

## ПРАКТИКИ ПРИВЛЕЧЕНИЯ МОЛОДЫХ ТАЛАНТОВ В РОССИЙСКИХ ИТ-КОМПАНИЯХ

*Чумов Дмитрий Константинович*  
магистрант, РАНХиГС  
Россия, г. Москва

## PRACTICES FOR ATTRACTING YOUNG TALENT IN RUSSIAN IT COMPANIES

*Dmitry Chumov*  
master student, RANEPА  
Russia, Moscow

**Аннотация.** В статье рассматриваются практики привлечения молодых талантов в российских ИТ-компаниях как элемент корпоративной конкуренции за таланты на рынке труда, проводится сравнительный анализ существующих образовательных форматов в компаниях, как методов поиска и отбора наиболее потенциально успешных сотрудников. Делается вывод о том, компании используют долгосрочные, среднесрочные и краткосрочные образовательные форматы для привлечения талантливых молодых специалистов, такие форматы ориентированы прежде всего на бизнес-задачи организаций.

**Abstract.** The article examines the practices of attracting young talent in Russian it companies as an element of corporate competition for talent in the labor market, and conducts a comparative analysis of existing educational formats in companies as methods for searching and selecting the most potentially successful employees. It is concluded that companies use long-term, medium-term and short-term educational formats to attract talented young professionals, such formats are primarily focused on the business objectives of organizations.

**Ключевые слова:** привлечение талантов, ИТ-компании, образовательные форматы.

**Keywords:** attracting talent, IT companies, educational formats.

---

Немногим более двух десятилетий прошло с тех пор, как в литературе по менеджменту впервые появились исследования, специально посвященные управлению талантами. За это время тема талант-менеджмента стала предметом значительных дискуссий в научной литературе и центральным элементом управленческого дискурса и организационной практики, среди заметных работ по этой тематике исследования Питера Рамстеда [1], Питера Капелли [2], Маргарет Дейри [3]. В данной статье представляется важным сделать акцент на тематику привлечения талантливой молодежи в компании и рассмотреть практики отечественных ИТ-компаний в работе с молодыми талантами.

Современный российский рынок труда отличается определёнными тенденциями, так в тренде, как отмечают эксперты отраслевого издания «Штат», в текущее время более привлечение и удержание квалифицированных кадров является одной из ключевых проблем, которые стоят перед работодателем. Только 19% работодателей заявляют, что в их отрасли достаточно кандидатов и трудности в квалифицированных сотрудниках нет, а большая же часть работодателей вынуждена искать подходящие кадры и конкурировать между собой на рынке труда [2].

Этот феномен был описан в исследовании экспертов McKinsey & Company в 1997 году, как «война за таланты» и с тех пор, актуальность этой формулировки только возрастает. Эксперты McKinsey выразили большую озабоченность по поводу предложения человеческого таланта, самого ценного корпоративного ресурса, в связи с насущными проблемами, с которыми сталкиваются организации при привлечении и удержании ключевых сотрудников. С тех пор появилась целая волна отчетов консультантов, в которых говорится о нехватке талантов и делается сильный акцент на роли управления талантами в успехе организации. Авторы исследования отмечают, что на текущий момент именно талантливые сотрудники представляют ключевой индикатор, который определяет успешность организации, а в этой связи, то насколько компания умеет привлекать таланты, развивать их и удерживать — одно из самых значимых бизнес-преимуществ [3, с. 31].

Данная ситуация, пожалуй, наиболее ярко проявляется в отрасли информационных технологий. Так, по данным исследования, проведенного ассоциацией АПКИТ по заказу Минкомсвязи России, даже с учетом возможного сокращения рынка и потребности в новых ИТ-кадрах на фоне экономического кризиса все выпускаемые вузами ИТ-специалисты, даже с учетом смежных специальностей, полностью востребованы на рынке, при этом по прогнозу ассоциации, к 2024 году общая годовая потребность в высококвалифицированных ИКТ-кадрах увеличится на четверть и достигнет значения 290-300 тыс. человек в год [4, с. 16]. Это означает потенциальный дефицит кадров в этой отрасли, таким образом рассмотрение вопроса о практиках привлечения молодых талантов в российских ИТ-компаниях является крайне актуальным.

Выпускники считаются ключевым источником талантов во многих организациях, и поэтому их набор, развитие и удержание рассматривается как логичная стратегия управления талантами. В контексте работы со студентами старших курсов и выпускниками получили наибольшую популярность образовательные программы от компаний. Это могут быть форматы разного уровня сложности и объема часов от специальных образовательных программ совместно с вузом до лекций и встреч экспертов компании со студентами на определенную тему.

В данной статье мы рассмотрим практики работы трех крупных российских ИТ-компаний и проанализируем, какие образовательные форматы они используют при работе с талантливыми студентами и выпускниками и привлечении их в компанию. Для примера возьмем три крупные российские ИТ-компании: «Яндекс», «Mail.ru Group» и «КРОК».

Наиболее классическим инструментом работы со студентами и подбора талантливых кадров являются базовые кафедры или совместные программы обучения в вузах. Такая практика сложилась во многих вузах и существует довольно давно. Так, компания «Яндекс» начала совместную деятельность с университетами еще в 2007 году. Первая открытая совместная кафедра возникла МФТИ. На текущий момент совместные программы компания проводит с МФТИ, УрФУ, НГУ, СПбГУ, РЭШ и НИУ ВШЭ [7]. У «Mail.ru Group» программы дополнительного образования для студентов работают в 5 вузах: с 2011 года — Технопарк в МГТУ им. Н. Э. Баумана, с 2014 года — Техносфера в ВМК МГУ, с 2015 года — Технотрек в МФТИ, с 2016 года — Технополис в СПбПУ и с Техноатом в МИФИ [8]. В «КРОК» совместные программы магистратуры реализуются с тремя вузами: МИЭТ, МАИ и Высшей школой экономики [9].

