



دومین گزارش

برند کارفرمایی

اردیبهشت ۱۴۰۱

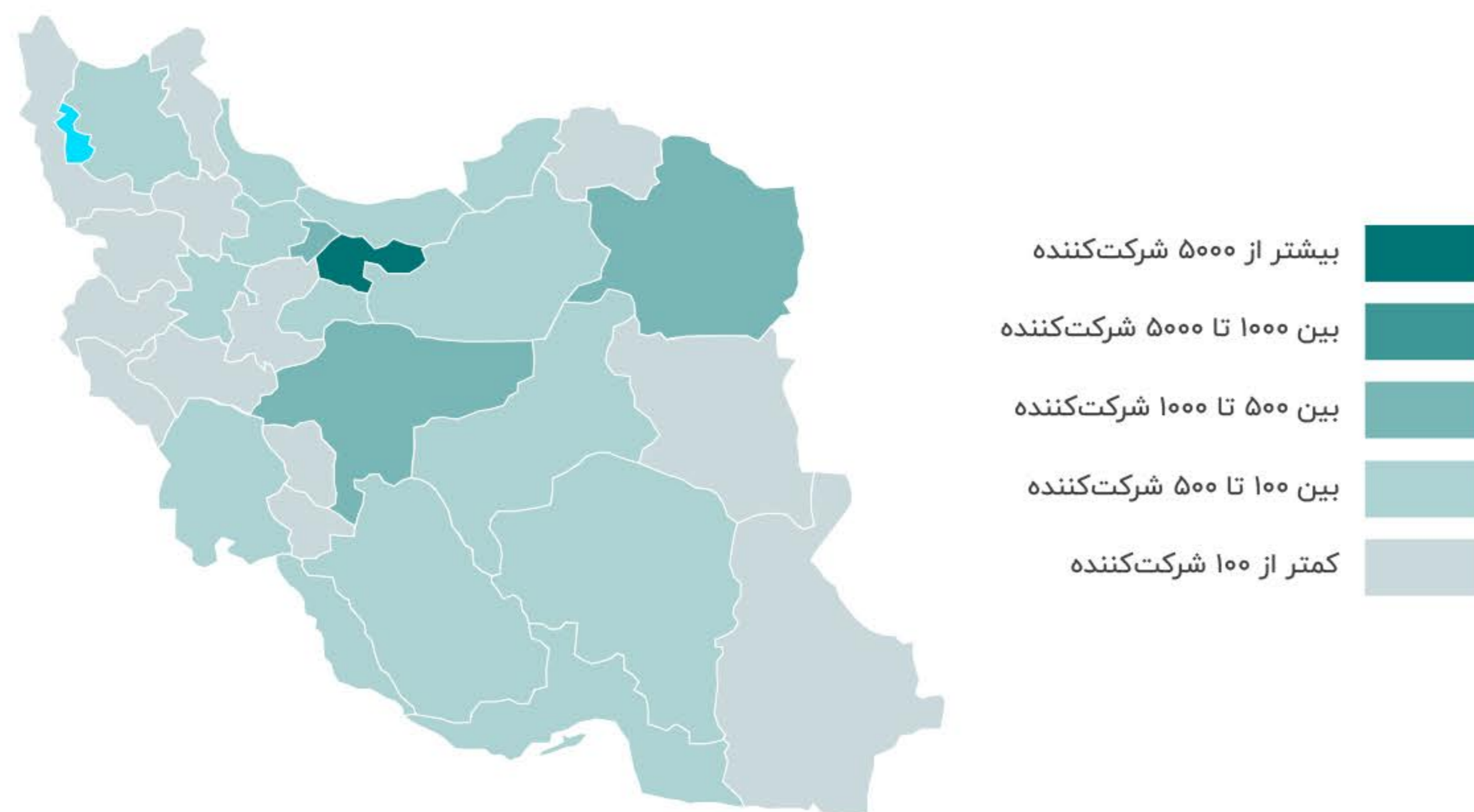
تحلیل معیارهای انتخاب کارفرما
معرفی برندهای کارفرمایی محبوب

۴۸	۲۵	۲۱	۱۴	۱۰	۱	فهرست
داشبورد برندکارفرمایی	نتایج آرای برندهای کارفرمایی برتر	برند کارفرمایی و مفاهیم آن	معیارهای کلیدی انتخاب کارفرما	ارزش‌های پیشنهادی کارفرما (EVP)	مدل تحقیق و جمعیت‌شناسی	





توزیع جغرافیایی پرسشنامه



+ ۲۶۰ شهر
۳۱ استان
+ ۲۰۰۰۰ پرسشنامه

روش تحقیق و سؤالات پرسشنامه

پرسشنامه

- در ایران، کدام سازمان را برای کار کردن انتخاب می‌کنید؟
- ۵ معیار کلیدی که باعث می‌شود یک سازمان را برای کار انتخاب کنید، (به ترتیب اولویت) چیست؟
- ۳ تا ۵ سازمان را که تمایل دارید در آنها کار کنید، (به ترتیب اولویت) انتخاب کنید.
- ۵ معیار کلیدی که باعث می‌شود هریک از سازمان‌های فوق را برای کار انتخاب کنید، چیست؟
- ترجیحات افراد:
نسبت به مهاجرت، کارآفرینی و خویش‌فرمایی

دموگرافی:

- جنسیت
- سن
- تاهل
- شهر
- تحصیلات
- حوزه شغلی
- آخرین رشته تحصیلی
- آخرین دانشگاه
- وضعیت اشتغال
- سابقه کاری

مطالعه و مدل‌سازی

بررسی و مطالعه ادبیات موضوع در زمینه برند کارفرمایی که منجر به شکل‌گیری چارچوب اصلی پرسشنامه شامل شناسایی جذاب‌ترین سازمان‌ها برای کار در ایران و مهم‌ترین معیارهای افراد برای انتخاب این سازمان‌ها شد.

طراحی و توزیع پرسشنامه

در ادامه با توزیع پرسشنامه شامل ۲۰ سؤال در هفت بخش، با هدف جمع‌آوری اطلاعات برای شناسایی جذاب‌ترین سازمان‌ها برای کار در ایران و مهم‌ترین معیارهای افراد برای انتخاب این سازمان‌ها، پرداختیم.

جمع‌بندی و تحلیل

اطلاعات به‌دست‌آمده از طریق پرسشنامه، با استفاده از تکنیک‌های مختلف آماری تحلیل شد. در ادامه نتایج در بستر Power BI به منظور اجرای فیلترهای تخصصی پیاده‌سازی گردید. همچنین یک نسخه عمومی شامل یافته‌های اصلی گزارش در قالب سند پیشرو مستند گردید.

مدل تحقیق
و جمعیت‌شناسی

**۸۵ درصد از آرای جمع آوری شده در پیمایش،
مورد تأیید قرار گرفته است**

Karboom.io



۸۵ درصد از آرای جمع‌آوری شده در پیمایش، مورد تأیید قرار گرفته است

پرسشنامه توسط بیش از ۱۱۸ هزار نفر مشاهده شده است.

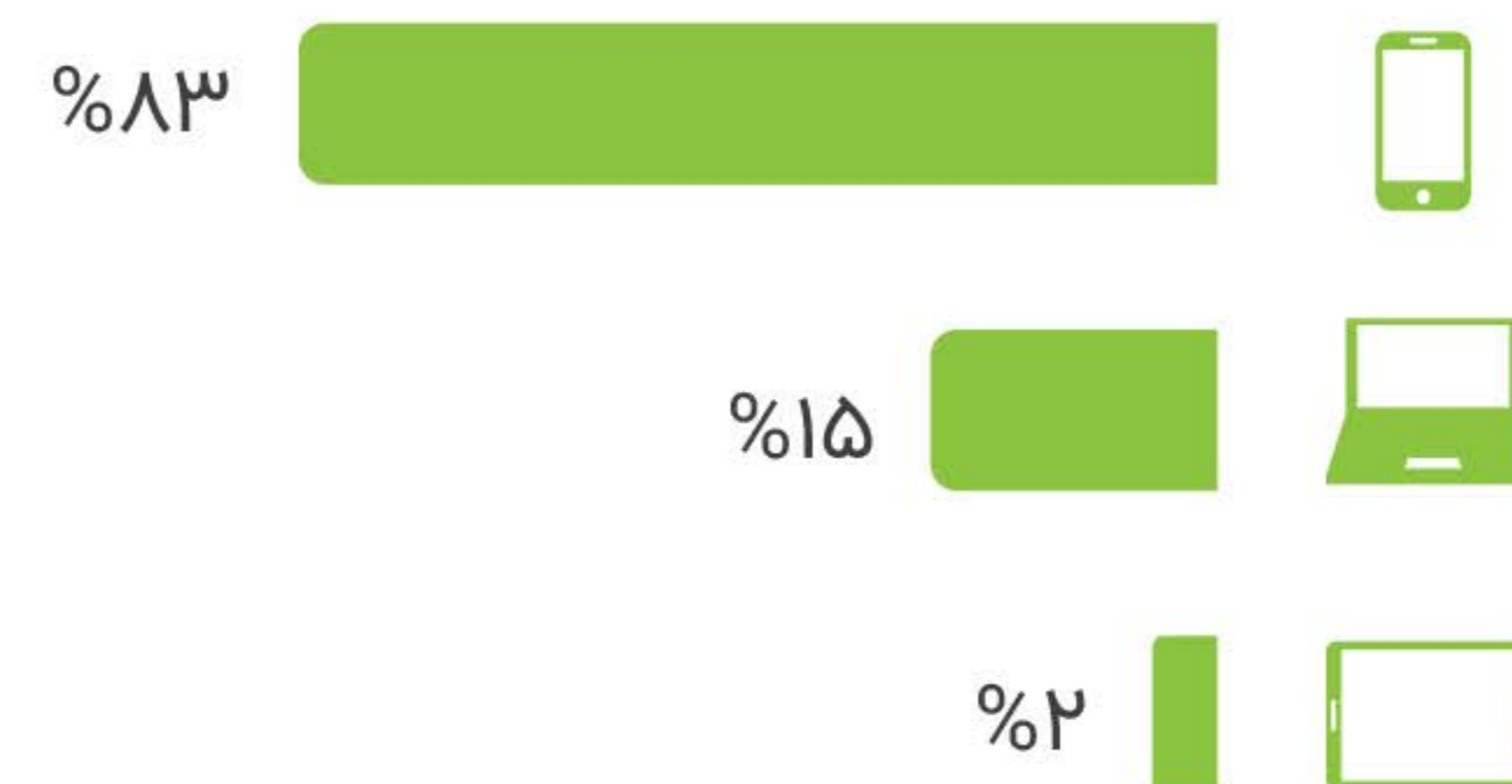
پرسشنامه در بیش از ۴۵۰ صفحه اینستاگرام نمایش داده شده است.

