

## مدیریت کسب و کار



انجمن علمی بازاریابی ایران

تهران - بهمن ۱۳۹۳

بررسی تاثیر طراحی ارزش پیشنهادی به کارکنان در مدل های کسب و کار ایرانی  
با رویکرد مقایسه برترین ها

سعید آیباهی اصفهانی<sup>۱\*</sup>؛ علی اکبر حسینی<sup>۲</sup>؛ مریم فنائی جیزآباد<sup>۳</sup>

۱. استادیار، دانشکده مهندسی صنایع و مدیریت، دانشگاه صنعتی شاهرود، ایران s.aibaghi@shahroodut.ac.ir

۲. استادیار، دانشکده مهندسی صنایع و مدیریت، دانشگاه صنعتی شاهرود، ایران aa.hasani@shahroodut.ac.ir

۳. کارشناسی ارشد، دانشکده مهندسی صنایع و مدیریت، دانشگاه صنعتی شاهرود، ایران Maryam.fanaee@shahroodut.ac.ir

### چکیده

ارزش پیشنهادی به کارکنان یک بسته پیشنهادی است که سازمان های موفق امروزی برای جذب و نگهداری کارکنان با استعداد در فضای رقابتی کسب و کار نیاز دارند، زیرا هزینه از دست دادن نیروی کار موجود و جایگزینی نیروی کار جدید بسیار زیاد است. این پژوهش با هدف بررسی ابعاد ارزش پیشنهادی در بین سازمان های دارای برند کارفرمای برتر انجام شد. جامعه آماری این پژوهش کارکنان شرکت های مینا، شرکت نفت خراسان رضوی، ایران خودرو و بانک های خصوصی شهر مقدس مشهد بوده است و نمونه ای مشتمل بر ۳۸۰ نفر انتخاب شد. به منظور جمع آوری داده ها از ابزار پرسشنامه استاندارد استفاده شد. تجزیه و تحلیل اطلاعات توسط نرم افزار SPSS و فرایند تحلیل سلسله مراتبی فازی انجام شد. نتایج تحقیق حاکی از وجود تمایز در عملکرد نمونه های موردی تحت بررسی علی رغم قرار گرفتن تمامی آنان در لیست شرکت های برتر در زمینه برند کارفرما است. دلیل این تفاوت را می توان در تنوع ابعاد ارزش پیشنهادی در یک سازمان دانست. در بعضی از سازمان ها شاخص کار تیمی دارای ارزش بوده و در برخی دیگر از سازمان ها، شاخص موقعیت رقابتی سازمان و پاسخگویی اجتماعی اهمیت دارد. می توان گفت نوع فعالیت سازمان و نیاز به خلاقیت در نیروی کار تعیین کننده ابعاد ارزش پیشنهادی به کارکنان خواهد بود.

### کلید واژگان

ارزش پیشنهادی به کارکنان، برند کارفرما، فرایند تحلیل سلسله مراتبی فازی، مزیت رقابتی، شرکت های برتر ایرانی.

\* s.aibaghi@shahroodut.ac.ir نویسنده مسئول: