат. Наличие системы дополнительного финансового поощрения.	1-5
Коллектив	Степень доброжелательности коллектива компании. Уровень трудности при работе в данном коллективе.	1-5

Особенностью данного сервиса можно назвать его региональную детализацию и специализацию. По состоянию на июль 2015 г. на сайте предоставлена информация по 19229 компаниям на основании 39821 отзыва сотрудников компаний и 2202 мнений профессионалов. Также для соискателя представляет интерес, так называемый, «черный список работодателей», что может обезопасить молодого сотрудника от трудоустройства в «ненадежную» компанию. Критерием составления данного списка послужили данные налоговой инспекции по имеющейся задолженности со стороны предприятия [1]. Можно отметить, что, как правило, по региональным предприятиям это единственная информация, которая представлена на сайте, т.е. никаких других отзывов больше нет.

Далее проведем анализ городов-миллионников, где концентрация человеческого потенциала значительно выше. Именно в них находится наибольшее число вузов, научных организаций, исследовательских центров.

На 1 января 2015 г. в России насчитывается 15 городов с численностью постоянного населения миллион и более. Список городов-миллионеров России с указанием численности населения на 1 января 2015 г. и рейтинговых показателей Job Rate представлен в табл. 2 [5].

Анализ рейтингов работодателей городов-миллионников  
по данным портала Job Rate

Город	Численность жителей на 1 января 2015 года, чел.	Количество компаний, представленных на портале	Количество отзывов посетителей	Количество отзывов профессионалов	Средний рейтинг
Москва	12 197 596	10700	24493	1260	2,4
Санкт-Петербург	5 191 690	2388	4854	192	2,3
Новосибирск	1 567 087	222	353	11	2
Екатеринбург	1 428 262	333	497	19	2,4
Нижний Новгород	1 267 760	279	513	47	2,8
Казань	1 205 651	121	157	4	2
Челябинск	1 182 221	144	210	7	2
Омск	1 173 854	73	106	2	2,1
Самара	1 171 409	196	302	8	2
Ростов-на-Дону	1 114 806	234	431	18	2,2
Уфа	1 105 700	99	219	8	2,8
Красноярск	1 052 218	277	410	15	1,7
Пермь	1 036 469	117	171	13	1,9
Воронеж	1 023 570	124	215	10	2,6
Волгоград	1 017 451	119	174	10	2,4

### 3. Заключение

Таким образом, очевиден вывод, что в большинстве своем отечественные предприятия недостаточно уделяют внимания своему HR-бренду, особенно в сети Интернет, поскольку средний показатель ни у одного из рассмотренных городов не превысил оценку «удовлетворительно».

Следовательно, можно говорить о неиспользованных резервах укрепления потенциала российских предприятий через эффективную стратегию продвижения HR-бренда.

#### Список источников

1. Федеральная налоговая служба. Доступно: <http://www.nalog.ru>.
2. Рейтинг работодателей России-2015. Доступно: <http://rating.hh.ru>.
3. Лучшие работодатели России-2014. Доступно: <http://goo.gl/Xgft2g>.
4. Рейтинг работодателей. Доступно: <http://jobrate.net>.

5. Города миллионники России-2015. Доступно: <http://goo.gl/IM5uGZ>.
6. Подольская Т.О., Отделкина А.А. Аналитический метод исследования поведения потребителя при выборе коммерческого банка // *Экономический анализ : теория и практика*, 2015, no. 14 (413), с. 49-55.
7. Копасовская Н.Г., Подольская Т.О., Соловьева Л.В. Малобюджетная реклама в условиях кризиса: возможности сети Интернет // *Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса*, 2011, no. 4, с. 131-133.
8. Рогожкин А.В. Кадры российской науки: проблемы дефицита и карьерного роста // *Экономика и управление*, 2012, no. 7 (81), с. 12-16.
9. Горбачева Г.П. Вероятностный прогноз трудового потенциала Оренбургской области к 2025 г. // *Современная экономика: проблемы и решения*, 2014, no. 7(55), с. 141-150.

---

# ANALYSIS OF HR-BRAND OF THE EMPLOYERS BASED ON INTERNET-RATING

---

**Podolskaya Tatiana Olegovna**, Assist. Prof.

Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod, Gagarina av., 23, Nizhni Novgorod, Russia, 603950; e-mail: podolskaya79@yandex.ru

*Purpose:* analysis of the competitiveness of HR-brand of the employers.

*Discussion:* famous researches allow us to confidently say that the prestige of the company, its recognition, reputation in the market, personnel policy, the possibility of the fullest realize their human potential are factors that strongly influence the selection of promising experts in a particular company. Internet ratings analysis is a modern tool to assess and compare the criteria of any of the economic entity. This was the basis of its use in the course of this study to analyze the provisions of employers HR-brand.

*Results:* the research found that domestic enterprises do not pay sufficient attention to their HR-brand. The paper points to the fact ineffective and incomplete use of reserves to strengthen the capacity of Russian enterprises through the promotion of an effective strategy for HR-brand.

**Keywords:** employers, production, HR-brand competitors, competitiveness.

## Reference

1. RF Federal Tax Service. Available at: <http://www.nalog.ru>. (In Russ.)
2. Russia Employers Rating 2015. Available at: <http://rating.hh.ru>. (In Russ.)
3. Russia Employers Rating 2015. Available at: <http://goo.gl/Xgft2g>. (In Russ.)
4. Employers Rating. Available at: <http://jobrate.net>. (In Russ.)
5. Russian Million-City's 2015. Available at: <http://goo.gl/IM5uGZ>. (In Russ.)
6. Podolskaya T.O., Otdelkina A.A. [Analytical method for studying the behavior of consumers when choosing a commercial bank]. *Economic Analysis: Theory and Practice*, 2015, no. 14 (413), pp. 49-55. (In Russ.)
7. Kopasovskaya N.G., Podolskaya T.O., Solovyov L.V. [Low-budget advertising in times of crisis: the possibility of Internet]. *Business. Education. Right. Bulletin of the Volgograd Institute of Business*, 2011, no. 4, pp. 131-133. (In Russ.)
8. Rogozhkin A.V. [Cadres of the Russian science: the deficit and career]. *Economics and Management*, 2012, no. 7(81), pp. 12-16.
9. Gorbacheva G.P. [A probabilistic forecast of the labor potential of the Orenburg region in 2025]. *Modern Economics: Problems and Solutions*, 2014, no. 7 (55), pp. 141-150.