Випуск №
1(103)
(від 26.01.2024)

Енергія
твого успіху

Дайджест NRG Review

У цьому випуску:

Колонка редактора. Про що пропонує поговорити Інна Воротникова 2 стр.

Яким був 2023 рік для українських компаній: результати дослідження Київстар Бізнес 3 стр.

Зарплати українських розробників — зима 2024 12 стр.

Тренди комунікацій 2024 року. Огляд від Медіамейкер 22 стр.

Від блакитного до нового: розбираємося у типах професій за кольорами комірців 23 стр.

Щоб досягти успіху. Вісім порад, як розвивати соціальний інтелект 25 стр.

Які AI-сервіси допоможуть швидше аналізувати дані й зекономити години роботи 26 стр.

Дорогі друзі!

З вами я, Інна Воротникова, та мій традиційний дайджест.

Почну з наших корпоративних новин – ми оновилися в соцмережах й стали більш активними. Долучайтесь до нашої спільноти
у Telegram https://t.me/agencynrg
Facebook https://www.facebook.com/nrg.ua
Instagram https://www.instagram.com/nrg.recruiting_agency
Буду вдячна за зворотній зв'язок – що вас цікавить найбільш, що сподобалося, які теми актуальні. Поступово додаємо різноманітності про нас, оскільки є про що поділитися.

Нещодавно всією командою аналізували наші цифри. Скажу відверто – це мотивує продовжувати свій шлях.

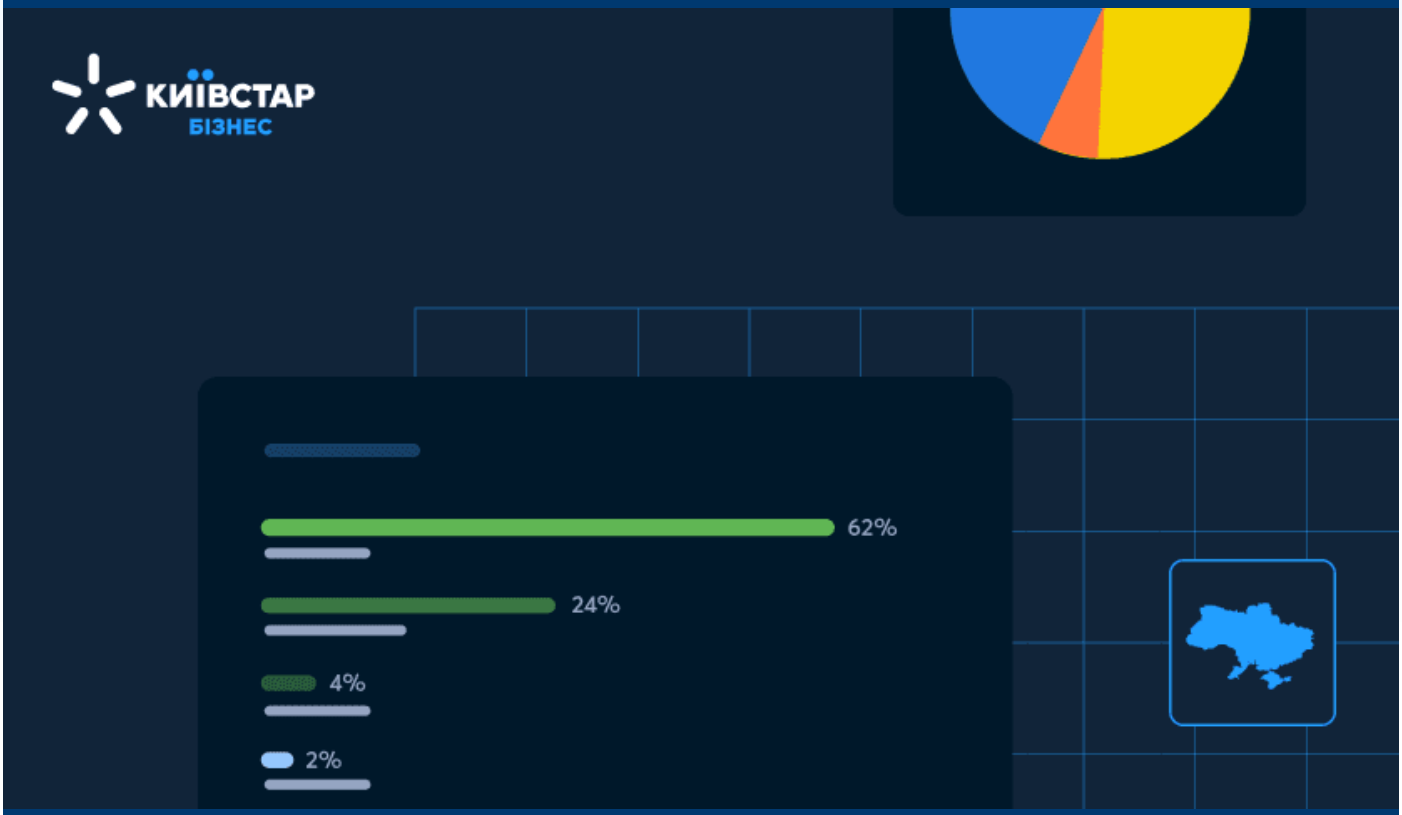
В цьому дайджесті пропоную поговорити:

- **Яким був 2023 рік для українських компаній: результати дослідження**
- **Зарплати українських розробників – зима 2024**
- **Тренди комунікацій 2024 року**
- **Від блакитного до нового: розбираємося у типах професій за кольорами комірців**
- **Щоб досягти успіху. Вісім порад, як розвивати соціальний інтелект**
- **Які AI-сервіси допоможуть швидше аналізувати дані й зекономити години роботи.**

Бережіть один одного. Тримаємося й наближаємо Перемогу!

З повагою –
Інна Воротникова

ЯКИМ БУВ 2023 РІК ДЛЯ УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ



РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ КИЇВСТАР

За матеріалами hub.kyivstar.ua

Ганна Сухорукова
фахівець B2B-комунікацій та автор статей Kyivstar Business Hub

Про що:

Kyivstar Business традиційно проводить дослідження стану українського бізнесу. Ми опитали представників компаній і дізналися, з якими викликами вони стикалися у 2023 році, як працювали та якими стратегіями керувалися в умовах війни в Україні. Результати дослідження можуть стати джерелом інсайтів для адаптації ваших бізнес-планів на 2024 рік. Адже тут кожна цифра — це історія чийогось успіху або випробування, а кожен висновок — ключ до розуміння ваших можливостей та потенціалу.

Загальні відомості про опитування

Онлайн-анкетування тривало з 1 по 30 листопада 2023 року. До нього долучилося 750 респондентів. Серед них — власники компаній/ФОП, CEO, менеджери, фінансові, маркетингові та IT-директори. Це представники мікрокомпаній, малого, середнього та великого бізнесу зі сфери нерухомості й будівництва, виробництва, ритейлу та електронної комерції, сфери обслуговування, сільського господарства, медицини, логістики, IT, юриспруденції та інших напрямків.

Стан компаній та їхніх команд

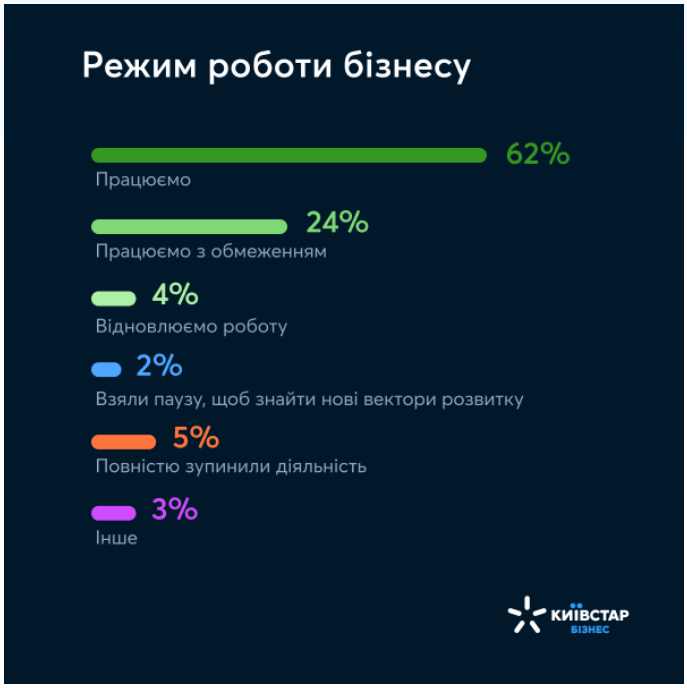
У якому стані зараз бізнес

У кінці 2023 року більшість компаній (62%) працювали на повну, майже чверть (24%) — з обмеженнями, 4% — на стадії відновлення роботи, 2% — призупинили діяльність, аби знайшли нові вектори розвитку. А ось 5% підприємців вимушені були закрити бізнес.

У порівнянні з показниками за 2022 рік, зараз повільно, але відбувається відновлення роботи.

https://hub.kyivstar.ua/news/doslidzhennya-vid-kyyivstar-biznes-pidsumky-stanu-ukrayinskogo-biznesu-za-2022-ta-plany-na-2023-chastyna-1/

Усе більше компаній починають працювати на повну й усе менше призупиняють діяльність. Втім, причини закриття компаній можуть бути різними. Серед тих, які називали наші респонденти, — мобілізація працівників. Водночас деяким вдається керувати компаніями навіть з лав ЗСУ.



На якій території працює бізнес

У 2023 році український бізнес був орієнтований здебільшого на національний ринок, адже 40% компаній працюють по всій Україні, 41% — локально у межах області або міста, а 15% — охоплюють одразу декілька регіонів. Таку статистику ми занотували і на весні 2023.

https://hub.kyivstar.ua/news/doslidzhennya-vid-kyyivstar-biznes-pidsumky-stanu-ukrayinskogo-biznesu-za-2022-ta-plany-na-2023-chastyna-1/

Проте, є одна цікава відмінність.

Зараз показник компаній, які працюють із закордонними ринками, збільшився: з 4% на 17%. Це переважно представники IT та виробництва. Така тенденція може свідчити про те, що бізнес знайшов можливості міжнародного співробітництва.

У якому регіоні працює бізнес

Після аналізу відповідей на запитання щодо областей України, де зосереджений бізнес станом на листопад 2023 року, можна виокремити дві основні групи регіонів залежно від кількості компаній, які там працюють.

- Області, де бізнес активніше працює: Київська (47%), Дніпропетровська (24%), Львівська (24%), Одеська (19%), Вінницька (19%).
- Області з меншою активністю бізнесу: Чернігівська (14%), Сумська (14%), Закарпатська (13%), Чернівецька (12%), Херсонська (9%).

У порівнянні з 2022 роком, мало не в усіх регіонах відбулося збільшення активності компаній.

Наприклад, у Київській області приріст з 35% до 47%, у Львівській області — з 12% до 24%, у Житомирській області — з 9% до 18%, у Херсонській області — з 1% до 9% тощо.

Як працює команда

У 2023 році майже 50% компаній працюють повністю офлайн, 32% — дотримуються гібридного формату співпраці, поєднуючи віддалену та офлайн роботу. Кожна п'ята компанія (18%) працює віддалено в межах країни. Переважно з-за кордону виконують свої обов'язки 2% співробітників, а повністю офлайн за межами України — лише 1%.

Загальна тенденція показує зростання фізичної присутності працівників на роботі. Гібридний формат також залишається значущим, але менш популярним у порівнянні з 2022 роком.

Якщо дивитися за сферами, то, скажімо, напрямки агро, ритейлу, обслуговування, виробництва надають перевагу офлайну, а IT — гібридному формату та віддалено в межах України.

Які нові технології для роботи команди застосовувала компанія

Технології, які назвали представники компаній, допомагають оптимізувати бізнес-процеси, підвищити продуктивність та збільшити ефективність у різних галузях.

Йдеться про штучний інтелект (ШІ), https://hub.kyivstar.ua/articles/shtuchnyj-intelekt-nazavzhdy-zminyuye-svit-shho-biznesu-treba-znaty

хмарні сервіси для роботи з документами (наприклад, Microsoft 365), https://kyivstar.ua/business/products/microsoft-office?_gl=1*nxebjt*_ga*MTcyMjY3OTIxMC4xNzA2MDQwNjly*_ga_337VP9WBDJ*MTcwNjA0MDYyMS4xLjEuMTcwNjA0MzUxNi41My4wLjA.

КЕП, CRM, https://hub.kyivstar.ua/articles/dobirka-crm-system-dlya-optymizacziyi-biznesu

перехід на нову IT-платформу, мобільний додаток, чат-бот, https://hub.kyivstar.ua/articles/shho-take-chat-bot-dlya-biznesu-use-shho-potribno-znaty-kompaniyam

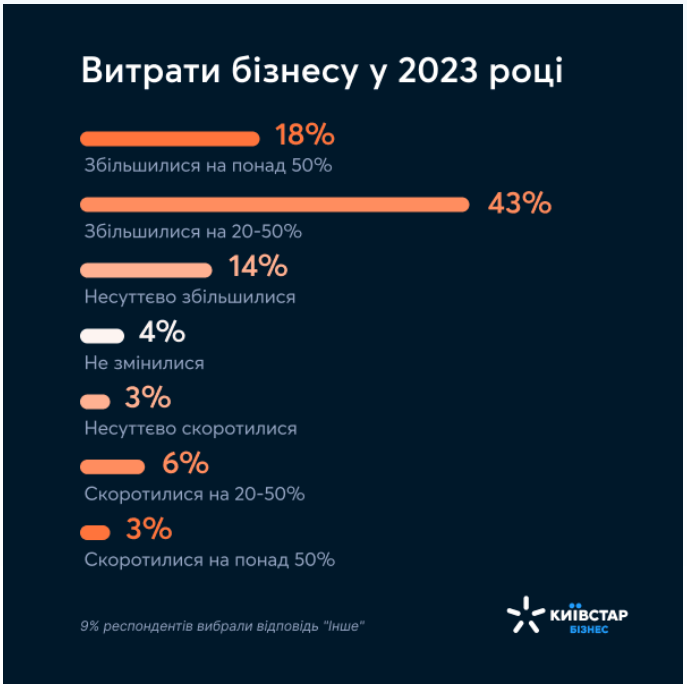
сервіс для моніторингу транспорту по GPS, https://hub.kyivstar.ua/articles/7-prychyn-vykorystovuvaty-m2m-sim-karty-v-logistyczi

інструменти для віддаленої роботи, використання альтернативних джерел енергії тощо. В цілому, ШІ, хмари та CRM — технології, які були актуальні як у 2022, так і у 2023 році.

Витрати, доходи та прибутки компаній

Як змінилися витрати бізнесу у 2023 році

У більшості компаній витрати у 2023 році зросли: у 43% — на 20-50%, у 18% — на понад 50%. Маємо невеликий відсоток компаній, які не збільшували витрати або, навіть, скоротили їх. Загалом ситуація з витратами, у порівнянні з 2022 роком, суттєво не змінилася, що може свідчити про збереження рівноваги в економічному середовищі підприємств.

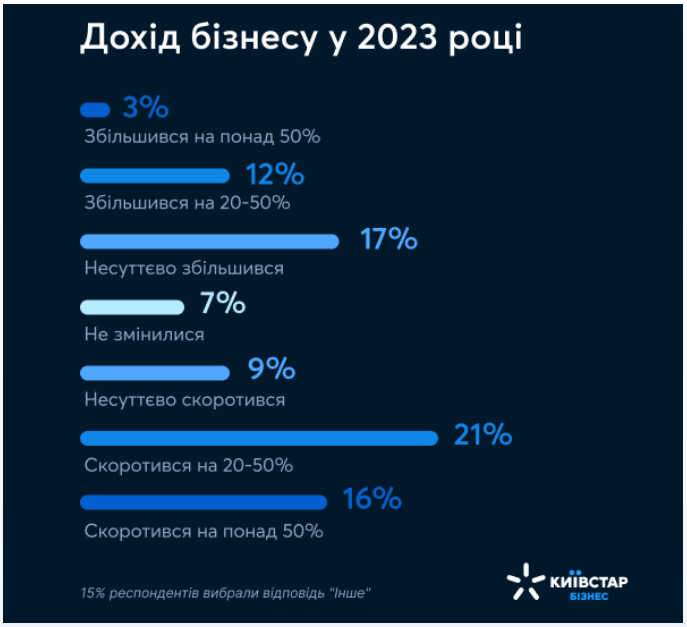


Як змінився прибуток компанії у 2023 році

У 2023 році бізнеси демонструють позитивні тенденції щодо прибутків. Так, 32% компаній відзначають збільшення прибутку, хоча ще 2022 році їх було лише 20%. Підтверджуючи тенденцію до покращення фінансової ситуації компаній, зазначимо, що у 2022 році 58% бізнесів скоротили прибутки, тоді як у 2023 році ця цифра зменшилася до 48%. Залишаючи стабільними свою фінансову ситуацію, 6% підприємств не зафіксували змін у прибутку.