Еще одним инструментом привлечения талантливых молодых сотрудников являются собственные образовательные программы компаний, которые реализуются непосредственно в офисах компаний и обычно занимают от недели до нескольких месяцев. Такой формат позволяет познакомиться будущих коллег с офисным пространством и экспертами, погрузить участников в корпоративную культуру. Так, яркий пример подобного инструмента «Летняя IT-школа КРОК», которая ежегодно реализуется в компании уже более 6 лет. Это формат двухнедельного интенсива, позволяющего молодым талантам пройти обучение по одному из направлений, познакомиться с ведущими сотрудниками и топ-менеджерами, а также получить опыт работы над проектами в бизнес-условиях, по сути, программа является центром оценки, в рамках которого студенты могут не только получить практические навыки и узнать про опыт «КРОК», но и проявив себя, получить приглашение на работу в компании по результатам обучения [10]. В компании «Яндекс» работает «Академия Яндекса», где реализуются краткосрочные курсы и образовательные программы по важным для бизнеса компании направлениям: тестированию, аналитике, продакт-менеджменту [7]. В «Mail.ru Group» активно проходит обучение студентов язык программирования, в формате онлайн реализуются курсы разработки на Java, C, C++ и другим языкам программирования, знание которых востребовано в корпорации [8].

Также во всех компаниях есть отдельные форматы, которые проходят разово или занимают несколько дней, это: лекции, митапы, чемпионаты или хакатоны, в рамках которых студенты могут проявить себя и развить конкретные умения и навыки, реализовать собственный проект в короткий срок. Так, например, VK Hackathon, который проводится одним из направлений «Mail.ru Group» — командой «ВКонтакте» собирает сотни талантливых молодых разработчиков со всей России, участники в командах решают бизнес-задачи и соревнуются за денежные призы. В «КРОК» последние два года активно практикуется формат образовательных мультидисциплинарных хакатонов, цель таких мероприятий не борьба за получение денежного вознаграждения. За 2 дня участники разбираются в новой для них сфере и участия создавать ИТ-решения для работы с проблемами этой сферы. Уже прошли хакатоны по геоинформатике, урбанистике, медиа, косплею и ролевым играм, цифровым гуманитарным технологиям, а также по цифровым коммуникациям. В «Яндексе» хакатоны проводят с 2013 года и кроме классических целей, компания с их помощью популяризирует собственные сервисы и технологии [11].

Таким образом, опираясь на результаты сравнительного анализа, можно сделать вывод, что российские ИТ-компании достаточно хорошо освоили образовательные программы, как и инструмент привлечения и работы с талантливыми студентами и выпускниками вузов. В рассмотренных в данной статье компаниях такой формат талант-менеджмента применяется активно на протяжении последних 10-15 лет. Образовательные форматы, применяемые для работы с талантливыми студентами можно классифицировать по продолжительности на долгосрочные с длительностью от полугода и больше, среднесрочные, которые проходят от одной недели до полугода и краткосрочные программы от нескольких часов до нескольких дней. Рассмотрев существующие форматы, можно говорить о том, что использование образовательных инструментов позитивно влияет не только на привлечение молодых талантов в компанию, но и сказывается в целом на бренде работодателя, формируя образ социально-ответственных корпораций, вкладывающихся в развитие отрасли и нового поколения специалистов.

#### Список литературы:

1. Boudreau, J.W. and Ramstad, P.M. (2005) «Talent, talent segmentation and sustainability: a new decision science paradigm for a new HR paradigm», Human Resource Management, Vol. 44, pp.129–136.

2. Cappelli, P. (2008) «Talent management for the twenty-first century», Harvard Business Review, Vol. 86, pp.74–81.
3. Deery, M. (2008) ‘Talent management, work-life balance and retention strategies’, International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. 20, pp.792–806
4. Штат. Тренды на рынке труда 2020 [Электронный ресурс] URL: <http://www.hrmedia.ru/node/1755> (Дата обращения 05.05.2020)
5. Война за таланты / Э. Майклз, Х. Хэндфилд-Джонс, Э. Экселрод; пер. с англ. Ю. Е. Корнилович. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2005. — 272 с.
6. Исследование «ИТ-кадры для цифровой экономики в России» [Электронный ресурс] URL: [https://www.apkit.ru/files/it-personnel%20research\\_2024\\_APKIT.pdf](https://www.apkit.ru/files/it-personnel%20research_2024_APKIT.pdf) (Дата обращения 05.05.2020)
7. Яндекс.Инициатива [Электронный ресурс] URL: <https://initiative.yandex.ru/projects?tag=students#list> (Дата обращения 06.05.2020)
8. Хабр. Все образовательные проекты Mail.Ru Group [Электронный ресурс] URL: <https://habr.com/ru/company/mailru/blog/328912/> (Дата обращения 06.05.2020)
9. КРОК. Обучение и развитие [Электронный ресурс] URL: <https://www.croc.ru/career/training/> (Дата обращения 07.05.2020)
10. Летняя IT-школа КРОК [Электронный ресурс] URL: <https://schoolcroc.ru> (Дата обращения 07.05.2020)
11. Хакатон Яндекса [Электронный ресурс] URL: <https://events.yandex.ru/events/meetings/hack/> (Дата обращения 07.05.2020)