دلیل استفاده از کانال‌های ان تشار متنوع، هدف قرار دادن تمام اقشار جامعه در سطوح مختلف به منظور افزایش نظرات، دقت نظرسنجی و تحلیل‌های مورد ارائه می‌باشد.

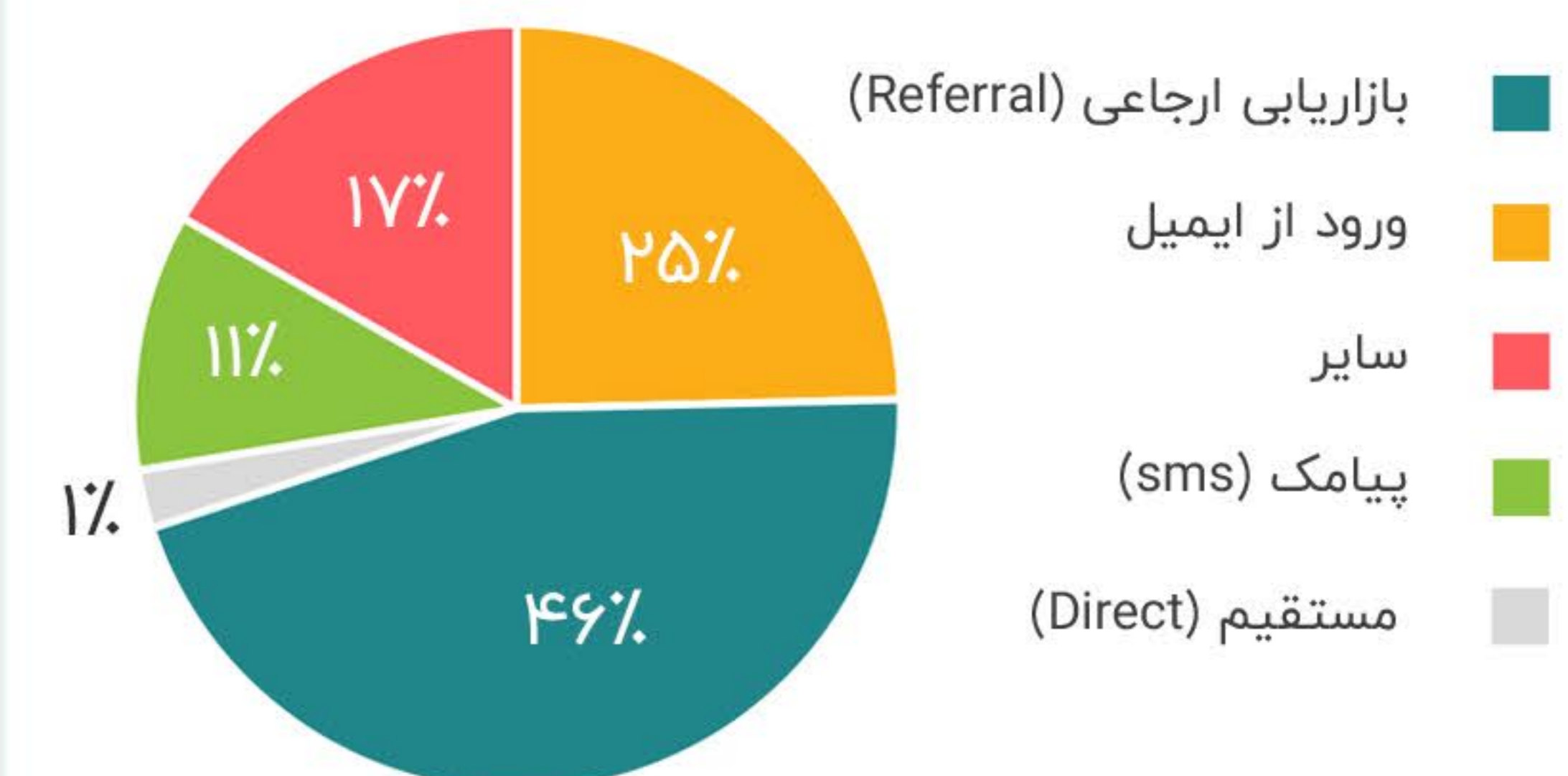
کانال‌های انتشار پرسشنامه و تعداد پاسخ‌دهندگان



دستگاه‌های مورد استفاده در تکمیل پرسشنامه



درصد کانال‌های ورودی به پرسشنامه



مدل تحقیق و جمعیت‌شناسی

نتایج آرای برندهای کارفرمایی برتر

برند کارفرمایی و مفاهیم آن

معیارهای کلیدی انتخاب کارفرما

ارزش‌های پیشنهادی کارفرما (EVP)

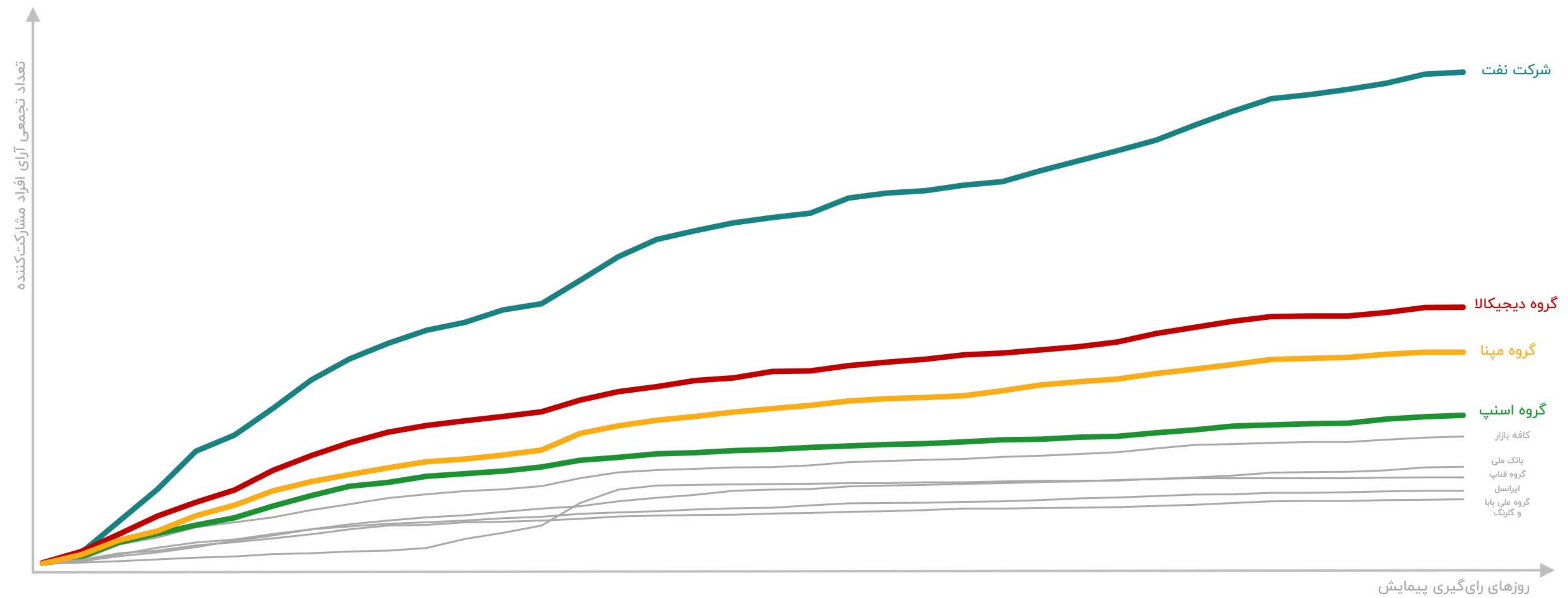
در بازه ۳۸ روزه جمع‌آوری آرا، اکثریت برندها رشد طبیعی در رای‌گیری را تجربه کرده‌اند



Karboom.io



وضعیت رشد تجمعی آرای ۱۰ برند اول ملکه ذهن در بازه ۳۸ روزه



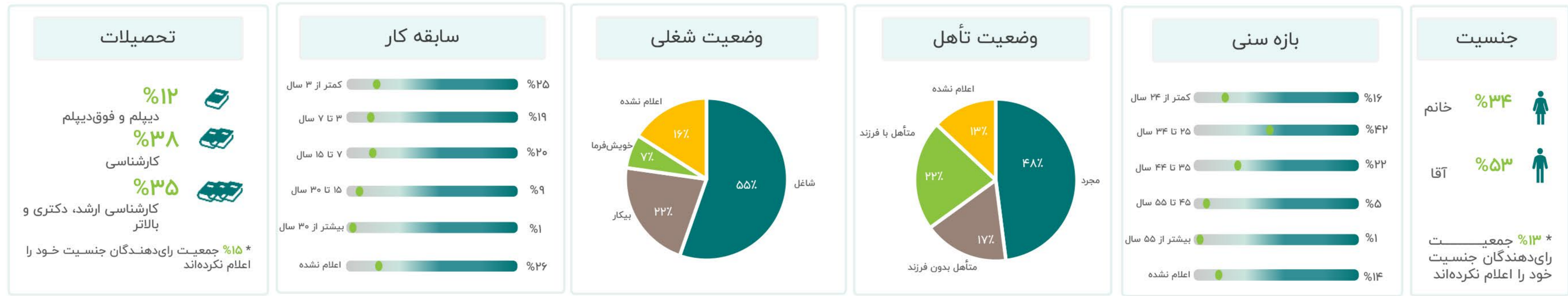
بررسی آماری ۱۰ برند اول نشان می‌دهد که رشد برندها طبیعی و آرا به نحوی ارگانیک* تکمیل شده‌است.