Як змінився дохід бізнесу у 2023 році

Аналізуючи структуру доходів бізнесу у 2023 році, виокремлюються різні тенденції. Позитивним є збільшення доходів у 32% компаній, що свідчить про успішні стратегії розвитку та адаптацію до ринкових умов. У порівнянні з попереднім роком (22%), спостерігається певне прискорення у темпах зростання. З іншого боку, важливо відзначити зменшення кількості компаній, у яких скоротилися доходи. Якщо у 2022 році таких було 57%, то у 2023 році цей показник становив 46%. Це може вказувати на певну стабілізацію ситуації, де усе більше підприємств здатні утримувати рівень доходів навіть у складних умовах.



Робочі процеси та стратегічне планування

Як змінилися робочі процеси всередині компанії за 2023 рік?

У 2023 році компанії внесли низку змін у свої робочі процеси. Ось деякі ключові аспекти:

- Перерозподілили функціональні обов'язки працівників (38%);
- Застосували короткострокове планування оперативної діяльності (31%):
- Скоротили персонал (30%);
- Змінили звичні бізнес-процеси (29%);
- Прискорили прийняття рішень (26%);
- Адаптували асортимент товарів/послуг (24%);
- Розширили штат співробітників (14%);
- Застосували нові технології для роботи команди (6%);
- Використовували штучний інтелект в роботі (6%).

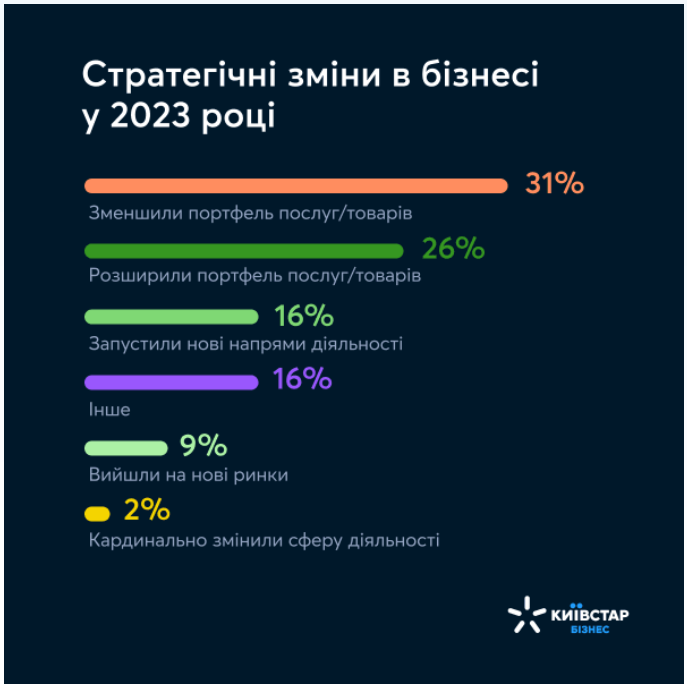
З інших аспектів: підвищили зарплату, щоб утримувати талановитих спеціалістів, релокували бізнес, використовували штучний інтелект у робочих процесах. Окремі історії пов'язані з дефіцитом персоналу через міграцію та мобілізацію населення. http://surl.li/prlev

Водночас якщо порівнювати ці дані з минулим роком, у 2023-му вперше компанії почали активно розповідати про розширення штату, що може бути стратегічним кроком для реалізації нових можливостей.

Які стратегічні зміни відбулися у 2023 році у компанії?

Аналіз стратегічних змін у бізнесі у 2023 році вказує на різноманіття підходів компаній. 31% — зменшили портфель послуг/товарів. З іншого боку, 26% організацій вдалося роз-

ширити свою лінійку. 16% — запустили нові напрями діяльності, зреагувавши на зміни у споживчому попиті. 9% — вийшли на нові ринки, що свідчить про пошук нових можливостей для бізнесу. Кардинальні зрушення відбулися лише у 2% компаній, які повністю змінили сферу діяльності. Серед змін також називали активну участь у грантових програмах,
https://hub.kyivstar.ua/articles/granty-dlya-biznesu-yak-otrymaty-finansuvannya-na-rozvytok-svoyeyi-spravy
а деякі, на жаль, готуються до ліквідації підприємств.



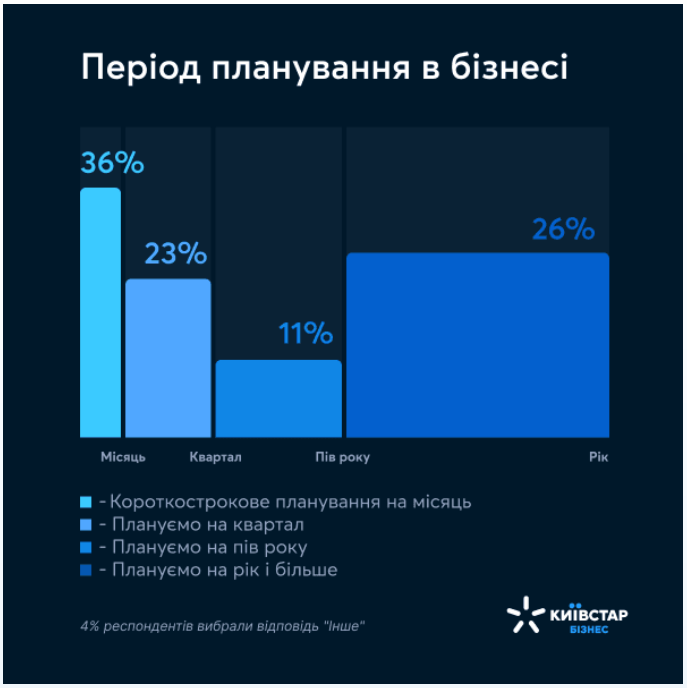
На який період відбувається планування

У 2023 році зменшилася кількість компаній (36%) з короткостроковим плануванням на місяць (у 2022 їх було 41%). Зараз це стосується переважно мікрокомпаній. Крім того, 23% — віддають перевагу плануванню на квартал, а 11% — обирають планування на пів року. Найбільш тривалий погляд на планування мають 26% середніх та великих компаній, які планують на рік і більше. Хоча торік цей показник був на рівні 17%.

Асортимент компаній та потреби клієнтів

Чи змінилися вподобання та потреби клієнтів

5% компаній відповіли, що потреби клієнтів змінилися, але вони не змогли поки визначити найбільш актуальні, а у 13% — не було можливості зробити такий аналіз. Водночас кількість організацій, які розуміють зміни у вподобаннях аудиторії, залишилася приблизно на тому ж рівні, що і у 2022-му (44%).



Як відстежуються зміни у вподобаннях клієнтів

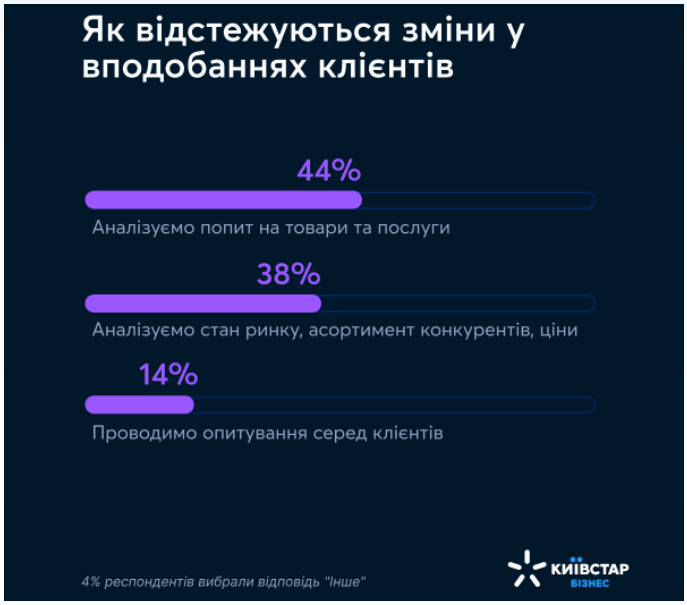
Компанії використовують різні методи для відстеження змін у вподобаннях клієнтів. Один з підходів — це аналіз попиту на товари та послуги, який охоплює 44% компаній. Він дозволяє дізнаватися зміни у виборі споживачів та адаптувати асортимент компанії відповідно до їхніх потреб.

https://hub.kyivstar.ua/articles/yak-analizuvati-czilovu-auditoriyu-ta-viznachati-yiyi-potrebi

38% компаній здійснюють аналіз стану ринку, асортименту конкурентів та їхніх цін, аби отримувати уявлення про свої конкурентні переваги та зони росту. Опитування клієнтів є ще одним методом, яким користується 14% компаній для відстеження змін у вподобаннях.

https://hub.kyivstar.ua/articles/shho-take-microsoft-forms-ta-yak-stvoryty-opytuvannya

Деякі організації використовують для цього можливості соціальних мереж, спілкуються з клієнтами особисто та збирають відгуки. Ці тенденції з минулого року майже не змінилися.



Серед інструментів для аналізу попиту респонденти називали PowerBI,

https://hub.kyivstar.ua/news/shho-take-power-bi-mozhlyvosti-dlya-biznes-analityky/

Google Analytics, Google Таблиці, Excel, eRank, дослідження, статистичні дані, чат-боти тощо.

https://hub.kyivstar.ua/articles/shho-take-chat-bot-dlya-biznesu-use-shho-potribno-znaty-kompaniyam

Використання реклами

Чи змінювався в компанії бюджет на рекламу в 2023 році

Деякі з компаній (33%) вирішили не закладати бюджет на рекламу у 2023 році, і, ймовірно, вони зосередилися на інших аспектах розвитку. Йдеться зокрема про мікрокомпанії. Водночас 27% організацій (середніх та великих) залишили свої рекламні бюджети без змін, переконавшись в ефективності поточної стратегії. Кожне п'яте підприємство (19%) збільшило свій бюджет на рекламу, адже вважає це важливим інструментом для залучення клієнтів та підтримки конкурентоспроможності на ринку. Натомість 12% компаній вимушені були зменшити свій рекламний бюджет, зважаючи на ефективність витрат.

Які канали для залучення нових клієнтів використовували у 2023 році

Як компанії і планували на 2023 рік, одним з найпопулярніших каналів для залучення нових клієнтів стала участь у заходах, виставках, конференціях (майже 30%).

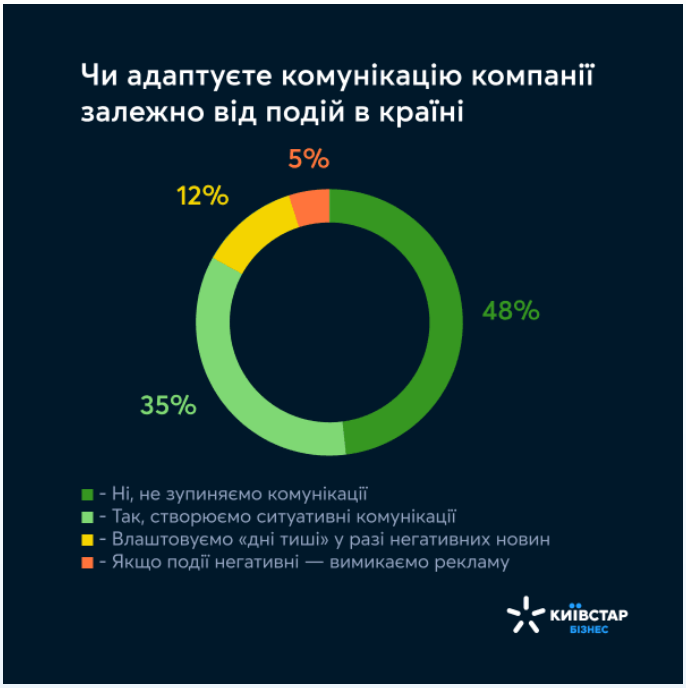
https://hub.kyivstar.ua/articles/doslidzhennya-vid-kyyivstar-biznes-pidsumky-stanu-ukrayinskogo-biznesu-za-2022-ta-plany-na-2023-chastyna-2

Це переважно представники IT, медицини та фарми, а також виробництва. На другому місці — публікації на медіаресурсах (25%), на третьому — соцмережі (24%). Зменшилася важливість залучення аудиторії через платні канали (ppc) та банерну рекламу. https://hub.kyivstar.ua/articles/chy-ye-majbutnye-oflajn-reklamy-v-epohu-czyfrovyh-tehnologij

Натомість збільшилась кількість компаній, які почали залучати клієнтів через зовнішню рекламу. Радіо та ТБ — канали, які не є популярними другий рік поспіль. Як додатковий рекламний канал їх застосовують іноді великі компанії.

Чи адаптували комунікацію компанії залежно від подій в країні

У 2023 році майже 50% компаній продовжували комунікувати незалежно від того, які події в країні відбуваються, хоча у 2022-му цей показник був на рівні 38%. Для 35% підприємств є прийнятним створення ситуативних комунікацій, що вказує на готовність адаптувати свою комунікаційну стратегію. Минулого року таких компаній було більше (45%). Кількість компаній, які обирають «дні тиші» у разі негативних новин або зовсім вимикають рекламу у порівнянні з 2022 роком не змінилася.



Чи плануєте витрати на рекламу у 2024

У 2024 році 29% компаній планують залишити свої витрати на рекламу на рівні 2023 року. 7% — висловили намір зменшити свій рекламний бюджет. З іншого боку, 18% — планують збільшити витрати на рекламу у порівнянні з 2023 роком.

Це може свідчити про бажання підвищити бізнес-активність та боротися за увагу клієнта. Найбільш значна частка, а саме — 38% компаній, заявили, що не закладають рекламний бюджет на 2024 рік.

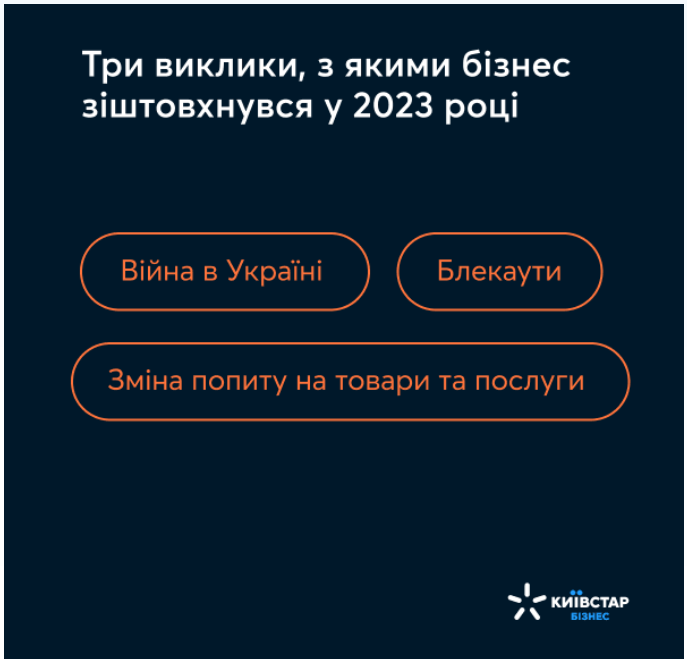
Виклики у 2023 та стратегія на 2024

Три виклики, з якими бізнес зіштовхнувся у 2023 році

Як і у 2022 році, у 2023-му бізнес продовжував стикатися з низкою серйозних перешкод, які впливають на його функціонування та стратегії. Коли ми запропонували назвати три найбільші виклики, то переважна частина компаній в першу чергу назвала, звичайно, війну в Україні. На другому місці — блекаути,

https://hub.kyivstar.ua/articles/yak-pidtrymuvaty-robotu-biznes-proczesiv-bez-elektroenergiyi-pid-chas-blekautu

а на третьому — зміну попиту клієнтів. Водночас були й інші проблеми: відсутність кваліфікованих працівників через еміграцію, зростання цін на паливо, падіння платоспроможності клієнтів, недосконала податкова політика держави тощо.



Як плануєте змінити стратегію у 2024?

Майже 40% компаній впевнені у своїй наявній стратегії й не планують її змінювати у 2024 році. Чого не скажеш про 2% компаній, які її кардинально трансформують. Чверть респондентів (25%) задумуються над новими напрямками діяльності. Деякі компанії (12%) вибрали вихід на інші ринки як стратегічний крок. Є і такі, які визнали потребу у перегляді свого портфеля послуг або товарів, тобто стратегічну переоцінку асортименту. Серед інших планів: релокація виробництва за кордон та отримання грантів.

Висновки

За результатами нашого опитування, загалом ситуація в бізнесі у 2023 році покращилась, у порівнянні з 2022-м. Відбувалося відновлення роботи, тож більшість компаній (понад 60%) працювали на повну і майже чверть — з обмеженнями. Усе менше підприємств призупиняли свою діяльність.

Крім того, у 2023 році український бізнес був переважно орієнтований на український ринок, а не на закордон. Тож, мало не в усіх регіонах відбулося збільшення активності компаній, у порівнянні з минулим роком. Половина опитаних компаній працювала повністю офлайн, а понад 30% — дотримувалися гібридного формату співпраці. При чому гібридний формат є менш популярним, ніж торік.

Аналізуючи структуру доходів, прибутків та витрат, ситуація наступна:

- збільшення доходів компаній, у порівнянні з 2022 роком (з 22% на 32%);
- зменшення кількості компаній, які стикалися зі скороченням доходів (з 57% до 46%);
- збільшення прибутку компаній (з 20% до 32%);
- зменшення кількості компаній, які зазнали скорочення прибутків (з 58% до 48%);
- загалом ситуація з витратами, у порівнянні з 2022 роком, суттєво не змінилася.

У 2023 році компанії змінювали робочі процеси у такий спосіб: перерозподіляли функціональні обов'язки працівників, застосовували короткострокове планування оперативної діяльності, скорочували персонал, прискорювали прийняття рішень, адаптували асортимент товарів/послуг, використовували штучний інтелект в роботі тощо. Зменшилася кількість компаній, які впроваджують короткострокове планування на місяць (з 41% до 36%). І збільшилася частка компаній, як планують на рік і більше (з 17% до 26%).

Зміни у вподобаннях клієнтів у більшості компаній (44%) відстежуються завдяки аналізу попиту на товари і послуги своєї компанії, а також продукцію конкурентів (38%). Переважна частка організацій не закладали бюджет на рекламу у 2023 році або залишали його без змін. Така ж тенденція спостерігається і на 2024 рік.

Популярні канали залучення клієнтів у 2023-му — участь у заходах, виставках, конференціях, публікації на медіаресурсах та SMM. А серед трьох викликів, з якими бізнес зіштовхнувся у 2023 році, більшість назвала війну в Україні, блекаути та зміну попиту на товари та послуги.

ЗАРПЛАТИ УКРАЇНСЬКИХ РОЗРОБНИКІВ

ЗИМА 2024

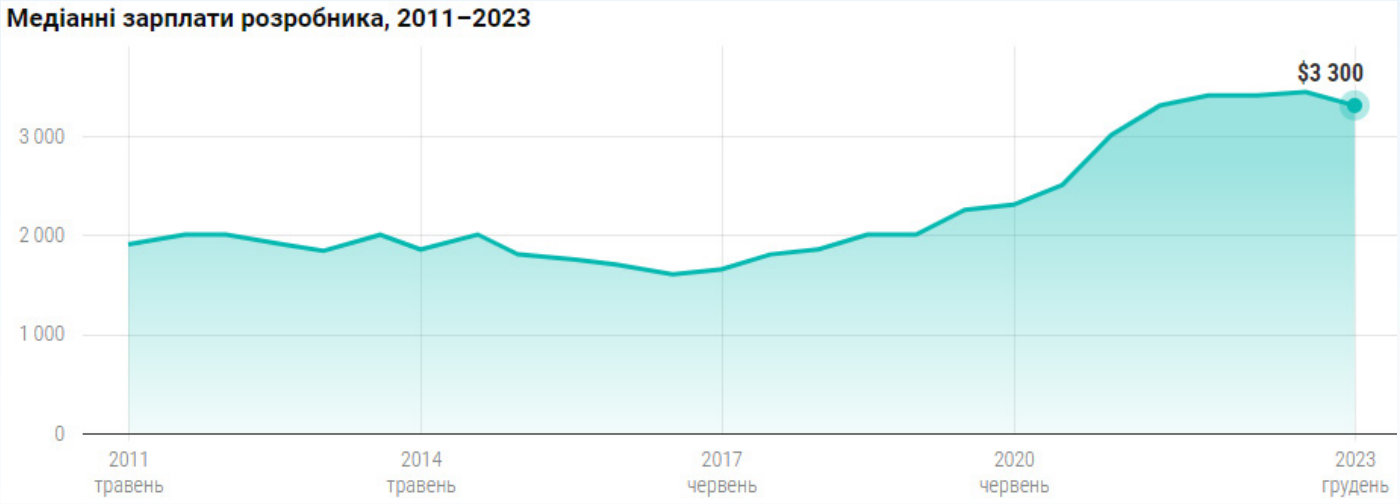
За матеріалами dou.ua

Ірина Іпполітова

Традиційно наприкінці року на DOU пройшло зарплатне опитування серед українських IT-фахівців. Цього разу анкету заповнили 5959 розробників усіх тайтлів та спеціалізацій, які живуть в Україні або тимчасово виїхали за кордон, але планують повернутися. Відповіді фахівців, які не планують повертатися в Україну, тут не враховуємо, бо вони більшою мірою орієнтовані на зарубіжні ринки праці.

Ключові моменти

- Медіанна зарплата розробників зменшилася вперше з початку повномасштабного вторгнення: -$135 за пів року.
- Зниження торкнулися фахівців усіх рівнів, крім Lead+.
- Зменшилися медіанні зарплати в більшості мов.
- Падіння менше торкнулося фахівців з Back-end та Mobile.
- Аутстафінгові компанії, як і раніше, мають найвищі зарплати, аутсорсингові — найнижчі.



В опитуванні, яке проходило в грудні 2023 року та на початку січня 2024 року, взяли участь 12 074 айтівці. Дані в CSV викладемо на GitHub.

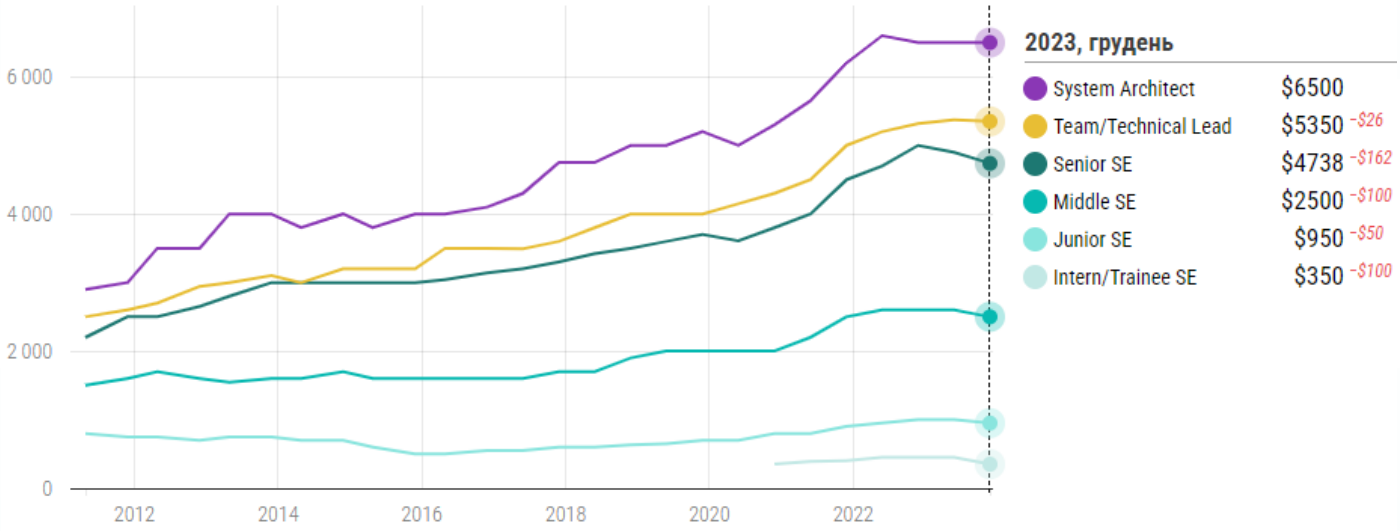
https://github.com/devua/csv/tree/master/salaries

Усі зарплати вказано в доларах США після сплати податків («чистими»). Для аналізу рівнів зарплати ми використовуємо медіану.

У цій статті розповідаємо про зарплати розробників, а про тестувальників та інших айтівців — у наступних випусках.

Медіанні зарплати

Зарплати розробників зменшилися вперше з початку великої війни. В грудні 2023 року медіана становила $3300 проти $3435 пів року тому. Це торкнулося фахівців майже всіх рівнів.

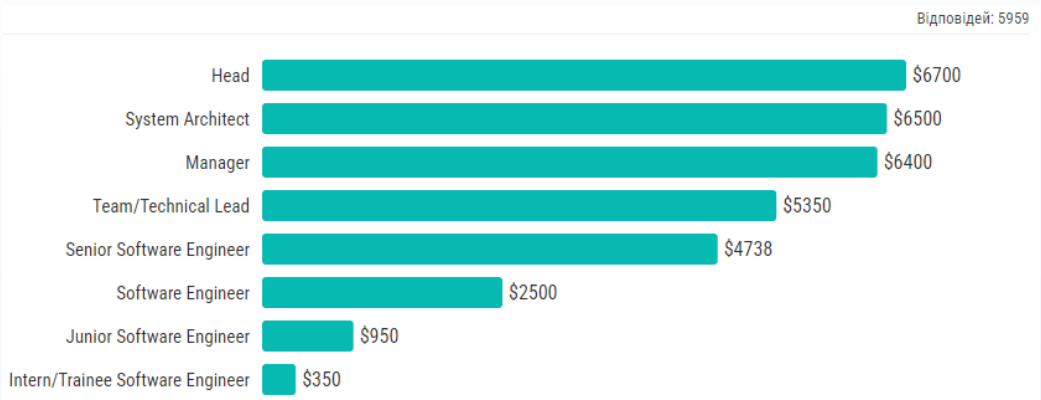


За посадами

Найбільше падіння — у зарплатах фахівців рівня Senior (на $163, до $4738). Зарплати Middle знизилися на $100, до $2500.

Початківців теж не оминула ця тенденція: медіанна зарплата джуна становила $950 проти $1000 пів року тому. Інтерни можуть розраховувати в середньому на $350 замість $450.

Медіанні зарплати найдосвідченіших розробників — рівня Tech Lead та Architect — поки що залишаються на попередньому рівні, а у Team Lead падіння незначне (-$25 проти літа 2023 року).



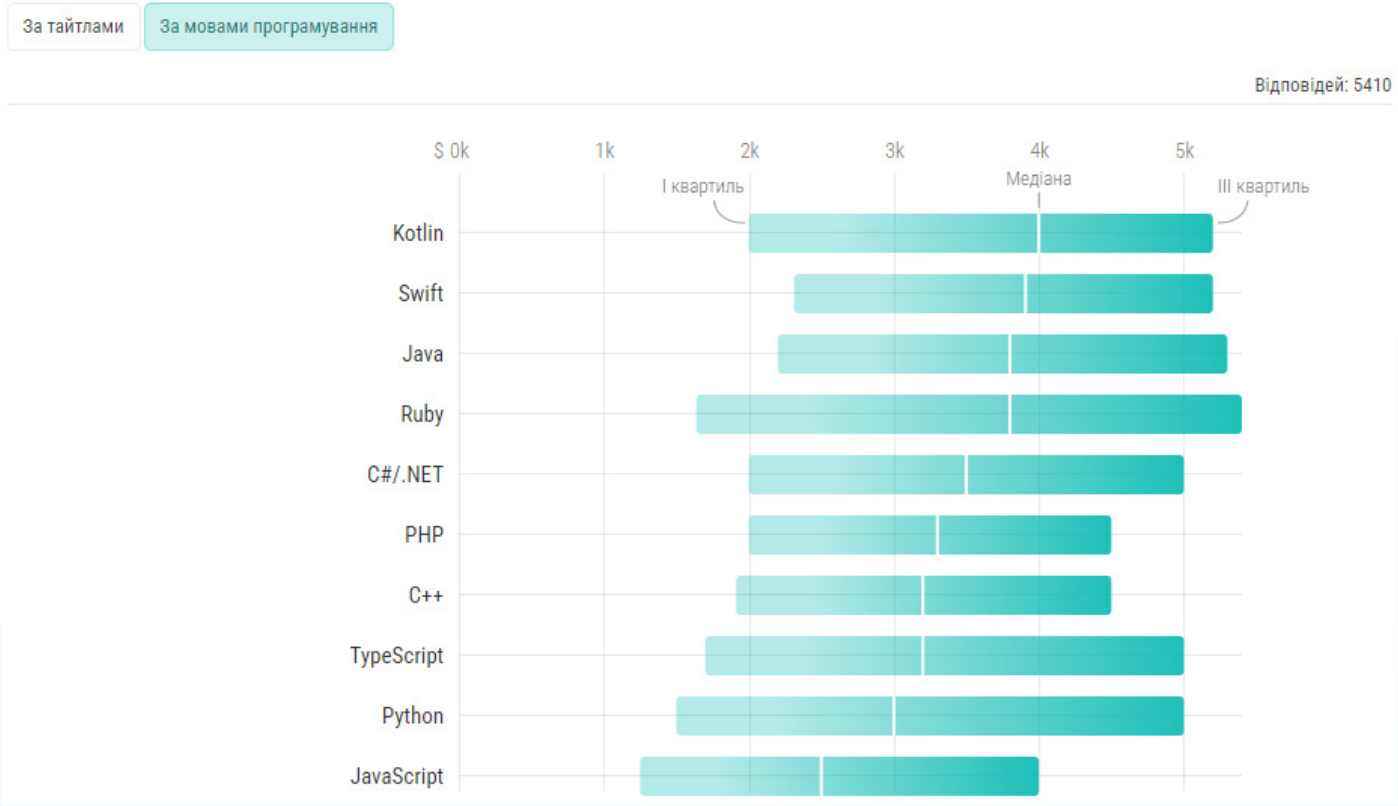
За квартилями

Пів року тому ми зафіксували зменшення зарплат у четвертому квартилі у найоплачуваніших розробників.

https://dou.ua/lenta/articles/salary-report-devs-summer-2023/

У другому півріччі 2023 року це торкнулося і більш оплачуваних, і менш оплачуваних фахівців — майже для всіх тайтлів знизився як перший, так і третій квартиль. Скорочувалися зарплати і в найбільш оплачуваних розробників: у третьому квартилі у Architects — з $7850 до $7600, у Team/Tech Leads — з $6300 до $6200.

Частка розробників, які заробляють понад $10 000, нині становить 1%.