*آرای ارگانیک: آرای هستند که در یک بازه زمانی، به صورت یکنواخت جمع‌آوری شده و سرعت رشد طبیعی دارند.

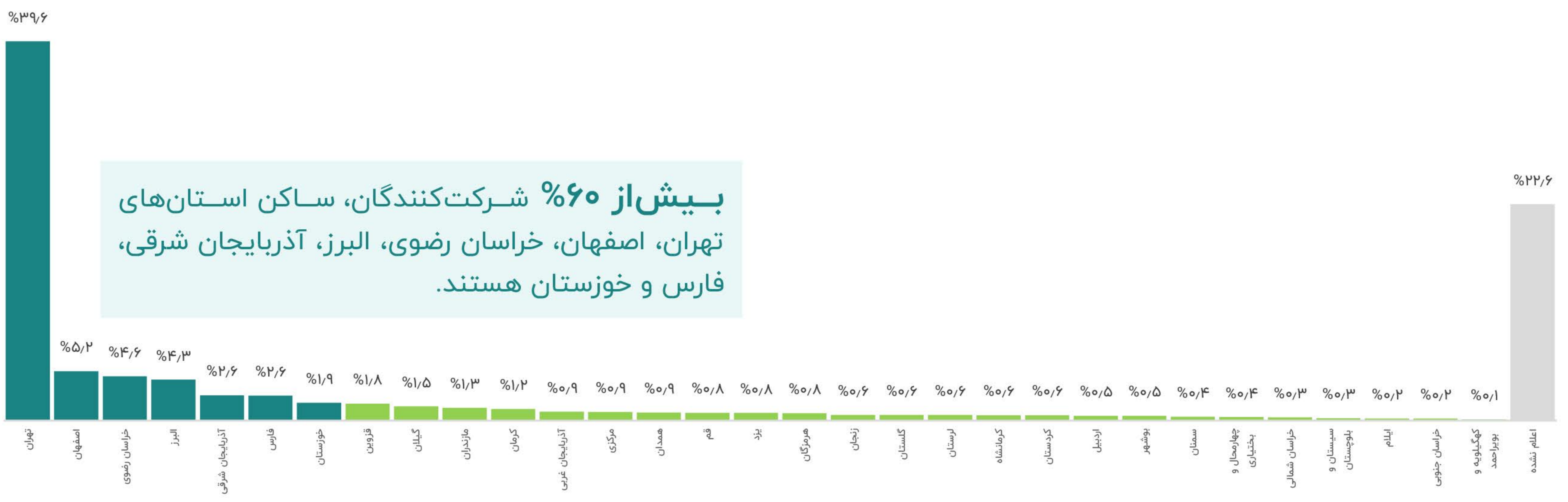
اطلاعات توصیفی مرتبط با جامعه آماری تحقیق

Karboom.io

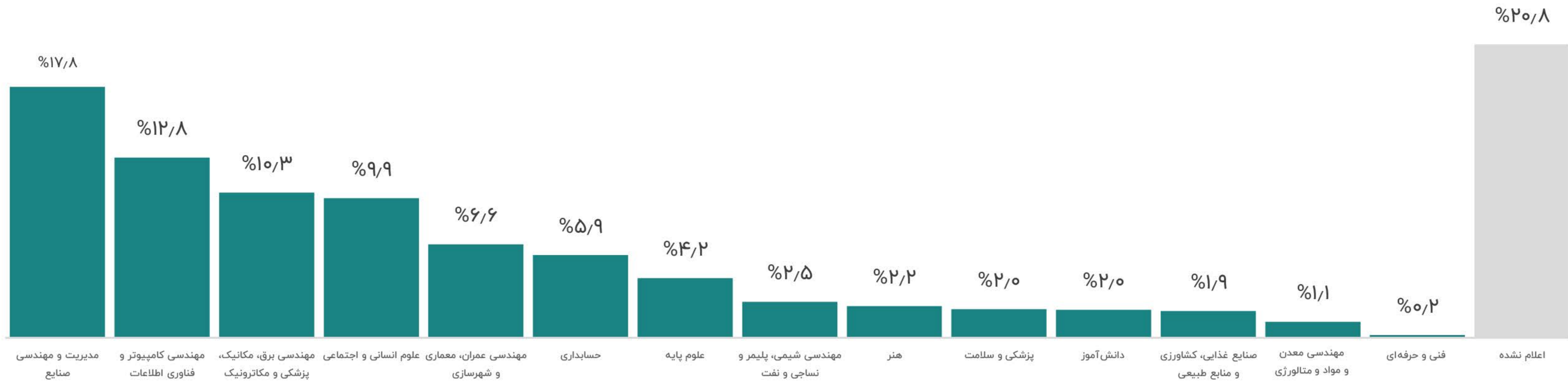




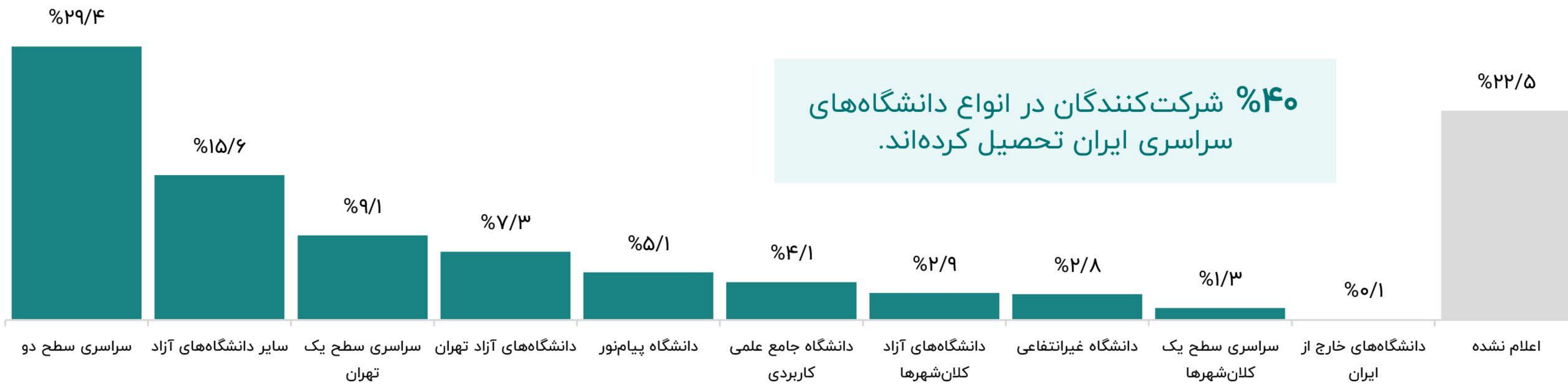
وضعیت استان محل سکونت



وضعیت رشته‌های تحصیلی و دانشگاه شرکت‌کنندگان

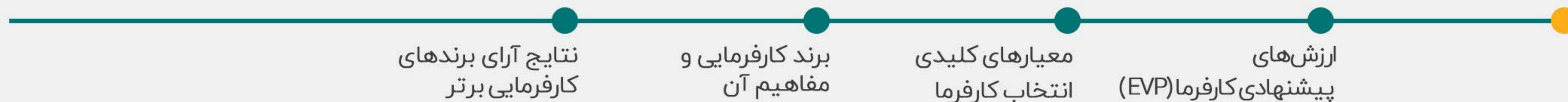


۴۰٪ شرکت‌کنندگان در انواع دانشگاه‌های سراسری ایران تحصیل کرده‌اند.



دانشگاه سراسری سطح یک تهران شامل: دانشگاه صنعتی شریف، تهران، علم و صنعت، صنعتی امیرکبیر، شهید بهشتی، تربیت مدرس، علامه طباطبایی، صنعتی خواجه نصیر و خوارزمی می‌باشد.

مدل تحقیق و جمعیت‌شناسی



ارزش‌های پیشنهادی کارفرما (EVP)

اگر در یک جمله بخواهیم ارزش‌های پیشنهادی کارفرما را به فردی معرفی کنیم، می‌گوییم:

«ارزش‌های پیشنهادی کارفرما دلیلی است که یک کارجو شرکت شما را برای کار کردن انتخاب می‌کند. این ارزش در واقع آورده‌ای است که شرکت شما به کارکنان خود و کارجویان عرضه می‌کند.»

ارزش‌های پیشنهادی کارفرما یا به‌طور خلاصه EVP، تعادلی بین پاداش‌ها و سودهایی است که توسط کارکنان، در عوض فعالیت و عملکردشان در محیط کار، دریافت می‌شود. سازمان‌ها معمولاً یک طرح ارزش‌های پیشنهادی کارکنان را توسعه می‌دهند تا سکویی استوار برای برندینگ کارفرما و مدیریت تجربه خود داشته باشند. ارزش‌های پیشنهادی کارفرما، آهن‌ربایی است که استعدادها و متقاضیان شغلی را جذب می‌کند. به‌طور خلاصه، ارزش‌های پیشنهادی کارکنان، دلیل تمایل کارکنان و متقاضیان شغل به کارکردن برای شما است.

ارزش‌های پیشنهادی کارفرما، روشی کارمندمحور است که با استراتژی‌های نیروی کاری ادغام‌شده موجود در سازمان، هم‌راستا است؛ زیرا از کارمندان فعلی سازمان و مخاطبان هدف خارجی، الهام گرفته شده است.

اگر بخواهید که ارزش‌های پیشنهادی کارفرما، شما به‌عنوان محرکی کلیدی جهت جذب استعدادها و مشارکت حداکثری باشد و به بقای سازمانتان کمک کند، باید ارزشی منحصربه‌فرد، معقولانه، مناسب و متقاعدکننده توسعه و پرورش دهید.

Employer Value Proposition *

چه عواملی روی ارزش‌های پیشنهادی کارفرما تأثیر می‌گذارند؟

تیین یک ارزش پیشنهادی مناسب باید نشان‌دهنده ذات و ماهیت شرکت شما باشد. چه چیزی شرکتتان را خاص می‌کند و اهداف و ارزش‌های شرکت شما چه هستند؟ ارزش پیشنهادی شما باید تمام دلایل اصلی که افراد به خاطر کار در شرکتتان به آن‌ها افتخار می‌کنند یا انگیزه می‌گیرند را شامل شود. مثلاً محیط کار مفرح یا فرهنگ متمایز شرکت.

یک ارزش‌گذاری پیشنهادی کارکنان قوی، کلید سازمان شما برای حفظ کارمندان خوبتان و جذب بهترین استعدادها از بازار کار به‌صورت هم‌زمان است.

ارزش‌گذاری پیشنهادی کارکنان یک مفهوم گسترده است اما آن را می‌توان به ۵ بخش اصلی تقسیم کرد:



اگر می‌خواهید درباره ارزش پیشنهادی کارفرما بیشتر بدانید، [کلیک کنید](#).



چگونه برای کسب‌وکار خود، ارزش‌های پیشنهادی کارفرما بسازیم؟

در ابتدا اهمیت دارد که ببینید شرکت شما در بازار کار و همچنین بین کارکنان خودتان، چه شهرتی دارد؟ آیا اصول شرکت و تصمیم‌گیری‌های مدیریتی شما درک می‌شوند؟ آیا این شهرت و درک، در راستای اهداف و بینش شما است؟ برای بهبود این درک جهت نمایش بینش درست شرکت و فرهنگ آن، چه کار می‌توانید بکنید؟ نوع فرهنگ کاری که می‌خواهید در شرکتتان حاکم باشد را تعیین کنید و سپس مطابق آن تصمیمات بعدی خود را بگیرید.

۱. کاندیداهای ایده‌آل خود را تعریف کنید

به ارائه یک کاندیدای آرمانی فکر کنید و در نظر داشته باشید که می‌خواهید او را جذب و استخدام کنید؛ و سپس در شرکت حفظش کنید. تمام ویژگی‌های شخصیتی، مهارت‌ها و صفاتی که به نظرتان کارمند جدیدتان باید داشته باشد را فهرست کنید. جهت آن‌که متقاضی ایده‌آل را برای خودتان با موفقیت تصور کنید، نه تنها باید شخصی را با بهترین ویژگی‌های اخلاقی جهت تطبیق با نیازهایتان و قابلیت‌های مثال‌زدنی‌اش در نظر داشته باشید، بلکه ضروری است که فردی را تصور کنید که به بهترین شکل ممکن، در فرهنگ شرکت شما، بگنجد.

۲. همه مؤلفه‌های اصلی را تعریف کنید

قدم دوم تعیین و مشخص کردن هر جزئی از مؤلفه‌های اصلی آن با توجه به کاندید ایده‌آلی است که در ذهنتان تصور کرده بودید. در اینجا، فهرستی کوتاه از سؤال‌هایی که می‌توانید برای تعیین اجزای ارزش‌های پیشنهادی کارمندان خود داشته باشید را می‌توانید بخوانید: چه بسته حقوقی و مالی می‌تواند آنها را به تقاضای کار جذب کند؟ آنها به دنبال چه فرصت‌های ترقی شغلی هستند؟ آنها در کدام محیط کاری موفق می‌شوند؟ آیا فرهنگی، مشابه فرهنگ شرکت ما برای عملکرد آن‌ها، خوب است؟

۳. تحقیق کنید

سومین قدم، پیدا کردن پاسخ‌ها به سؤالات مرحله قبل است. با گرفتن نظرات و بازخوردهای همکارانتان، می‌توانید کسب‌وکارتان را ارزیابی کنید. از خودتان این سه سؤال را بپرسید:

- در قبال کار کارکنانتان، چه چیزی برای ارائه به آنها دارید؟
- آنها از چه چیزی بیشتر استقبال و قدردانی خواهند کرد؟
- از چه راه‌های دیگری می‌توانید به آنها انگیزه ببخشید؟

همچنین اطمینان حاصل کنید که کسانی که به شکلی منفعلانه می‌توانند متقاضی شغل باشند را در تحقیقتان برای ارزش‌های پیشنهادی کارفرما خود لحاظ کرده‌اید. این افراد متقاضیان ایده‌آلی برای شما هستند ولی در حال حاضر به دنبال شغل نمی‌گردند.

۴. شخصی‌سازی، کلید موفقیت است

اما تحقیق کردن نیز به‌تنهایی کافی نیست. جهت آن‌که از ارزش‌های پیشنهادی کارفرما بهره خوبی ببرید، باید شخصی‌سازی کنید. اگر به دنبال جذب استعدادها درستی هستید، باید ارزش‌های پیشنهادی کارفرما خود را به چند بخش تقسیم کنید و آنها را با توجه به موقعیت و صفات این استعدادها، شخصی‌سازی کنید. آماده باشید که مزایای کاری پیشنهادی را با توجه به اهداف، ارزش‌ها و نیازهای کارکنانتان، تغییر بدهید. یادتان باشد که ارتباط موثر با کارکنان و متقاضیان دریافت شغل، یکی از مهم‌ترین بخش‌های تثبیت ارزش پیشنهادی کارکنان است.

ارزش‌های
پیشنهادی کارفرما (EVP)

مدل تحقیق
و جمعیت‌شناسی

معیارهای کلیدی
انتخاب کارفرما

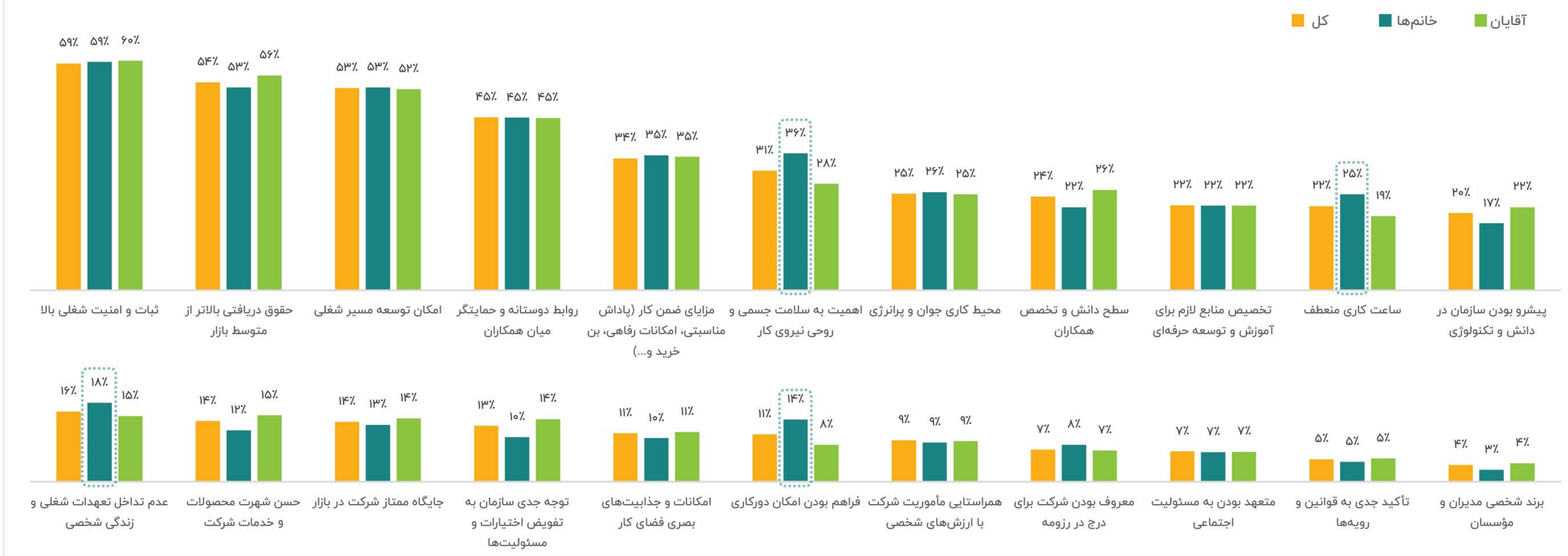
برند کارفرمایی و
مفاهیم آن

نتایج آرای برندهای
کارفرمایی برتر



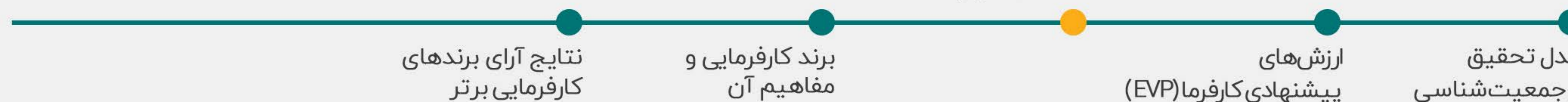
معیارهای کلیدی انتخاب کارفرما

معیارهای افراد برای انتخاب کارفرما به تفکیک جنسیت



"اهمیت به سلامت جسمی و روحی نیروی کار"، "ساعت کاری منعطف"، "عدم تداخل تعهدات شغلی و زندگی شخصی" و "فراهم بودن امکان دورکاری" از جمله معیارهایی هستند که برای خانمها نسبت به آقایان اهمیت بیشتری دارند.