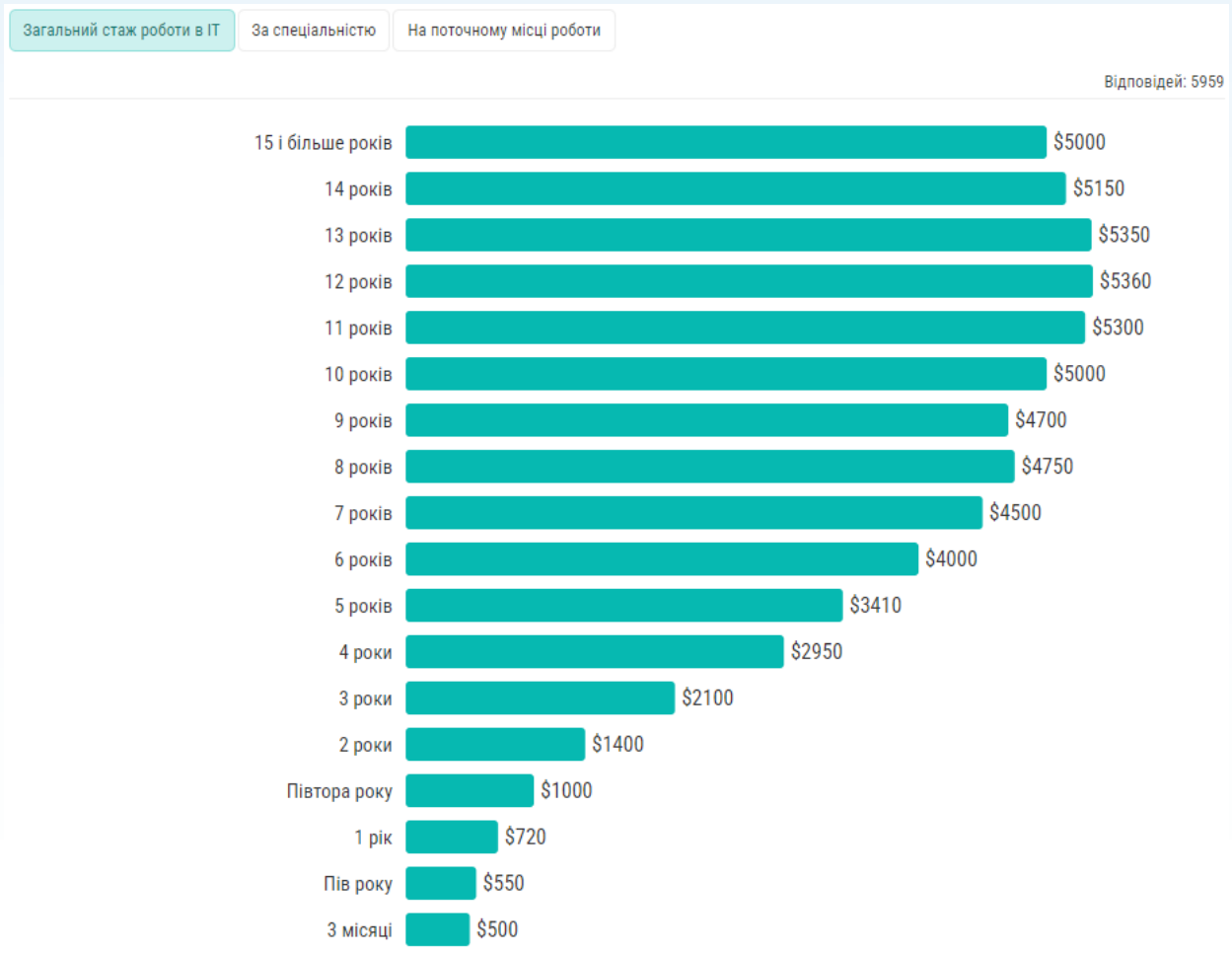


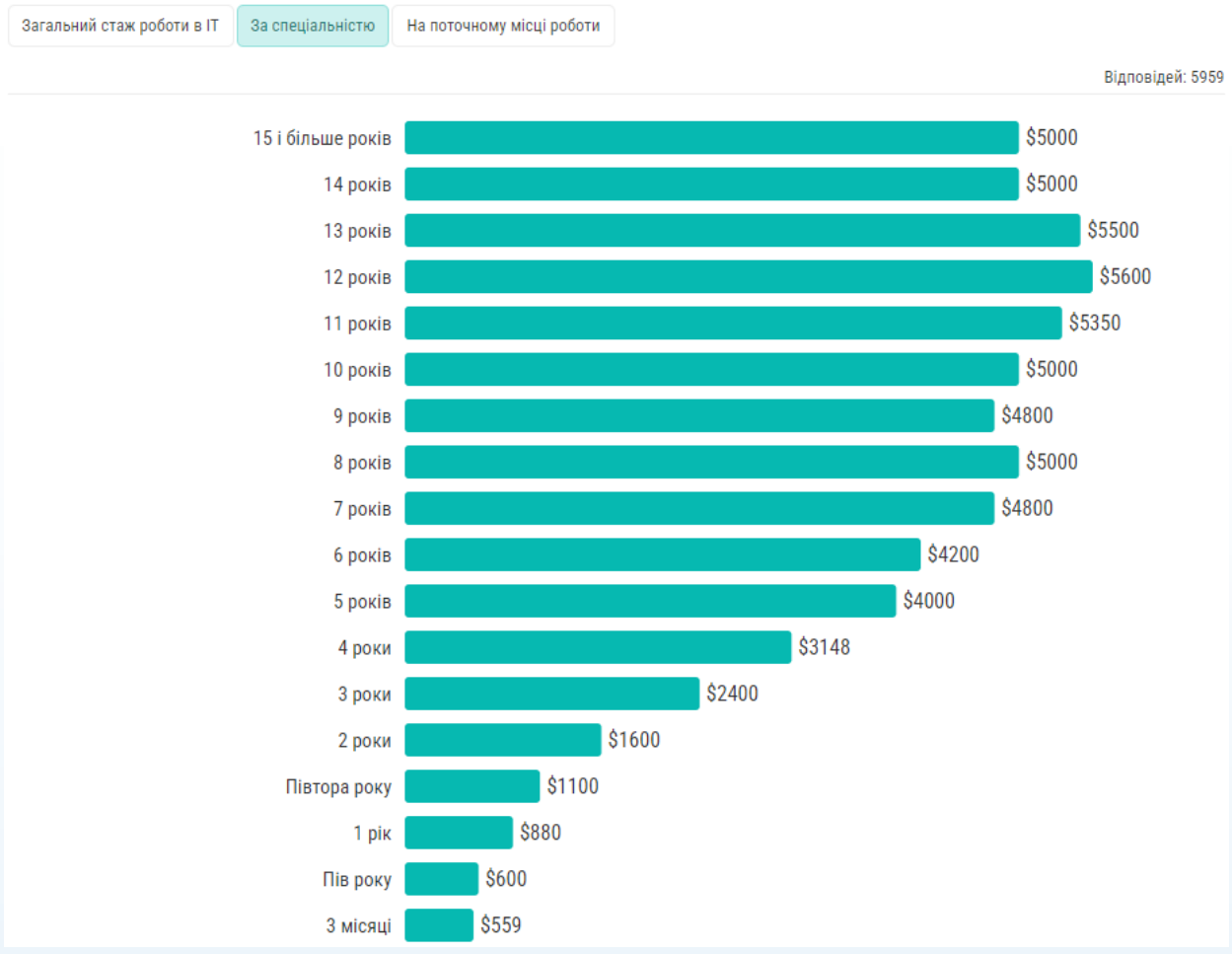
За досвідом роботи в IT

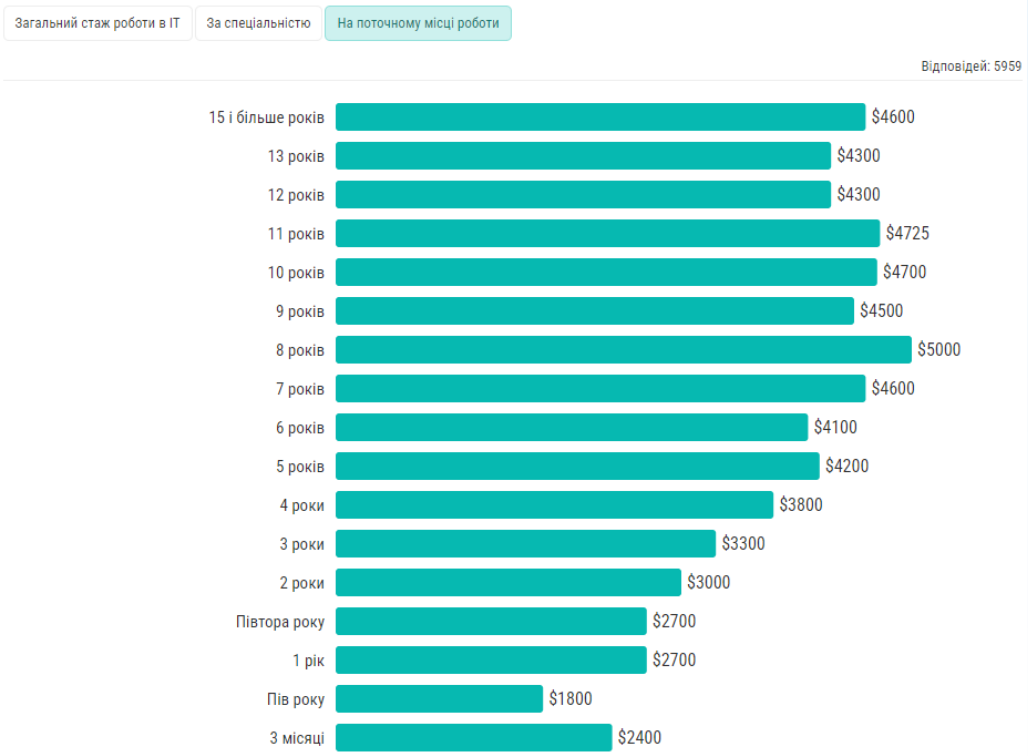
Збільшення досвіду тепер приносить менше додаткового доходу розробникам. Медіанні зарплати фахівців, які мають від 1 до 9 років досвіду в розробці, тепер нижчі, ніж пів року тому. Причиною може бути як те, що зарплати не підвищують, так і нижчі зарплати в нових наймах, про що нещодавно звітував Djinni.

https://meta.djinni.co/public/dashboard/5263311a-6847-4043-b7fe-1132a0b95bfb

На зарплату в $5000 тепер можуть розраховувати розробники з досвідом в IT 10 років і більше (влітку така медіана була у фахівців з 8+ років).


Загальний стаж роботи в IT
За спеціальністю
На поточному місці роботи
Відповідей: 5959
15 і більше років $5000
14 років $5150
13 років $5350
12 років $5360
11 років $5300
10 років $5000
9 років $4700
8 років $4750
7 років $4500
6 років $4000
5 років $3410
4 роки $2950
3 роки $2100
2 роки $1400
Півтора року $1000
1 рік $720
Пів року $550
3 місяці $500


Загальний стаж роботи в IT
За спеціальністю
На поточному місці роботи
Відповідей: 5959
15 і більше років $5000
14 років $5000
13 років $5500
12 років $5600
11 років $5350
10 років $5000
9 років $4800
8 років $5000
7 років $4800
6 років $4200
5 років $4000
4 роки $3148
3 роки $2400
2 роки $1600
Півтора року $1100
1 рік $880
Пів року $600
3 місяці $559

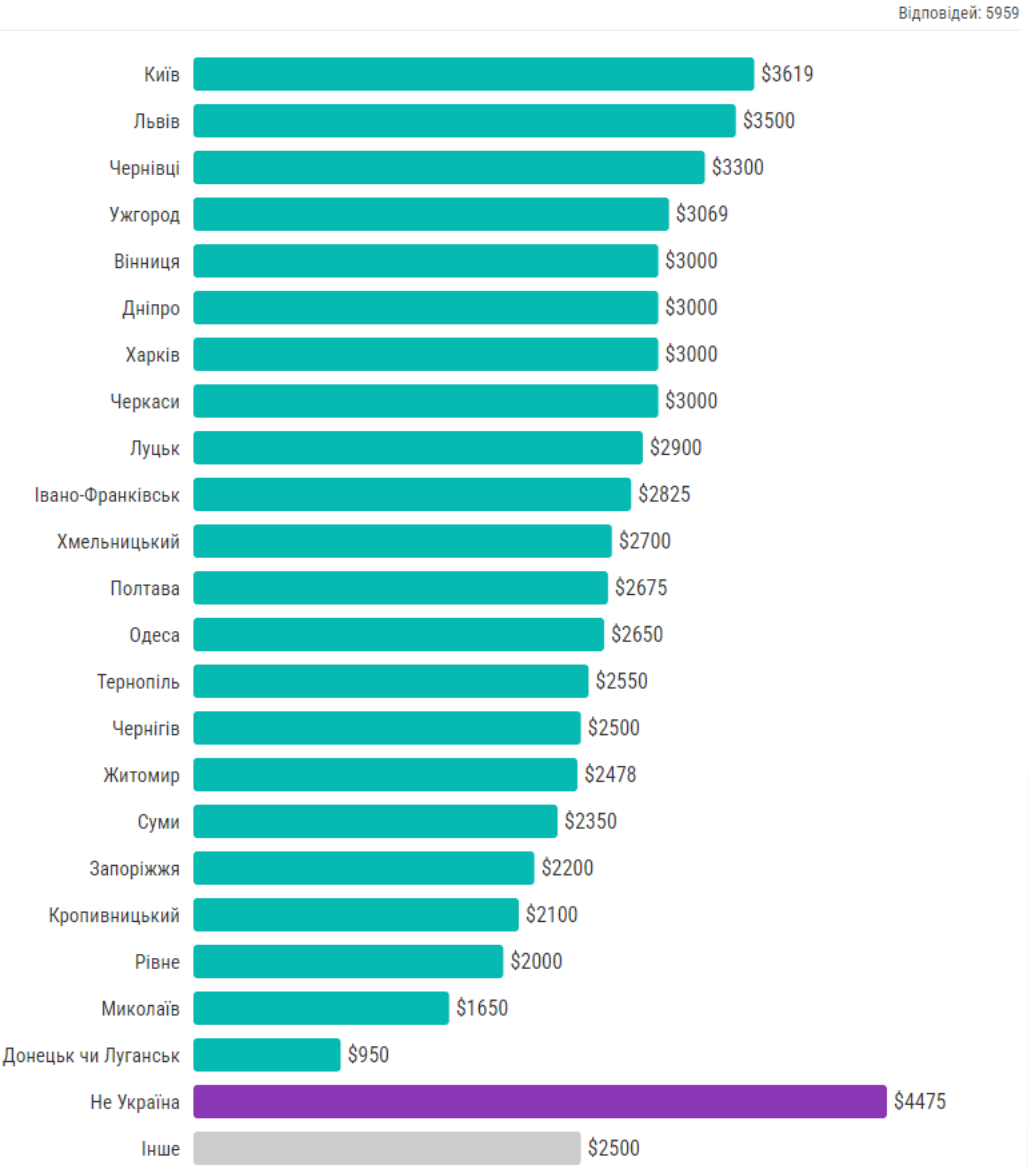


За містами

У більшості міст, включно з Києвом та Львовом, медіанна зарплата зменшилась.

У Києві падіння на $131, до $3619, у Львові — на $225, до $3500. Найбільше зниження в зарплатах мідлів і сеньйорів, а у джунів вони практично не змінилися.

У Дніпрі, Харкові та Чернівцях медіанні зарплати на тому ж рівні, а в Луцьку і Полтаві зафіксоване невелике зростання (на $100 та $25).