معیارهای کلیدی انتخاب کارفرما



معیارهای کلیدی افراد برای انتخاب کارفرما به تفکیک سن و سابقه کار

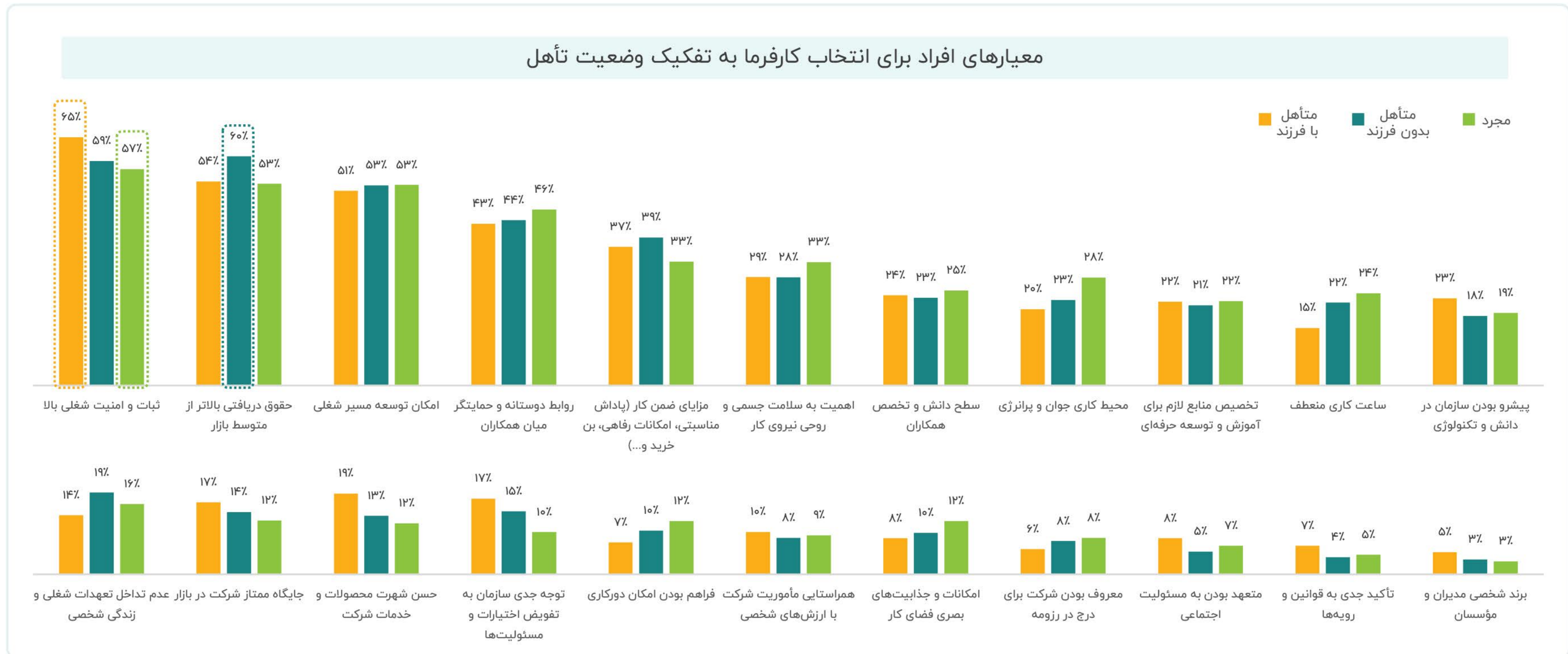


"پیشرو بودن سازمان در دانش و تکنولوژی" جز پنج معیار کلیدی افراد بالای ۵۶ سال قرار گرفته است.

"حسن شهرت محصولات و خدمات شرکت" برای گروه افراد با سابقه کار بیشتر از ۳۰ سال جز معیارهای کلیدی به شمار می‌آید.



معیارهای کلیدی افراد برای انتخاب کارفرما به تفکیک وضعیت تأهل



"ثبات و امنیت شغلی بالا" برای افراد مجرد و متأهلین با فرزند در اولویت اول انتخاب کارفرماست و برای افراد متأهل بدون فرزند معیار "حقوق دریافتی بالاتر از متوسط بازار" در اولویت اول می‌باشد.

معیارهای کلیدی
انتخاب کارفرما

نتایج آرای برندهای
کارفرمایی برتر

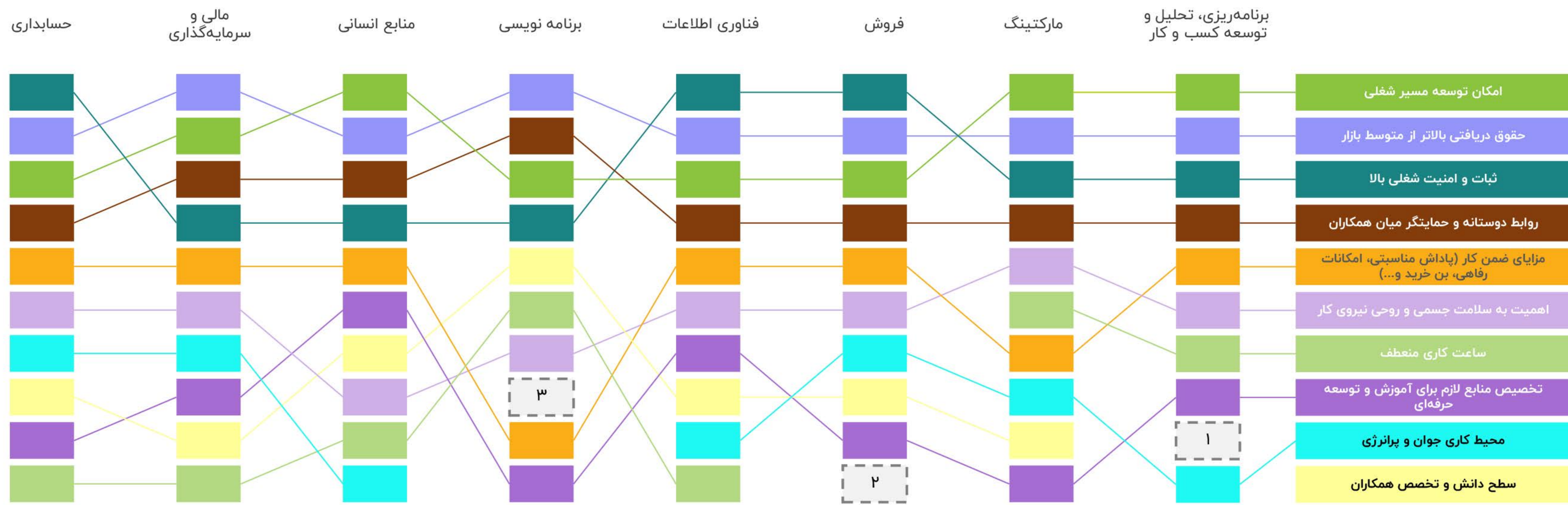
برند کارفرمایی و
مفاهیم آن

ارزش‌های
پیشنهادی کارفرما (EVP)

مدل تحقیق
و جمعیت‌شناسی

اولویت معیارهای کلیدی برای انتخاب کارفرما در حوزه‌های شغلی منتخب

اولویت معیارهای کلیدی برای انتخاب کارفرما به تفکیک برخی حوزه‌های شغلی منتخب



نکته: باکس‌هایی که به صورت [] مشخص شده است، نشان‌دهنده معیاری است که متفاوت از سایر معیارهای رنگی مشخص شده در این نمودار است. (۱) معیار توجه جدی سازمان به تفویض اختیارات و مسئولیت‌ها (۲) معیار حسن شهرت محصولات و خدمات شرکت (۳) معیار پیشرو بودن سازمان در دانش و تکنولوژی

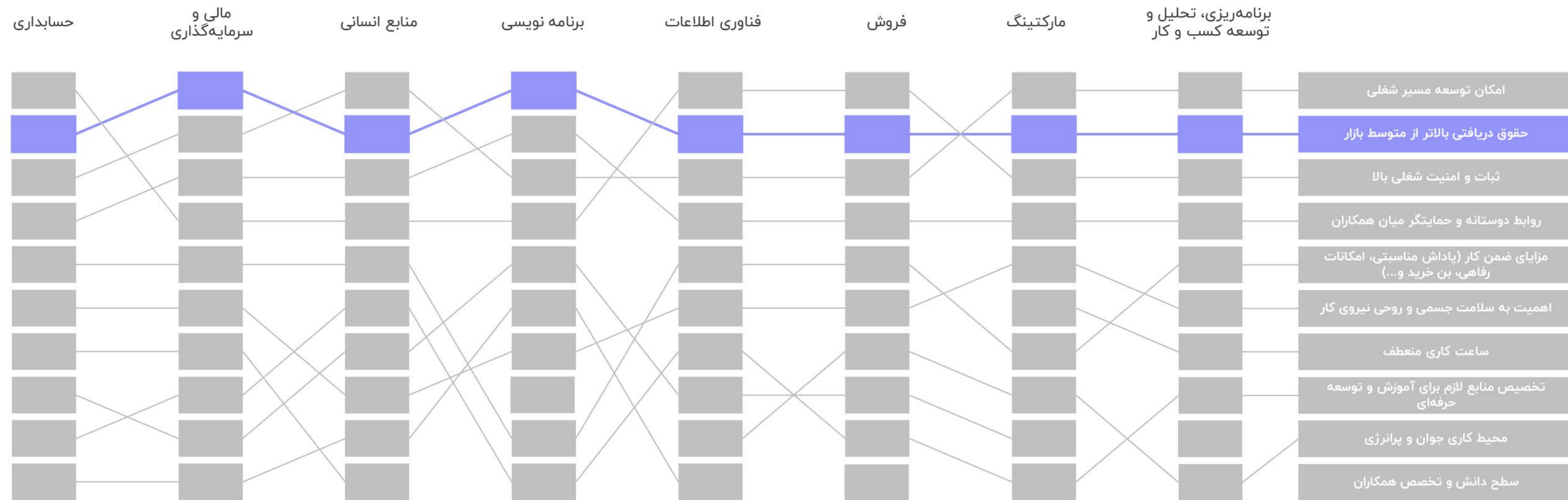
"تخصیص منابع لازم برای آموزش و توسعه حرفه‌ای" در حوزه شغلی "منابع انسانی" دارای بیشترین اهمیت و در "مارکتینگ" و "برنامه‌نویسی" کمترین اهمیت را دارد.