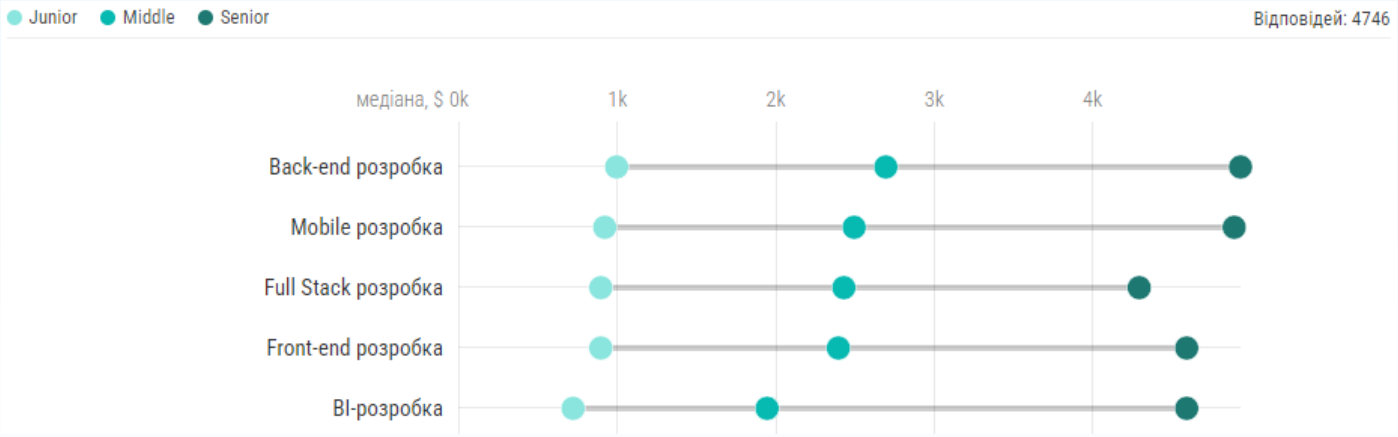


За спеціалізаціями

Спеціалізаціями з найвищими зарплатами залишаються Back-end та Mobile. Зменшення зарплат тут поки що відчувається менше, ніж серед Front-end та Full Stack фахівців.

Медіанні зарплати фахівців з Front-end всіх рівнів, окрім Lead+, знизилися. Серед фахівців з Full Stack це передусім стосувалося джунів (-$80) і сеньйорів (-$450).

Серед Back-end фахівців найбільше падіння в зарплатах мідлів (-$100). Помітно стали меншими зарплати спеціалістів з Mobile-розробки рівня Lead+ (-$300).

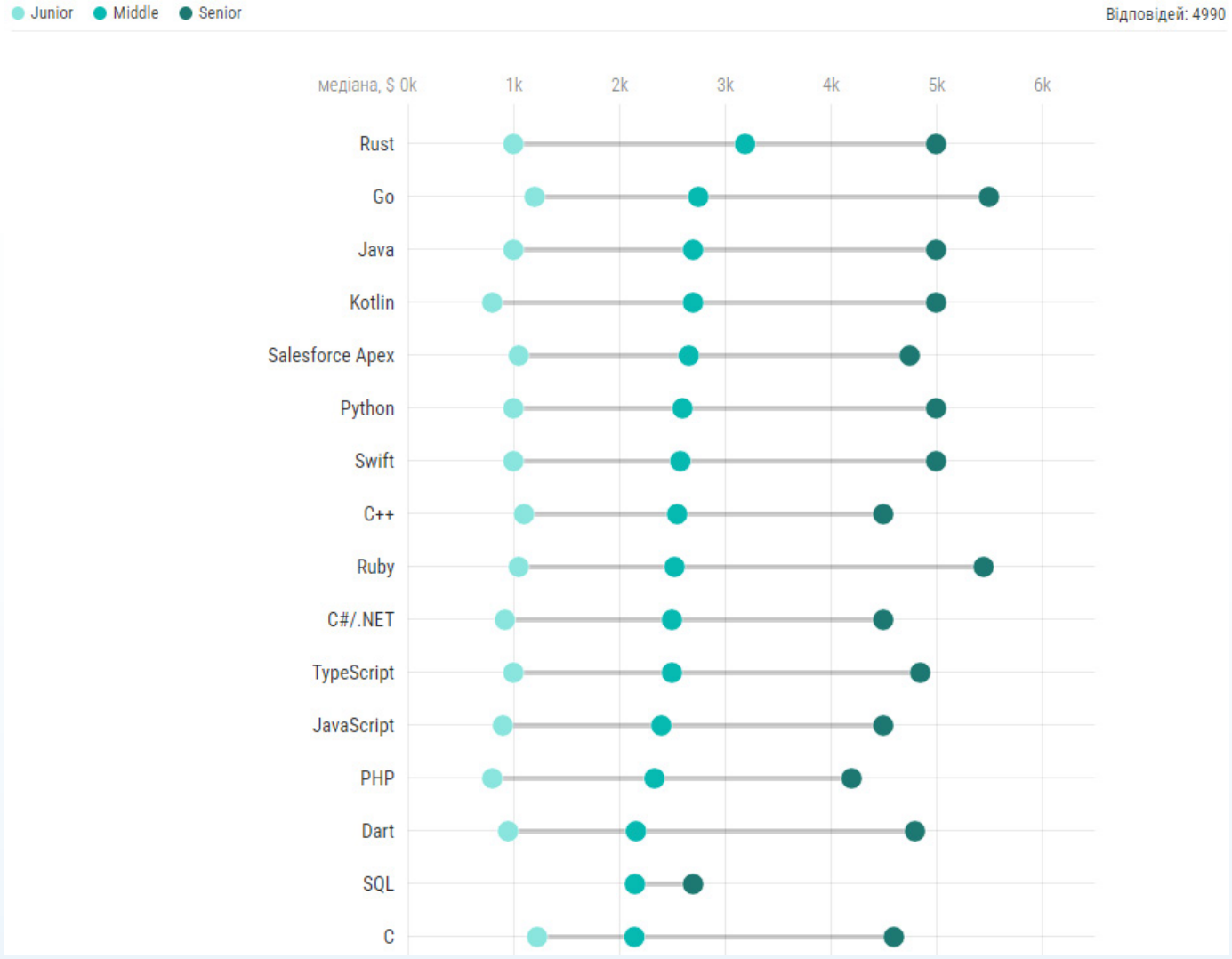


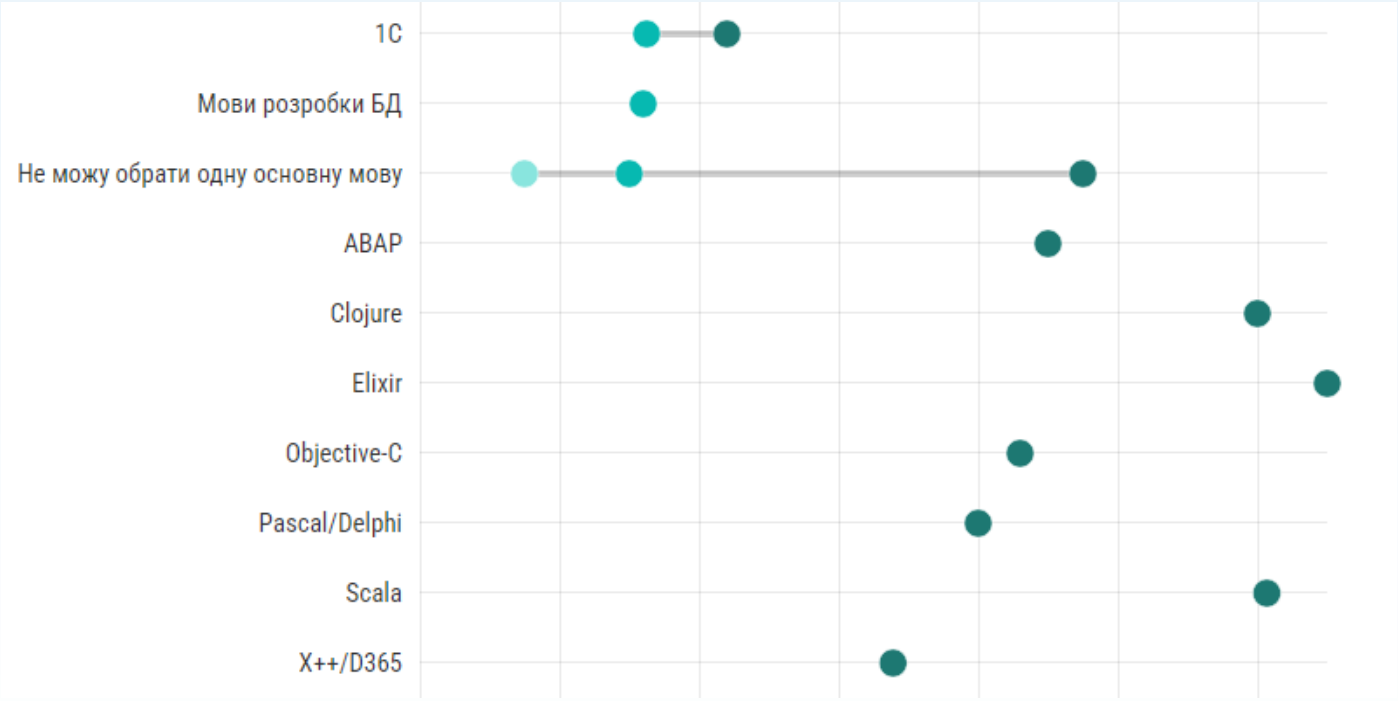
За мовами програмування

Найвищі медіанні зарплати, як і пів року тому, у розробників, для яких основною мовою програмування є Scala ($5600, +$100 за останні пів року). Здебільшого це фахівці рівня Senior+.

На другому місці Go — медіанна зарплата $4500 (-$500 за пів року). Медіанні зарплати фахівців усіх рівнів, для яких ця мова основна, зменшилися в другому півріччі 2023 року, проте залишаються вищими, ніж у інших мов.

Далі — Kotlin та Rust (медіана $4000). Пів року тому Rust був на другому місці, проте нині медіана зменшилась на $1350 — як через зниження медіанних зарплат фахівців різних тайтлів, так і через збільшення кількості новачків, які послуговуються цією мовою.





За типами компаній

Медіанні зарплати розробників в аутстафінгових компаніях залишаються одними з найвищих на ринку ($4100, +$100 за пів року).

Помітно стали менше отримувати в стартапах ($3338, -$663 за пів року). Медіанні зарплати мідлів у цих компаніях знизилися на $500, до $2500, сеньйорів — на $350, до $5650. Зарплати розробників рівня Lead+ — без змін і залишаються одними з найвищих ($6000).

Зарплати в продуктових компаніях, як і раніше, на середньоринковому рівні. За останні пів року стали менше отримувати мідли та фахівці рівня лід і вище (-$200). Зарплати початківців у продуктових компаніях поки що не змінилися і залишаються одними з найвищих серед компаній різних типів.

Медіанні зарплати розробників в аутсорсингових компаніях, як і раніше, одні з найнижчих. За останні пів року дещо знизилася медіанна зарплата сеньйорів (-$125, до $4300) і з'явилася тенденція до зниження зарплат менш досвідчених фахівців (-$70 у джунів та -$20 у мідлів).

Динаміка зарплат за мовами програмування

- **JavaScript.** Зарплати сеньйорів повернулися на рівень середини 2022 року: -$250 до $4500. Після двох років стабільності знизилась і медіанна зарплата мідлів (-$100, до $2400). Зарплати джунів практично без змін від початку повномасштабної війни (+$12 до $900).
- **Java.** Після падіння в першій половині 2023 року зарплати фахівців з Java практично без змін.
- **C# / .NET.** Продовжують знижуватися зарплати розробників рівня Senior: -$200 за пів року, до $4500. Зарплати фахівців рівня Middle та Junior, які залишалися стабільними чи показували невелике зростання, теж впали: -$80 у джуніорів та -$125 у мідлів.
- **PHP.** Зарплати фахівців з PHP зростали, попри повномасштабну війну, до літа 2023 року. Проте в другій половині року медіанні зарплати фахівців усіх рівнів зменшилися: -$300 у сеньйорів, -$165 у мідлів та -$200 у джуніорів.
- **Python.** Протягом останнього півріччя стали менше отримувати досвідчені фахівці: -$200 у сеньйорів та -$100

у мідлів. Зарплати джунів втримали підвищення першої половини року.

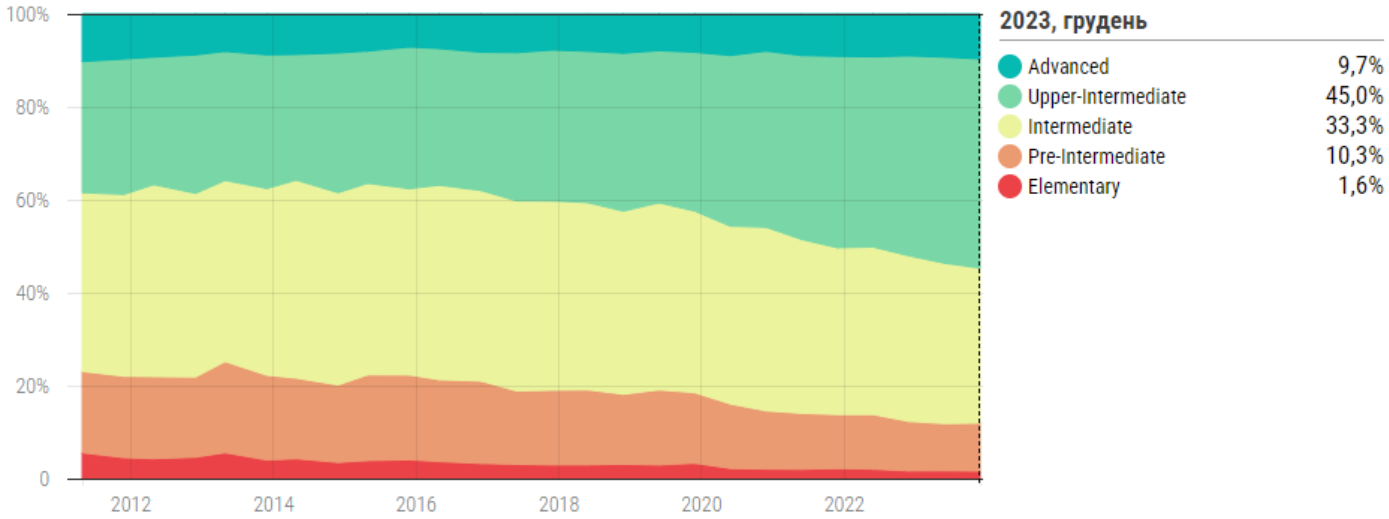
- C++. Медіанні зарплати мідлів і сеньйорів не змінилися. Зарплати джуніорів дещо відновилися після падіння в першій половині року (+$100).
- Ruby/Rails. Зарплати мідлів різко знизилися та повернулися на рівень 2021 року (-$768). Зарплати сеньйорів теж продовжують знижуватися (-$50 за пів року). Зарплати джуніорів дещо відновилися від падіння пів року тому (+$50) і є одними з найвищих серед всіх мов.
- Swift. Продовжують знижуватися зарплати розробників рівня Middle (-$220 за пів року). Зарплати сеньйорів та джуніорів без змін.
- Kotlin. Зарплати сеньйорів помітно знизилися (-$238) і повернулися до рівня середини 2022 року. Джуни теж стали отримувати менше (-$50 за пів року).
- TypeScript. Зарплати мідлів та сеньйорів після року стабільності зменшилися в другому півріччі 2023 року: -$150 у сеньйорів і -$100 у мідлів.

Медіанні зарплати та англійська

Рівень володіння англійською мовою серед розробників досить високий: 45% оцінили його як Upper Intermediate, а ще 10% — як Advanced. За рік частка фахівців, які знають мову на рівні Upper-Intermediate і вище, зросла на 3 п.п.

Досвідчені розробники знають англійську краще: серед фахівців рівня Middle 43% мають рівень Upper-Intermediate і вище, серед сеньйорів — 66%, серед фахівців рівня Lead+ — вже 72%.

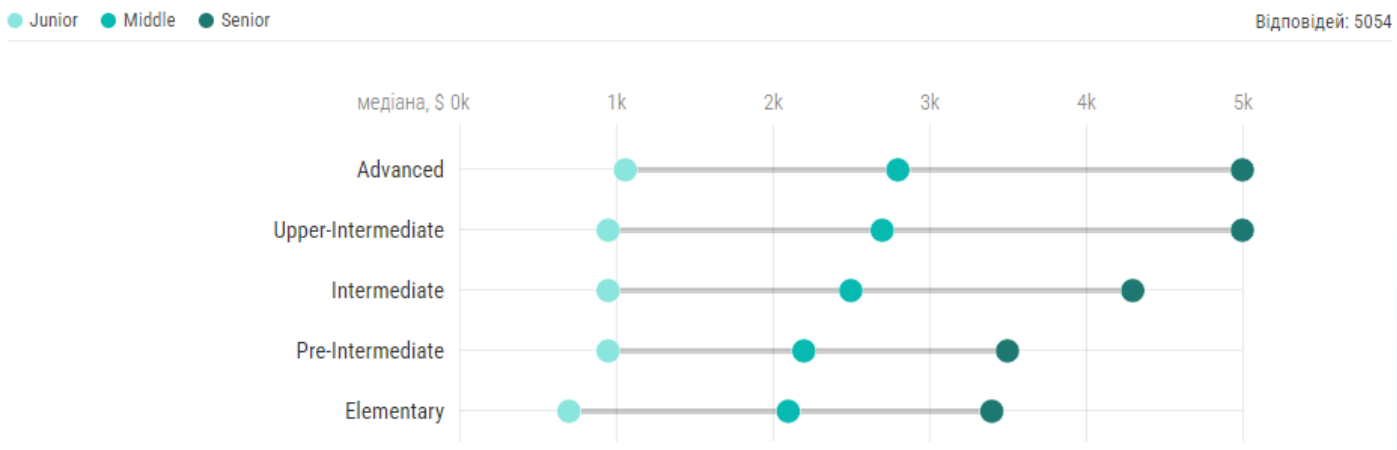
Рівень англійської серед розробників



Фахівці з кращим рівнем англійської, як і раніше, можуть претендувати на вищі зарплати — ця закономірність простежується для усіх тайтлів.

Проте зниження зарплат у другій половині 2023 року торкнулося як тих, хто знає англійську добре, так і тих, хто тільки її опановує.

Медіанні зарплати і знання англійської



Портрет учасників опитування

Частка розробників в Україні та за кордоном практично не змінилася за пів року: 92% опитаних фахівців зараз в Україні, ще 8% — за кордоном, але планують повернутися.

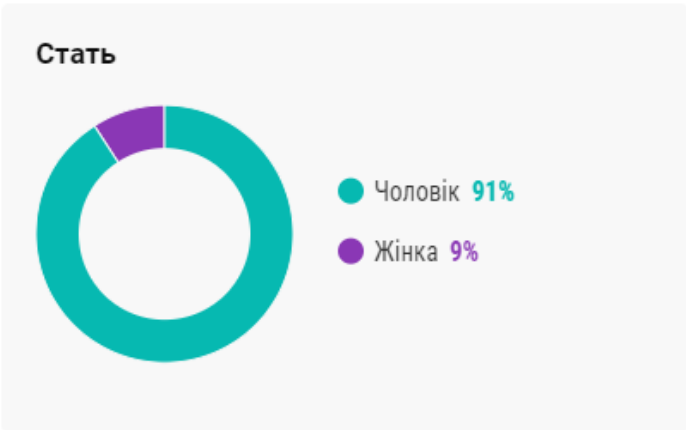
Найбільшими IT-містами залишаються Київ (тут мешкає 36% розробників) і Львів (18%). Частка розробників у Львові поступово скорочується: рік тому тут мешкали 21% фахівців, влітку — 20%. 6% розробників живуть у Дніпрі, по 4% — в Харкові, Одесі, Вінниці та Івано-Франківську.

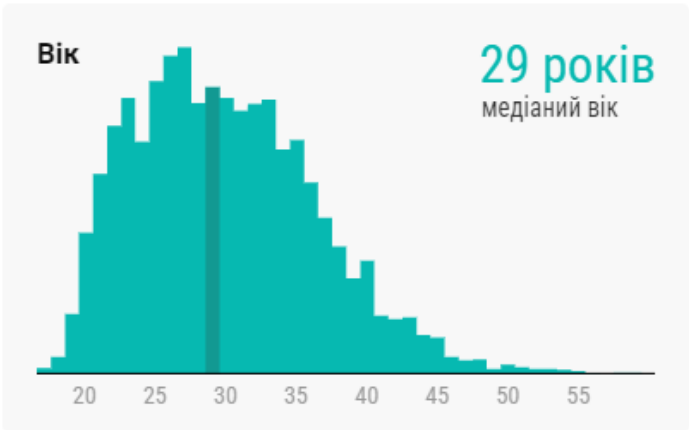
94% розробників, які заповнили нашу анкету, нині працюють. 3% втратили роботу, ще 1% на бенчі. Як і пів року тому, приблизно 1% розробників, які взяли участь в опитуванні, зараз в Силах оборони. Частка айтівців, які втратили роботу, як

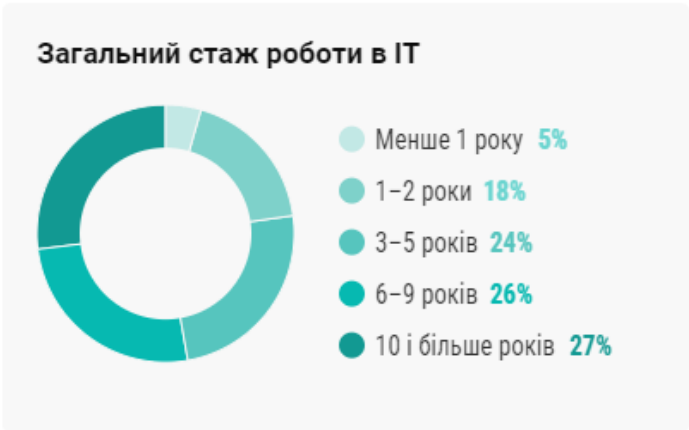
і фахівців у війську, може бути вищою, адже на зарплатне опитування зазвичай відповідають ті, хто зараз працює за своєю IT-спеціалізацією. Зменшується кількість новачків: лише 5% розробників почали працювати за цією спеціалізацією в 2023 році (до початку повномасштабного вторгнення їх було 8%). 39% мають більш як п'ять років досвіду в розробці.

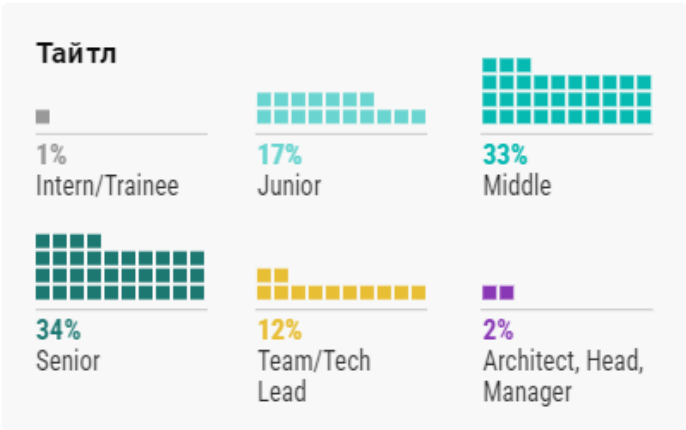
Середній вік українського розробника не змінився і становить 29 років.

Жінок — 9% з опитаних Software Engineers. Розробка серед жінок стає все популярнішою — вони становлять 17% тих, хто почав працювати за цією спеціалізацією в 2023 році.





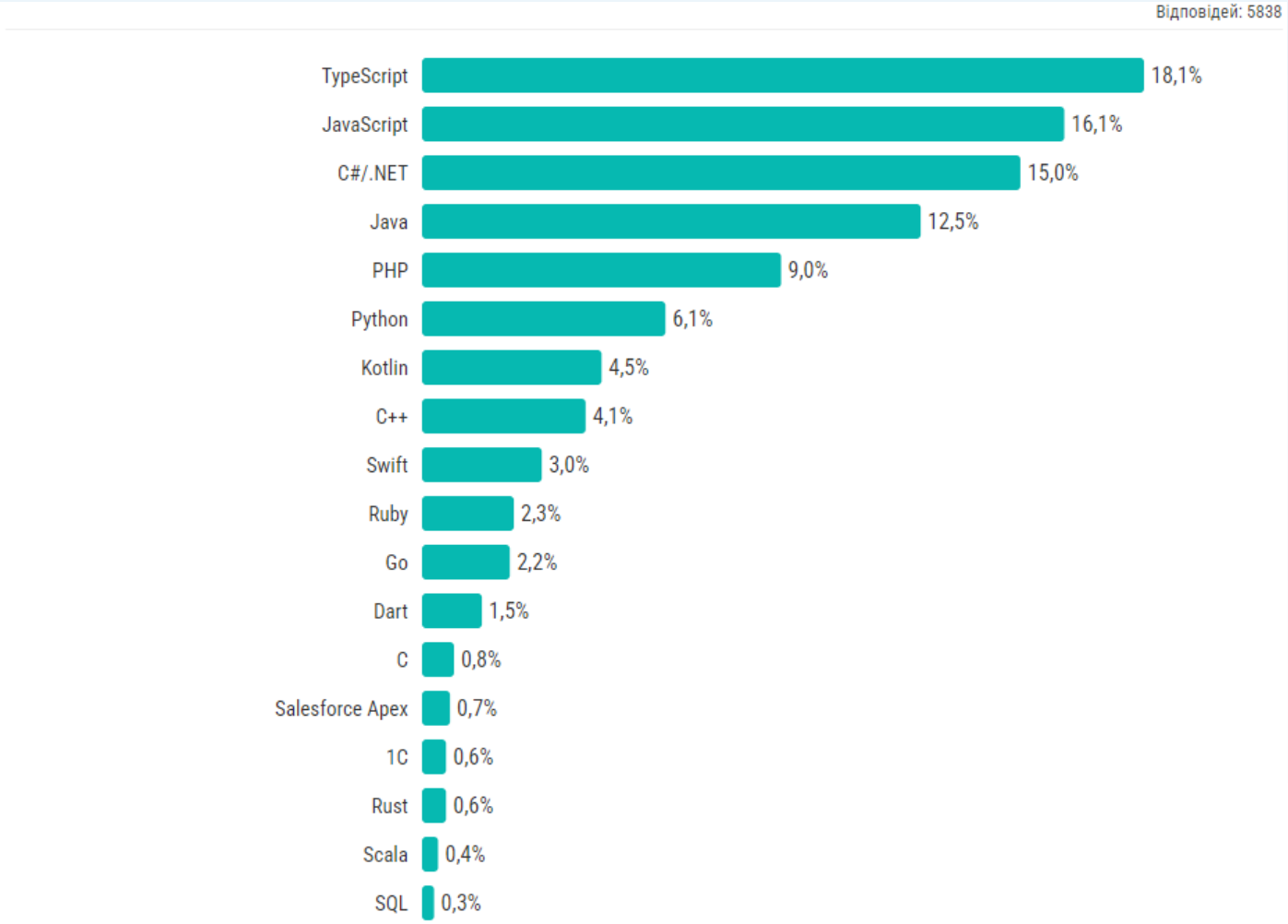




TypeScript за останні пів року обігнав JavaScript за популярністю. Зараз 18% розробників вважають TypeScript своєю основною мовою програмування (пів року тому таких було 17%), а JavaScript — 16% (пів року тому — 19%).

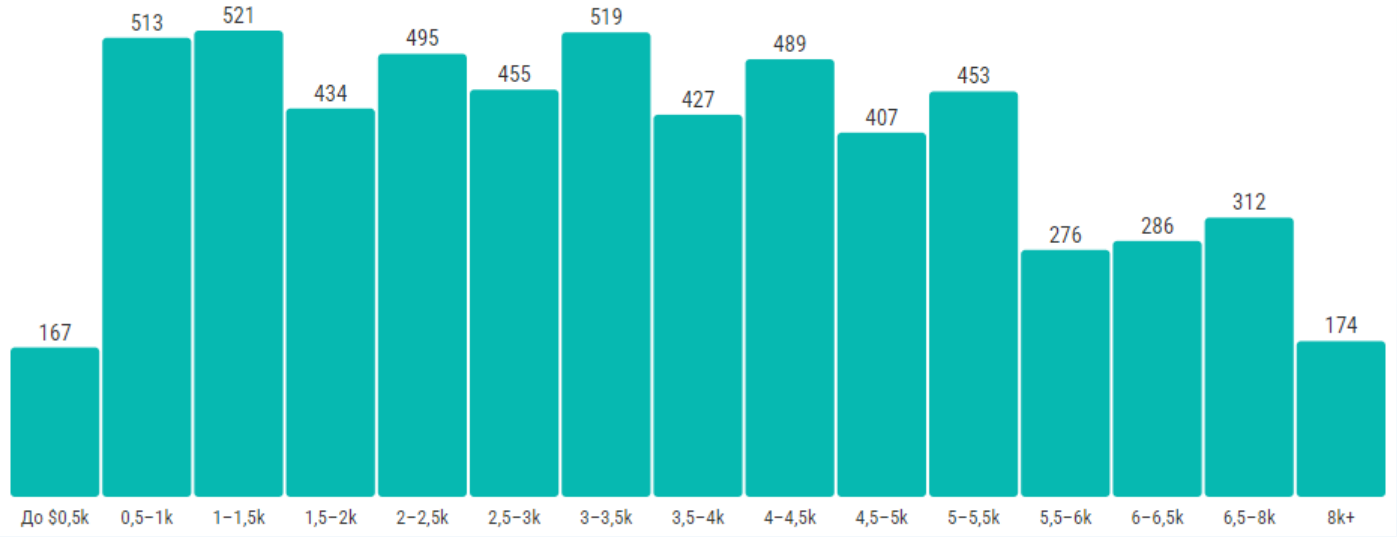
Позиції інших мов практично не змінилися. На третьому місці — C# / .NET. 15% розробників назвали її основною мовою програмування (найчастіше — фахівці з Full Stack і Back-end). Далі — Java (13%), яку найчастіше обирають Back-end розробники.

Mobile-розробники найчастіше користуються Kotlin (для 38% це основна мова програмування). Swift менш популярний — його обрали 27%.



Розподіл зарплат за кількістю анкет

Як альтернативу медіані ми створили віджет з розподілом зарплат за кількістю анкет. Над кожним стовпцем вказано кількість анкет, яку ми отримали для конкретного зарплатного діапазону. Ви можете відфільтрувати дані за посадою, містом і досвідом роботи. До переліку посад додали спеціальності, які зібрали не менше як 50 анкет.



Докладна інформація з розбивкою за категоріями, містами та досвідом доступна у розділі «Зарплати». https://jobs.dou.ua/salaries/

Дані про кількість вакансій і відгуків дивіться в розділі «Тренди». https://jobs.dou.ua/trends/

Якщо у вас є коментарі, пропозиції або зауваження до статті, переходьте до обговорення
https://dou.ua/forums/topic/47170/
або пишіть на alyona@dou.ua.

За матеріалами t.me/mediamakerme

Наш із вами сталий світ комунікацій, як не крути, залежний від глобального вектору людства, що будує тренди

«Медіамейкер (https://t.me/mediamakerme)» підготував для нас огляд прогнозів від світових компаній, на які варто звертати увагу PR-фахівцям у 2024.