"ساعت کاری منعطف"، در حوزه‌های شغلی "مارکتینگ" و "برنامه‌نویسی" دارای بیشترین اهمیت بوده است.

"حقوق دریافتی بالاتر از متوسط بازار" جزء دو اولویت اول افراد برای انتخاب کارفرما بوده است.

وضعیت انتخاب معیار حقوق دریافتی بالاتر از متوسط بازار در حوزه‌های شغلی متفاوت

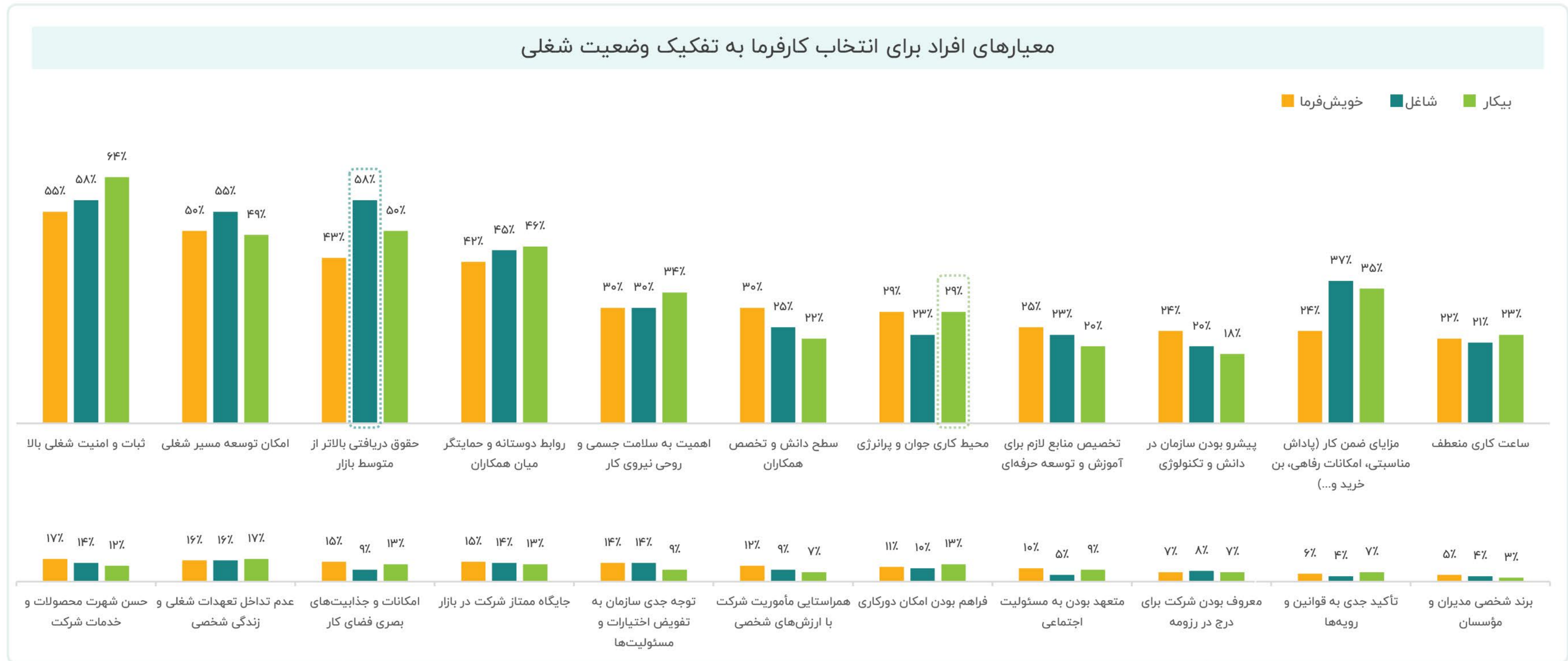
اولویت معیار کلیدی حقوق دریافتی بالاتر از متوسط بازار برای انتخاب کارفرما به تفکیک برخی حوزه‌های شغلی منتخب



"حقوق دریافتی بالاتر از متوسط بازار"، در حوزه شغلی "مالی و سرمایه‌گذاری" و "برنامه نویسی" بالاترین اولویت را نسبت سایر حوزه‌های شغلی دارد.

معیارهای کلیدی
انتخاب کارفرما

معیارهای کلیدی افراد برای انتخاب کارفرما



میزان انتخاب "حقوق دریافتی بالاتر از متوسط بازار" برای افراد شاغل نسبت به افراد خوش‌فرما ۱۵ درصد-واحد بیشتر است.

میزان انتخاب "محیط کاری جوان و پرانرژی" برای افراد بیکار نسبت به افراد شاغل ۶ درصد-واحد بیشتر است.



برند کارفرمایی و مفاهیم آن

به عبارت دیگر، برند کارفرمایی به معنای ارزشی است که کارکنان یک شرکت، برای آن شرکت و کیفیت محیط کاری آن، قائل هستند. به همین خاطر می‌توان گفت برند کارفرمایی، تمامی فعالیت‌های تبلیغاتی شرکت (چه عمدی و چه براساس عادات) را برای نشان‌دادن هویت یکتای خود به‌عنوان یک کارفرما به کارکنان فعلی و احتمالی شامل می‌شود.

شهرت یک شرکت به‌عنوان محل کار،
برند کارفرمایی آن شرکت است؛

برند کارفرمایی و
مفاهیم آن

نتایج آرای برندهای
کارفرمایی برتر

معیارهای کلیدی
انتخاب کارفرما

ارزش‌های
پیشنهادی کارفرما (EVP)

مدل تحقیق
و جمعیت‌شناسی

مزایای داشتن برند کارفرمایی قدرتمند

اگر مزایای داشتن برند کارفرمایی قدرتمند را بدانیم، ارزش آن را بهتر درک می‌کنیم. شرکتهایی برند کارفرمایی قدرتمندی دارند که:

زمان استخدام را کاهش می‌دهند:

با توجه به این‌که داوطلبان علاقه زیادی به کار در این شرکت‌ها دارند، به‌محض دریافت پیشنهاد کار آن را قبول می‌کنند



درخواست استخدام دریافت می‌کنند:

بدون این‌که نیاز به تلاش زیادی باشد همیشه افراد زیادی داوطلب کار در این شرکت‌ها هستند



استعدادها را جذب می‌کنند:

شرکتی که برند کارفرمایی موفق دارد برای افراد با استعداد جذاب‌تر است



ماندگاری افراد بالاتر است:

طبیعتاً همه دوست دارند در شرکتی با محیط کاری سالم فعالیت کنند جایی که فضا برای پیشرفت داشته باشند



برند کارفرمایی و
مفاهیم آن

نتایج آرای برندهای
کارفرمایی برتر

معیارهای کلیدی
انتخاب کارفرما

ارزش‌های
پیشنهادی کارفرما (EVP)

مدل تحقیق
و جمعیت‌شناسی

تعریف مفاهیم برند ملکه ذهن، محبوب و منتخب در این پیمایش

در این پیمایش میزان آگاهی از برندهای کارفرمایی در ۳ سطح تحلیل و ارائه شده است. این ۳ سطح به صورت زیر تعریف می‌شود:

برند منتخب

برندهای منتخب از بین لیست ازپیش‌تعیین‌شده ۷۰ شرکت پیشنهادی کاربوم که توسط مشارکت‌کنندگان به عنوان اولویت اول تا پنجم، انتخاب شده‌اند.

برند محبوب

برندهای محبوب از بین لیست ازپیش‌تعیین‌شده ۷۰ شرکت پیشنهادی کاربوم که توسط مشارکت‌کنندگان به عنوان اولویت اول یا دوم، انتخاب شده‌اند.

برند ملکه ذهن

برندهای ملکه ذهن، اولین کارفرماهایی هستند که به ذهن افراد خطور کرده است و محدودیتی برای انتخاب آنها از یک لیست ازپیش‌تعیین‌شده وجود نداشته است.

برند کارفرمایی و مفاهیم آن

نتایج آرای برندهای کارفرمایی برتر

معیارهای کلیدی انتخاب کارفرما

ارزش‌های پیشنهادی کارفرما (EVP)

مدل تحقیق و جمعیت‌شناسی

نتایج آرای برندهای کارفرمایی برتر

Karboom.io



۸%

اولین برند ملکه ذهن کارفرمایی
ایران، حدود ۸٪ از آرا را به خود
اختصاص داده است.

برندهای ملکه ذهن، اولین کارفرمایی هستند که به ذهن افراد خطور کرده است و محدودیتی
برای انتخاب آنها از یک لیست از پیش تعیین شده وجود نداشته است.