Бути сміливим, показуючи свою вразливість, пропонує TikTok.
(https://mediamaker.me/eksperymenty-ta-vybudova-doviry-shho-bude-v-trendah-tiktok-2024-roku-6706/)
Аудиторія скептична до брендів, які транслюють себе ідеальними. Натомість є попит на тих, хто готовий чесно показувати себе. У TikTok вважають, що вразливість і відкритість викликає реакцію на бренд і створює спільноту навколо нього

Робити інфлюенсерів зі своїх співробітників радять фахівці міжнародної маркетингової агенції Ogilvy.
(https://mediamaker.me/vony-sered-nas-yak-prosuvaty-brendy-cherez-inflyuenseriv-6-trendiv-na-2024-rik-vid-ogilvy-6811/)
Компаніям потрібно шукати унікальні способи взаємодії з аудиторією онлайн-платформ — зокрема через людей, яким користувачі вже довіряють. Утім, «вашими» інфлюенсерами не обов'язково мають бути сторонні люди. Співробітники — носії цінностей та інтересів вашого бренду, створіть для них можливості бути адвокатами бренду

Відповідати у контенті на найпоширеніші запитання у вашій ніші радить платформа керування соцмережами Hootsuite
(https://mediamaker.me/doviryajte-svoyim-smm-nykam-z-yakymy-trendamy-praczyuvaty-v-soczmerezhah-2024-go-notatky-vid-hootsuite-6804/).
Соцмережі стають новими пошуковиками, бо видача Google не завжди покаже вам чесні поради від реальних людей. Нещодавні опитування показують, що соцмережі є другим за популярністю способом, за допомогою якого зумери ухвалюють рішення про купівлі. Тож краще не вкладатися в пряму рекламу та відео, що продають, а розповісти, як аудиторії задовольнити їхню проблему

Гумор у рекламі знову набирає популярності, зазначають у консалтинговій компанії Kantar.
(https://mediamaker.me/chym-zhyly-media-2023-go-ta-yaki-prognozy-na-nastupnyj-rik-oglyad-media-trends-and-predictions-vid-kantar-6720/)
Дослідження показують, що гумор підвищує вплив бренду на аудиторію. Навіть «консервативні» сектори, такі як B2B-компанії та фінансові установи, включаються в цю тенденцію

ШІ демократизує творчість і пришвидшує генерування креативів, відмічають Dentsu.
(https://mediamaker.me/pokrashhenyj-poshuk-bezpeka-ta-novi-sposoby-zrostannya-mediatrendy-2024-roku-vid-dentsu-6655/)
Можливість генерувати контент у великих масштабах змінить маркетинг і комунікації, як інтернет колись змінив дистрибуцію. Водночас це ставить нові питання про те, як бренди виділятимуться у світі, наповненому ШІ-зображеннями

ВІД БЛАКИТНОГО ДО НОВОГО

РОЗБИРАЄМОСЯ У ТИПАХ ПРОФЕСІЙ ЗА КОЛЬОРАМИ КОМІРЦІВ

За матеріалами t.me/hrlifehack

ВИ напевно чули про «білих» та «синіх комірців». А як щодо «рожевих», «зелених» та «сірих»?

Ці терміни мають логічне та традиційне коріння і відносилися до типів роботи, які колись асоціювалися з кольорами сорочок. Хоча зараз це вже не так, деякі старі класифікації професій все ще використовуються, а інші з'являються для охоплення тих робіт, які не підпадають під категорію «синіх» чи «білих комірців».

Сині комірці

Це, як правило, робітники фізичної праці, яким платять погодинно. Сектори з такими роботами включають будівництво, обслуговування, виробництво та гірництво. До «синіх комірців (https://practicalpie.com/blue-collar-job-examples/)» можуть належати як висококваліфіковані, так і некваліфіковані працівники. Наприклад, електрик та сантехнік, роботи яких можуть вимагати суворої та спеціалізованої освіти та навчання, вважатимуться «синіми комірцями», як і загальний робітник та будівельник, яким не потрібне навчання чи освіта.

Білі комірці

Як правило, це працівники розумової праці, які працюють в офісах (або тепер і з дому) (https://uk.indeed.com/career-advice/finding-a-job/white-collar-jobs), вважаються високооплачуваними та займають посади із фіксованою зарплатою. Типовими прикладами є бухгалтери, юристи, програмісти, менеджери компаній, а також роботи в сфері маркетингу та реклами.

Рожеві комірці

Це роботи, які донедавна вважалися жіночими (https://www.masterclass.com/articles/pink-collar-jobs), і включають сферу догляду, таку як медсестринство, а також викладання, догляд за дітьми, секретарські роботи, перукарство та косметологію, роботи сфери послуг та роздрібної торгівлі. Ці роботи можуть оплачуватися менше, ніж «сині» чи «білі», але зараз це не завжди так. І вони вже не завжди займаються жінками.

Зелені комірці

Працівники «зелених комірців (https://science.howstuffworks.com/environmental/green-science/green-collar-job.htm)» працюють в інтересах сталого розвитку та збереження навколишнього середовища або виконують роботу, яка зменшує відходи та забруднення. Такі роботи можуть виконувати невеликі компанії, великі корпорації або некомерційні організації. Приклади включають проектування або роботу над «зеленими» будівельними чи проектами збереження води, виробництво екологічно чистих продуктів, ландшафтну архітектуру та встановлення сонячних панелей.

Сірі комірці

Раніше термін «сірий комірець» використовувався для позначення старших працівників, які працюють після досягнення пенсійного віку, але тепер він позначає працівників з поєднанням технічних та фізичних навичок (https://www.investopedia.com/terms/w/whitecollar.asp#:~:text=Gray%20collars%20refer%20to%20those,as%20part%20of%20their%20jobs.) або поєднанням традиційних навичок «білих» та «синіх комірців». Ці роботи стають дедалі поширенішими і включають різні види інженерів, пілотів авіакомпаній, лаборантів та IT-фахівців.

Нові комірці

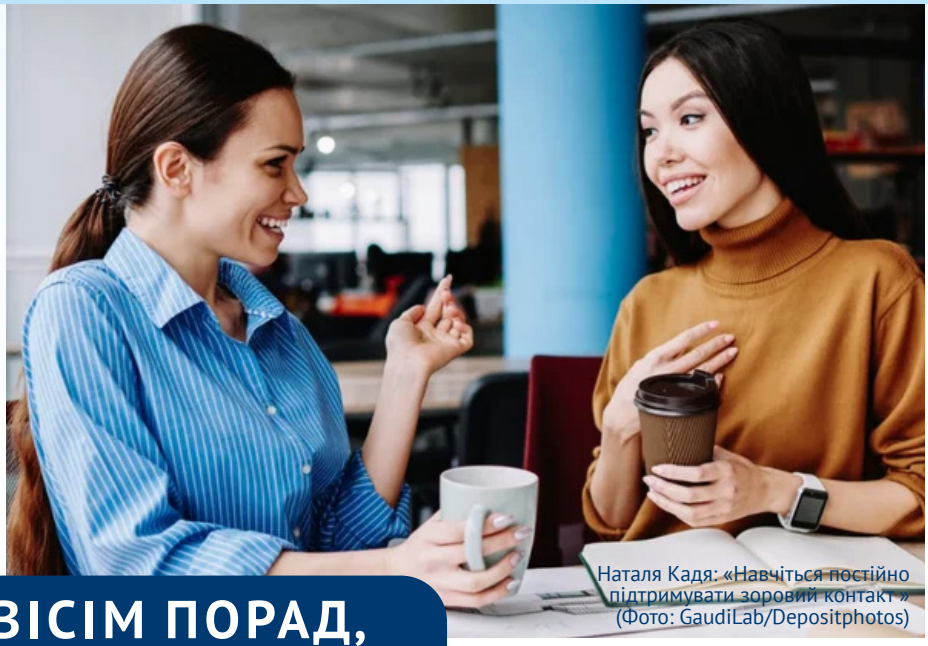
Згідно зі статтею US News & World Report (https://money.usnews.com/money/blogs/outside-voices-careers/articles/what-to-know-about-new-collar-jobs), нові комірці — це люди, що посідають переважно технічні посади, які вимагають спеціальних навичок. Роботодавці, які намагаються заповнити ці вакансії, зосереджуються на наборах навичок кандидатів, а не на формальних дипломах про освіту. Багато професій для «нових комірців» пов'язані з цифровими технологіями і більшість з них поділяються на чотири категорії: охорона здоров'я, інженерія, технології, програмне забезпечення.

Ці класифікації вже не мають такої ваги, як колись, але вони все ще можуть бути корисними для загального розуміння типів професій

ЩОБ ДОСЯГТИ УСПІХУ

По матеріалам life.nv.ua

Наталя Кадя
Експертка з нейроменеджменту, нейродослідниця, коуч з розвитку лідерства



Наталя Кадя: «Навчіться постійно підтримувати зоровий контакт » (Фото: GaudiLab/Depositphotos)

ВІСІМ ПОРАД, ЯК РОЗВИВАТИ СОЦІАЛЬНИЙ ІНТЕЛЕКТ

Навчіться давати співрозмовникам достатньо часу, щоб висловитися

Соціальний інтелект — навичка, яка допомагає нам успішно взаємодіяти з іншими, будувати гармонійні стосунки та досягати успіху в різних сферах життя.

Сьогодні - про ефективні стратегії розвитку соціального інтелекту, які допоможуть стати успішними у будь-якому соціальному середовищі.

Як розвивати соціальний інтелект?

1. Розвивайте і практикуйте активне слухання.

Практикуйте активне слухання, спочатку розвиваючи в собі, а потім і активно демонструючи через постійний, активний інтерес до думок та почуттів співрозмовників.

Навчіться постійно підтримувати зоровий контакт і відкриту позу та уникайте відволікань, щоби ваші співрозмовники завжди почувалися комфортно, ділячись своїми думками.

2. Розвивайте емпатію та емоційний інтелект.

Навчіться давати співрозмовникам достатньо часу, щоб висловитися, навіть якщо в розмові виникають паузи. Не поспішайте відповідати або закінчувати речення за інших.

> ***Вивчайте мову тіла***

Намагайтеся зрозуміти й приймати як «нормальну» інакшу точку зору та емоції співрозмовника.

Визнавайте почуття та висловлюйте емпатію за допомогою слів і мови тіла.

3. Вивчайте невербальні сигнали.

Вивчайте мову тіла, жести та міміку. Навчіться розпізнавати ці сигнали й використовувати їх для кращого розуміння емоцій та намірів інших.

4. Будьте відкритими до нового досвіду.

Виходьте зі своєї зони комфорту, пробуйте нові речі, зустрічайте нових людей, відвідуйте різноманітні, нові для вас заходи. «Практикуйтесь» в різних соціальних ситуаціях.

Беріть участь у групових дискусіях або презентаціях, щоб відчувати себе комфортно в нових соціальних обставинах і розвивати вміння взаємодії з іншими. Це допоможе вам розширити свої соціальні навички та розуміння поточного соціального контексту.

5. Практикуйте самоусвідомленість та займайтеся самоосвітою.

Регулярно аналізуйте й оцінюйте прогрес щодо своєї соціальної взаємодії та її впливу на інших людей. Звертайте увагу на те, які ваші соціальні звички є корисними, а які — шкідливими, і яких треба позбутися.

Читайте книги або слухайте подкасти, вивчайте техніки комунікації та спілкування. Розширюйте свої знання та розуміння процесів, які відбуваються у соціальних взаєминах.

6. Займайтесь активною соціальною діяльністю.

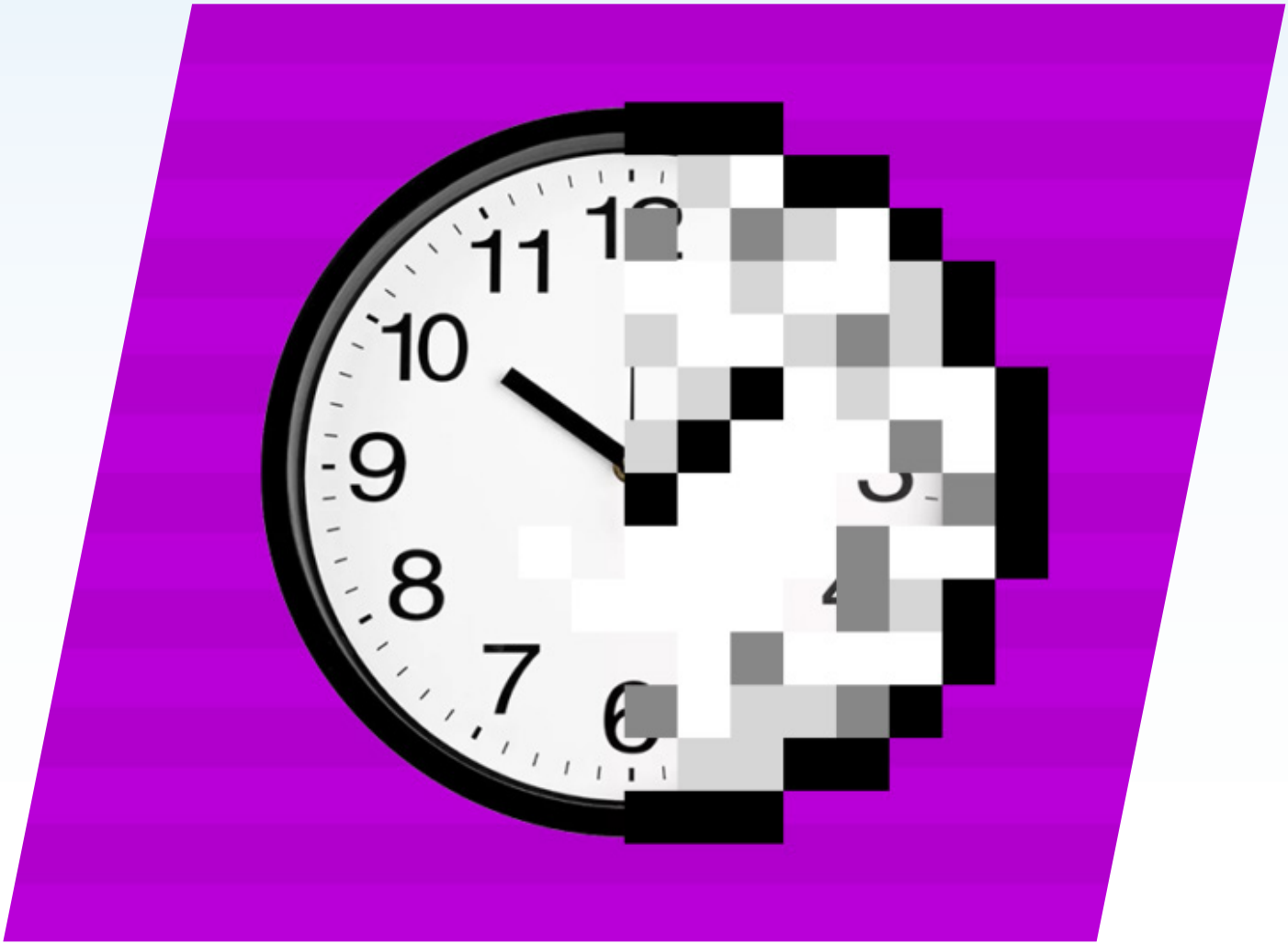
Займайтеся волонтерством, приєднуйтесь до громадських організацій або інших соціальних ініціатив для розвитку соціальних навичок.

Беріть участь у різноманітних соціальних заходах для того, щоб збільшити власний комфорт в різних соціальних контекстах і вдосконалити навички взаємодії.

7. Вивчайте соціальні норми та культурні особливості.

Кожна культура має свої правила та норми поведінки.

Вивчайте та поважайте ці соціальні норми та культурні особливості, щоб ефективно взаємодіяти з різними людьми.



ЯКІ AI-СЕРВІСИ ДОПОМОЖУТЬ ШВИДШЕ АНАЛІЗУВАТИ ДАНІ Й ЗЕКОНОМИТИ ГОДИНИ РОБОТИ

За матеріалами happymonday.ua

Ліза Якнюнас
менеджерка освітніх програм у компанії Gathers

Якщо ви аналізуєте великі обсяги даних, зокрема інтерв'ю та опитувальники, ця стаття допоможе вам заощадити декілька годин часу. Ви отримаєте покрокову інструкцію та огляд ШІ-інструментів, що допоможуть швидше аналізувати будь-який тип інтерв'ю та підготувати відповідні висновки.

Мене звати Ліза Якнюнас, я менеджерка освітніх програм у компанії Gathers, що входить до екосистеми технологічної компанії Roosh.

https://www.linkedin.com/in/yelyzaveta-yakniunas/

Ми демократизуємо штучний інтелект і робимо його доступним та зрозумілим для кожного. Зокрема навчаємо клієнтів оптимізувати бізнес-процеси за допомогою ШІ, щоб покращити ефективність і пришвидшити виконання рутинних завдань. А також самі постійно вчимося й тестуємо різноманітні інструменти.