نتایج آرای برندهای
کارفرمایی برتر

برند کارفرمایی و
مفاهیم آن

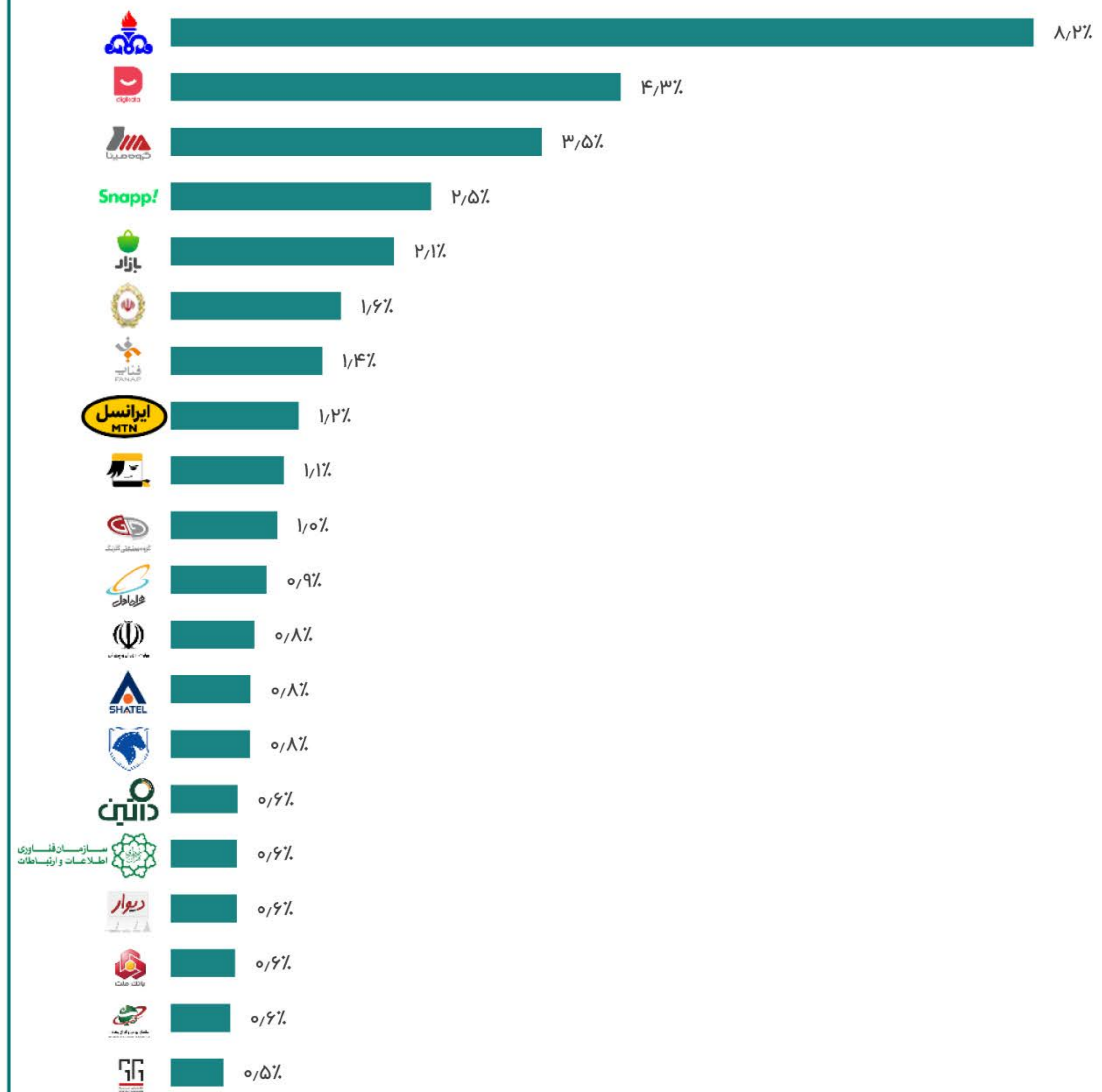
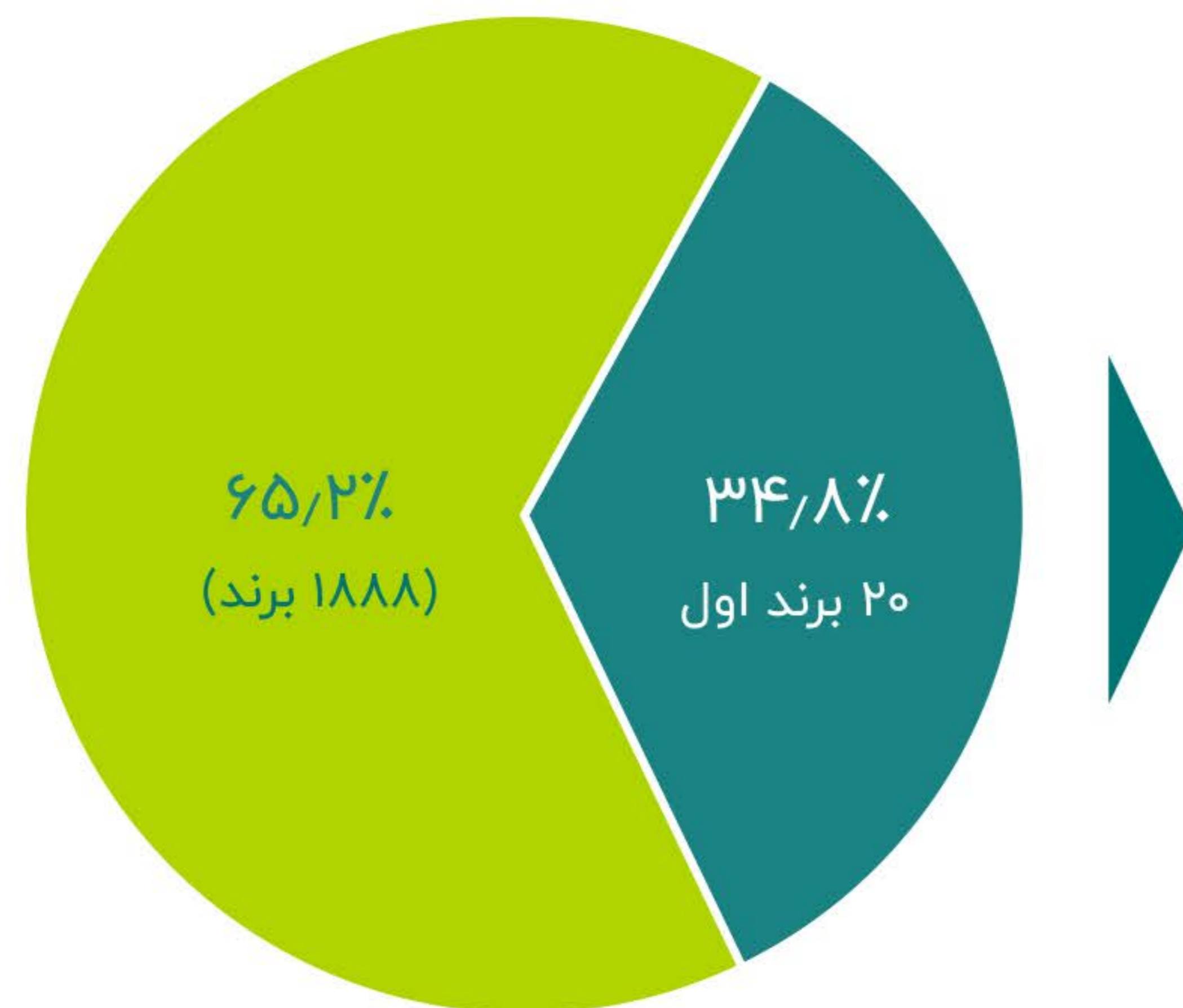
معیارهای کلیدی
انتخاب کارفرما

ارزشهای
پیشنهادی کارفرما (EVP)

مدل تحقیق
و جمعیت‌شناسی

۲۰ برند اول کارفرمایی ملکه ذهن؛ ۳۵٪ از کل آرا را به خود اختصاص داده‌اند

سهم برندهای کارفرمایی از میزان آرای مرتبط با "ملکه ذهن"



۲۵%

محبوبیت اولین برند کارفرمایی ایران

۲۵٪ از افراد (بیش از ۴۲۰۰ نفر) تمایل دارند در محبوب‌ترین برند کارفرمایی (با اولویت اول یا دوم) کار کنند.

برندهای محبوب از بین لیست از پیش تعیین شده ۷۰ شرکت پیشنهادی کاربوم که توسط مشارکت‌کنندگان به عنوان اولویت اول یا دوم، انتخاب شده‌اند.