У цій статті я поділюся власним досвідом тестування сервісів для аналізу інформації. Це буде корисно тим, хто проводить інтерв'ю, конспектує зустрічі та готує висновки й рекомендації на основі їх аналізу.

Згадані в статті інструменти стануть у пригоді тренерам і навчальним спеціалістам, які збирають зворотний зв'язок, журналістам, HR-спеціалістам, кар'єрним консультантам, психологам, дослідникам, які проводять інтерв'ю з респондентами, бізнес-аналітикам, UX/UI дизайнерам, що вивчають користувацький досвід, тощо.

Як витратити пів години замість 4 годин

Уявіть: ви проводите інтерв'ю — з кандидатом на посаду, учасником навчального курсу тощо, — і вам треба проаналізувати 20-хвилинний аудіофайл та підготувати на його основі загальні висновки чи рекомендації.

Виконання цього завдання традиційним способом (вручну) може зайняти від 2,5 до 4 годин, залежно від умов і складності завдання. З двома помічниками на основі штучного інтелекту ви впораєтеся за пів години. І ні, якість роботи не постраждає.

ШІ-оптимізація

Gathers

Процес	Традиційний спосіб	За допомогою ШІ-інструментів
Транскрибування	1–1,5 год (зазвичай транскрибування займає у 4–6 разів більше часу від кількості хвилин запису)	до 5 хвилин
Перевірка транскрипції	До 20 хв (в залежності від того наскільки детальною буде вичитка)	до 10 хвилин
Аналіз відповідей на відкриті питання	40 хв–1,5 год (щоб виділити корисні цитати, проаналізувати й надати коментар до кожного з розділів)	до 15 хвилин
Підготовка загального висновку	20–30 хвилин	до 5 хвилин

Етап №1 — використовуємо Fireflies.ai

Fireflies.ai https://fireflies.ai/ — це інструмент, що під'єднується на зустріч у Google Meet чи Zoom та автоматично її розшифровує. А також готує резюме та висновки зустрічі, знаходить конкретні моменти розмови за ключовими словами тощо.

Коли я відкрила для себе Fireflies.ai, він уже мав опцію роботи українською та якісно транскрибував до 60% тексту. Зараз це впевнені 95%. Також він розуміє англіцизми (перевірено на словах та абревіатурах на кшталт ChatGPT, AI/ML, Midjourney тощо). Звісно, з англійською мовою він справляється майже ідеально.

Додайте цей ШІ-інструмент до вашого Google-календаря, і він відвідуватиме ваші зустрічі як гість та транскрибуватиме їх. Якщо ваш співрозмовник проти зустрічі «втрьох», увімкніть запис, а вже потім завантажте його у Fireflies для розшифровки. Готовий транскрипт можна зберегти в кількох форматах, ввімкнути опцію позначення часових відміток і спікерів.

Fireflies перетворює 2 години роботи над розшифровкою 20-хвилинного запису на 15 хвилин. Тобто ми витрачаємо на завдання у 9 разів менше часу.

Рекомендація з використання: плануйте інтерв'ю так, щоб мати час на його аналіз і написання висновків одразу після завершення розмови. Це важливо, бо після інтерв'ю ви все ще перебуваєте в його контексті та краще пам'ятаєте деталі. Така практика в рази скорочує час на 1) перевірку транскрипту, зробленого ШІ-помічником, 2) валідацію результатів другого ШІ-інструмента — Claude2.

Етап №2 — використовуємо Claude2 або платну версію ChatGPT

Claude2 https://claude.ai/login?returnTo=%2F — це мовна модель, що допоможе вам проаналізувати документи й отримати з них необхідну інформацію. Це ніби віртуальний помічник, що навчився на величезній кількості книжок, статей, текстів з інтернету і тепер може розмовляти, відповідати на запитання чи писати тексти як людина.

Claude2 — це конкурент ChatGPT від компанії Anthropic. Особливістю цієї мовної моделі є значний обсяг пам'яті, що дозволяє працювати з великими обсягами даних — опрацьовувати до 50 сторінок А4 українського тексту та до 220 сторінок англійського.

Якщо у вас є платна версія ChatGPT, сміливо використовуйте цей чатбот, адже наразі він опрацьовує ще більші обсяги даних. Якщо ж платити ви не готові, тоді саме Claude2 краще за інші безкоштовні інструменти впорається з завданням.

У середині жовтня 2023 року модель Claude2 стала доступна користувачам у 95 країнах, зокрема й в Україні. Є безплатна версія, але в ній обмежена кількість промптів (завдань, які ви даєте нейромережі, щоб отримати потрібну відповідь): 50 на день або 1500 на місяць. В іншому безплатна версія якісно виконує завдання на кшталт тих, що ми розглядаємо в цій статті.

Отже, у нас є файл із вичитаним транскриптом від Fireflies.ai. А також перелік запитань, на які нам потрібно отримати відповіді та проаналізувати їх. Щоб зробити це за допомогою Claude2, знадобиться кастомізований промпт для аналізу інформації, що підходить конкретно для виконання нашого завдання.

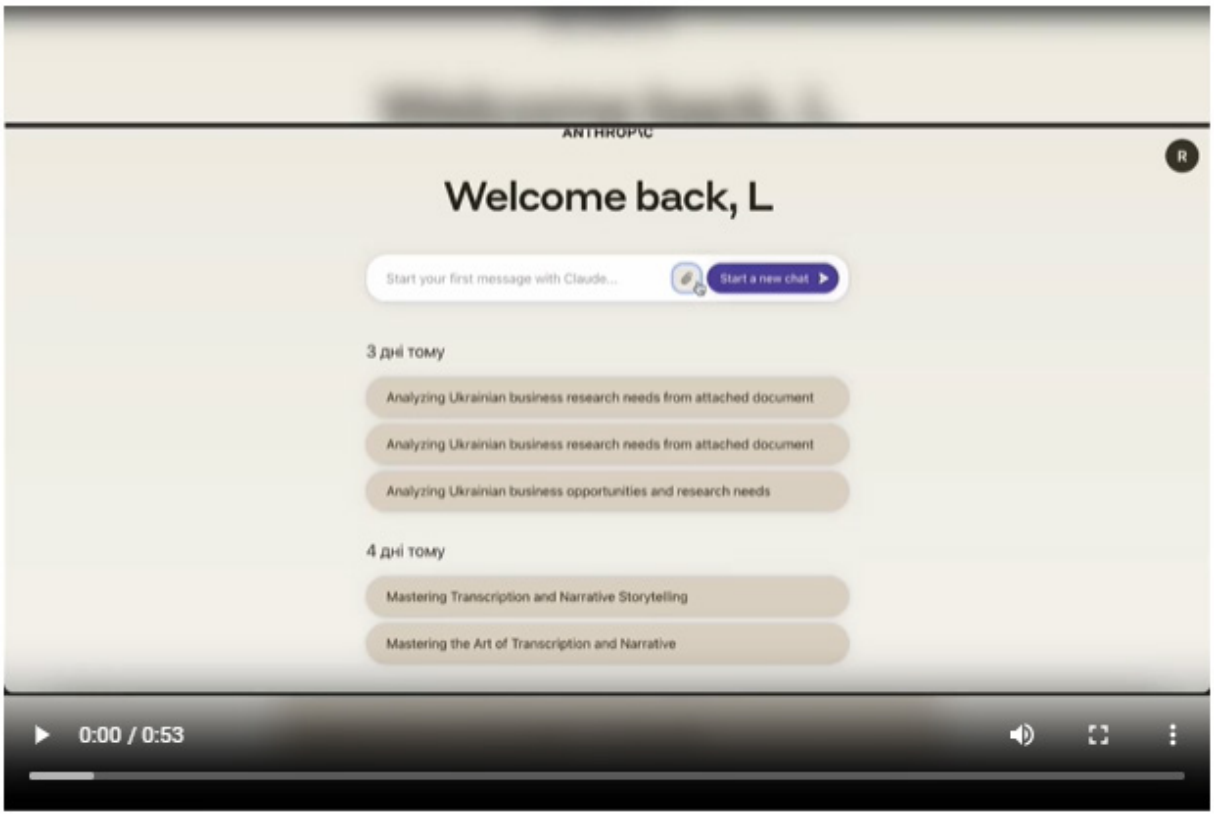
Я розробила й протестувала промпт для аналізу фідбеків учасників курсу/навчальної програми. За цим посиланням https://marvelous-boursin-f86.notion.site/Gathers-368d5a8a58f24825b42f5ab911822b57?pvs=4 ви знайдете сам промпт, а також інструкцію з його використання й адаптації для будь-якого типу інтерв'ю. Промпт написаний англійською мовою, щоб використовувати менше пам'яті для зберігання й обробки тексту. Проте не хвилюйтеся: якщо ваш текст українською — нейромережа його зрозуміє та проаналізує.

Щоб скористатися промптом:

- скопіюйте його і вставте в діалогове вікно Claude2;
- замініть фрази, виділені червоним кольором, на запитання з вашого опитувальника;
- додайте документ із текстом інтерв'ю і відправте запит Claude2 (якщо ви забудете прикріпити файл, нейромережа попросить вас це зробити);
- виконайте всі інструкції та отримайте перші результати;
- оцініть, наскільки результати відповідають реальності, допрацюйте за потреби.

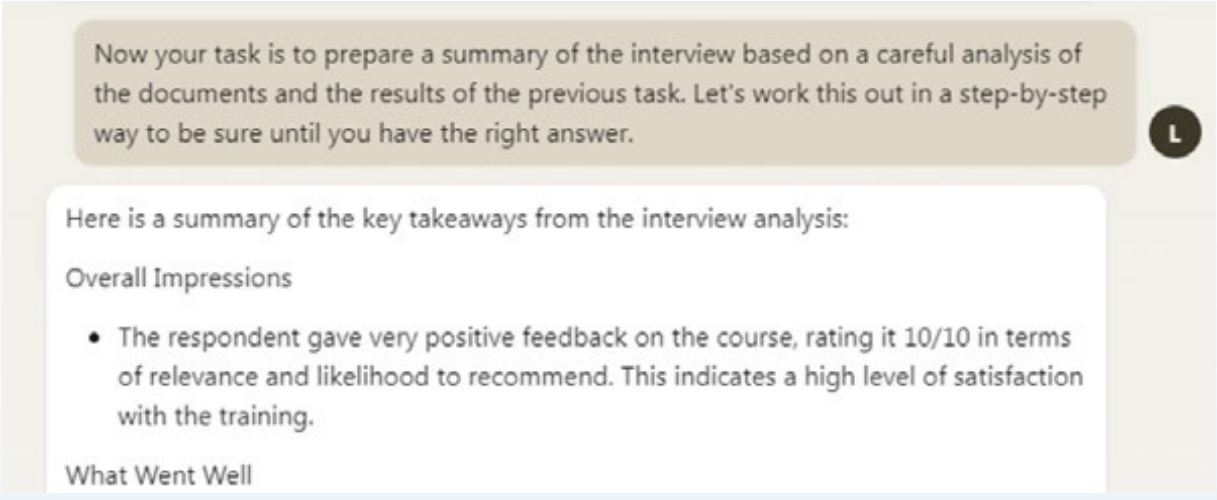
Весь процес займе до 15 хвилин часу замість 1,5 години, тобто ви проаналізуєте розмову у шість разів швидше.

Демовідео, як проаналізувати фідбек-інтерв'ю й підготувати висновки за допомогою Claude2:
https://happymonday.ua/wp-content/uploads/2024/01/Claude2-_-Demo-1.mov



Етап №3 — готуємо загальний висновок

Після того, як Claude2 надасть вам інформацію, попросіть його підсумувати все проаналізоване вище й представити у зручному для вас вигляді. Для цього відправте нейромережі такий запит: "Now your task is to prepare a summary of the interview based on a careful analysis of the documents and the results of the previous task. Let's work this out in a step-by-step way to be sure until you have the right answer."

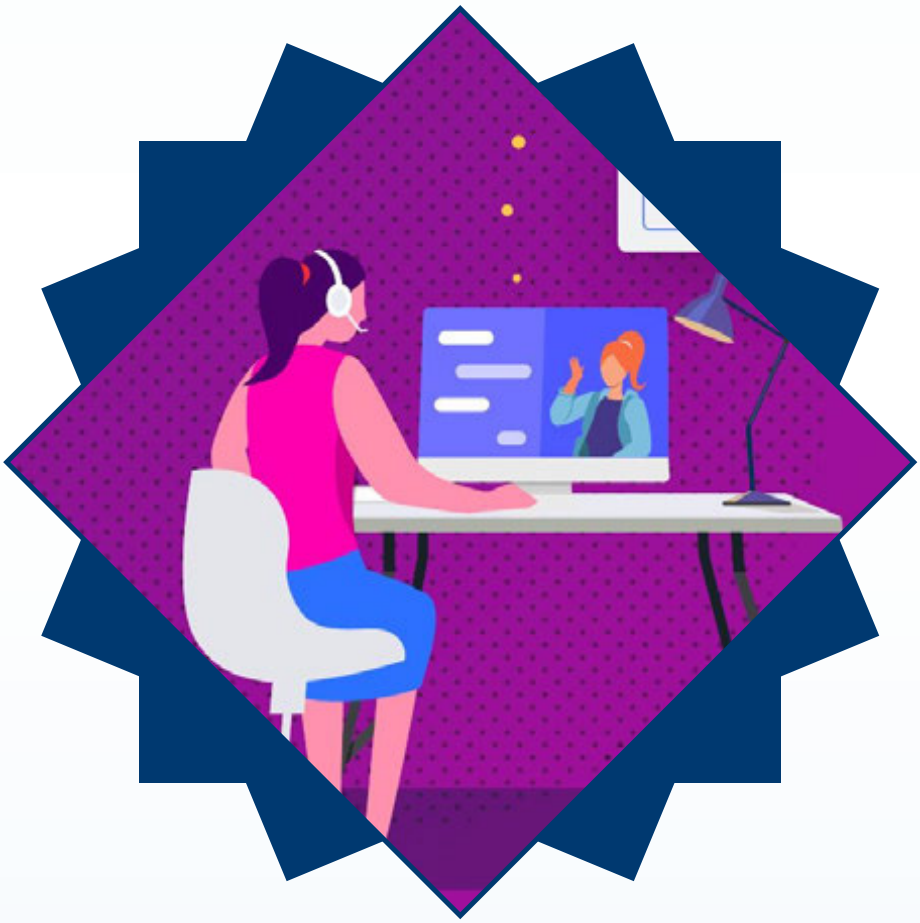


Отримайте результат, перевірте його та провалідуйте. Якщо ви не до кінця задоволені результатом, у довільній формі перепитайте мовну модель, чи вона якісно проаналізувала текст і чи її відповідь вичерпна. Інколи система може відповісти: «Ой, дійсно! Дякую, що підказали, ось ще кілька важливих моментів, про які варто згадати…».

Отже, за допомогою Fireflies.ai та Claude2 мені вдалося оптимізувати процес аналізу 20-хвилинного інтерв'ю та підготовки висновків на його основі. Замість традиційних 2,5-4 годин я витратила на завдання менше 30 хвилин. Тобто швидкість виконання зросла у 6-8 разів.

Використання цих ШІ-інструментів дозволило мені краще концентруватися на завданні й уникати численних відволікань, а також змінило мою робочу рутину й вивільнило час для творчості, нестандартних рішень і написання цього матеріалу!

У межах оптимізації робочих процесів інструменти на кшталт Claude та Fireflies відкривають широкі можливості не лише для аналізу інтерв'ю. Вони також є незамінними для прослуховування та конспектування лекцій, для підготовки статей, новин або публікацій, що базуються на аудіо- чи відеофайлах. Тож тестуйте їх для виконання власних завдань, а я бажаю вам легкої та захопливої ШІ-оптимізації робочих процесів.



Енергія
твого успіху

Випуск №
1
(103)
(від 26.01.2024)

ШАНОВНІ ЧИТАЧІ!
Свої побажання та пропозиції
надсилайте на e-mail:
i.vorotnikova@nrg.ua

Контактні телефони:
+38 050 327 98 88
+38 044 594 30 98