نتایج آرای برندهای کارفرمایی برتر

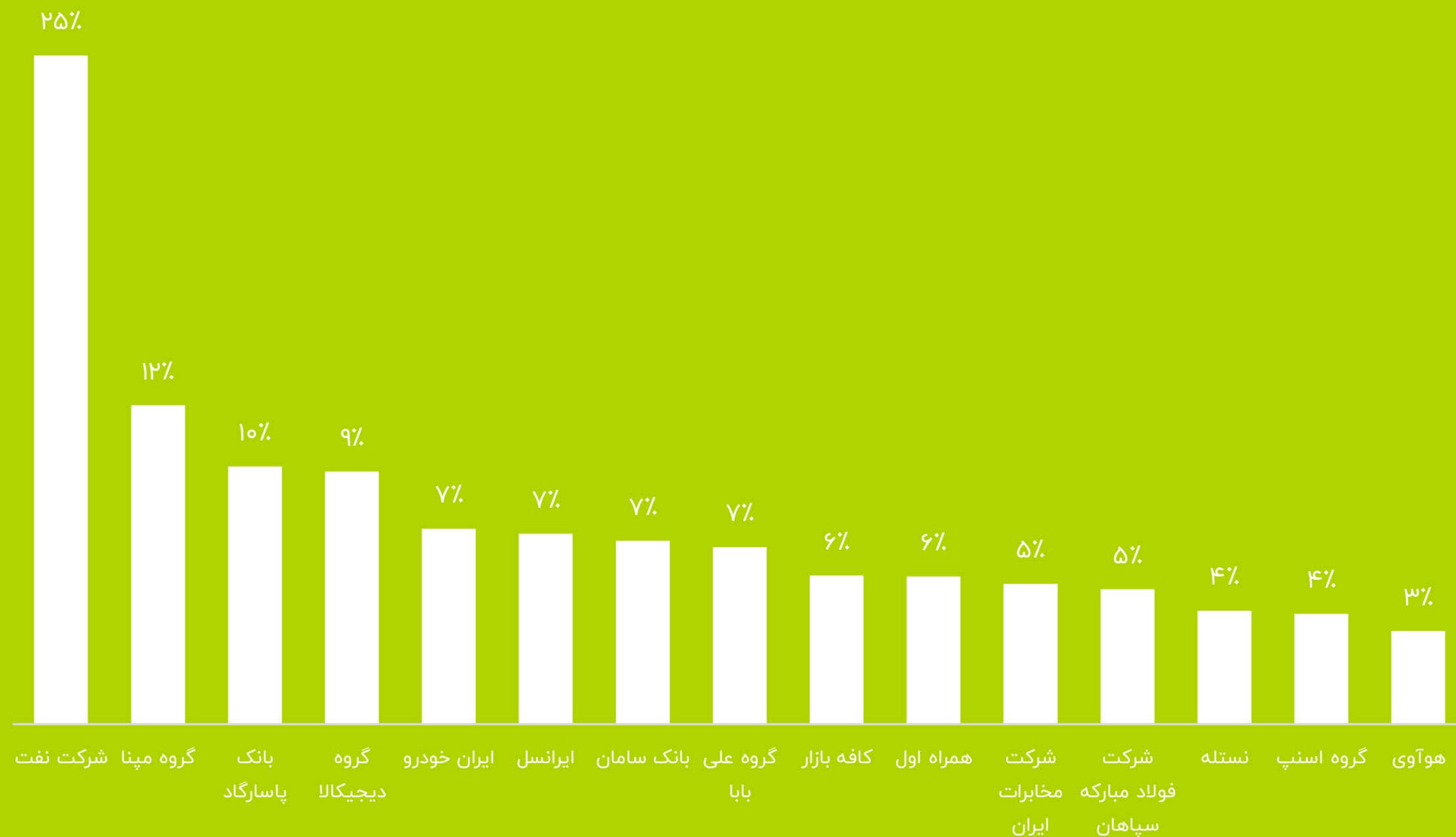
برند کارفرمایی و مفاهیم آن

معیارهای کلیدی انتخاب کارفرما

ارزشهای پیشنهادی کارفرما (EVP)

مدل تحقیق و جمعیت‌شناسی

میزان آرای ۱۵ برند اول کارفرمایی محبوب ایران بر اساس دومین پیمایش برند کارفرمایی ایران



نتایج آرای برندهای
کارفرمایی برتر



۴۱%

درصد مقبولیت اولین برند کارفرمایی ایران

حدود ۴۱٪ از افراد (حدود ۷۰۰۰ نفر) تمایل دارند در
برند کارفرمایی منتخب کار کنند

برندهای منتخب از بین لیست ازپیش‌تعیین‌شده ۷۰ شرکت پیشنهادی کاربوم که توسط
مشارکت‌کنندگان به عنوان اولویت اول تا پنجم، انتخاب شده‌اند.

نتایج آرای برندهای
کارفرمایی برتر

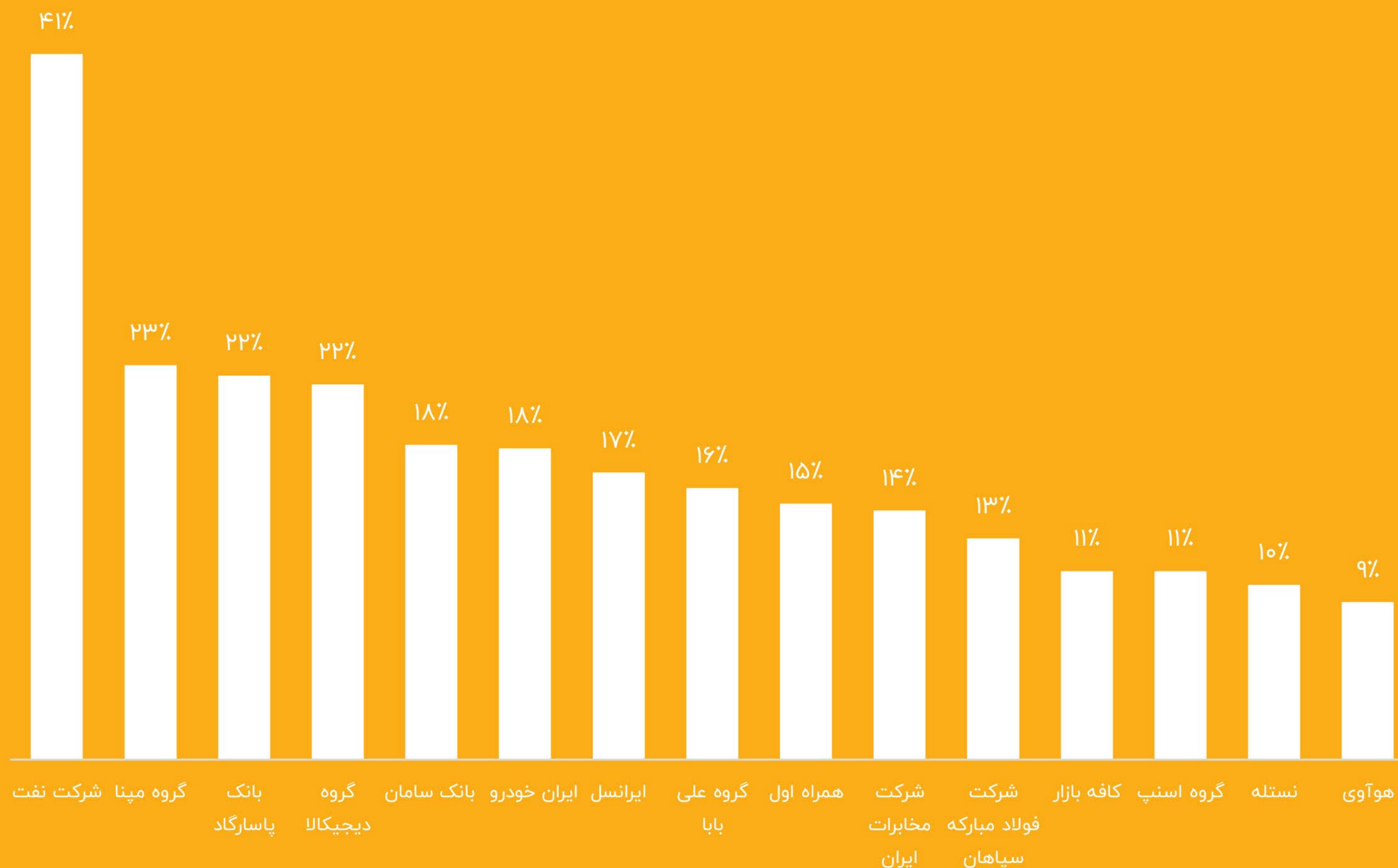
برند کارفرمایی و
مفاهیم آن

معیارهای کلیدی
انتخاب کارفرما

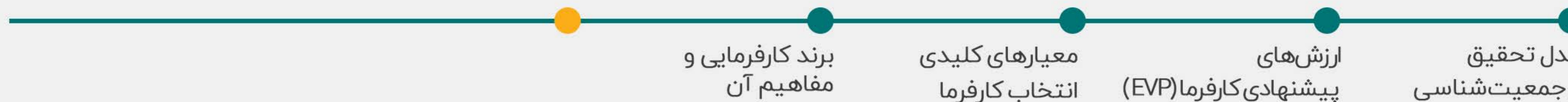
ارزش‌های
پیشنهادی کارفرما (EVP)

مدل تحقیق
و جمعیت‌شناسی

میزان آرای ۱۵ برند اول کارفرمایی منتخب ایران بر اساس دومین پیمایش برند کارفرمایی ایران



نتایج آرای برندهای
کارفرمایی برتر



مقایسه رتبه برندهای کارفرمایی ملکه ذهن در دو پیمایش اخیر کاربوم

رتبه	برند کارفرمایی	درصد مقبولیت در سال ۱۴۰۰	تغییر درصد نسبت به پارسال
۱۳	شاتل	۵/۸٪	۴/۲٪ -
۱۴	ایران خودرو	۵/۸٪	۵/۳٪ +
۱۵	داتین	۵/۶٪	۵/۳٪ +
۱۶	سازمان فن آوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری تهران	۵/۶٪	۵/۲٪ +
۱۷	دیوار	۵/۶٪	۵/۳٪ +
۱۸	بانک ملت	۵/۶٪	۵/۴٪ +
۱۹	سازمان بورس و اوراق بهادار	۵/۶٪	۵/۱٪ -
۲۰	همکاران سیستم	۵/۵٪	۵/۰٪
۲۱	فولاد مبارکه اصفهان	۵/۵٪	۵/۰٪
۲۲	شرکت نستله	۵/۵٪	۵/۲٪ +
۲۳	سولیکو (کاله)	۵/۵٪	۵/۱٪ +
۲۴	عبیدی	۵/۴٪	۵/۱٪ +

رتبه	برند کارفرمایی	درصد مقبولیت در سال ۱۴۰۰	تغییر درصد نسبت به پارسال
۱	شرکت نفت	۸/۲٪	۲/۶٪ +
۲	گروه دیجیکالا	۴/۳٪	۱/۵٪ +
۳	گروه مینا	۳/۵٪	۵/۸٪ +
۴	گروه اسنپ	۲/۵٪	۱/۰٪ +
۵	کافه بازار	۲/۱٪	۱/۰٪ -
۶	بانک ملی	۱/۶٪	۵/۶٪ +
۷	گروه فناپ	۱/۴٪	۵/۹٪ +
۸	ایرانسل	۱/۲٪	۵/۱٪ -
۹	گروه علی بابا	۱/۱٪	۵/۴٪ +
۱۰	گروه صنعتی گلرنگ	۱/۰٪	۵/۳٪ +
۱۱	همراه اول	۵/۹٪	۵/۰٪
۱۲	آموزش و پرورش	۵/۸٪	۵/۴٪ -

نتایج آرای برندهای کارفرمایی برتر

برند کارفرمایی و مفاهیم آن

معیارهای کلیدی انتخاب کارفرما

ارزشهای پیشنهادی کارفرما (EVP)

مدل تحقیق و جمعیت‌شناسی

میزان اهمیت معیارهای کلیدی و تاثیر آن بر انتخاب شرکت مورد علاقه

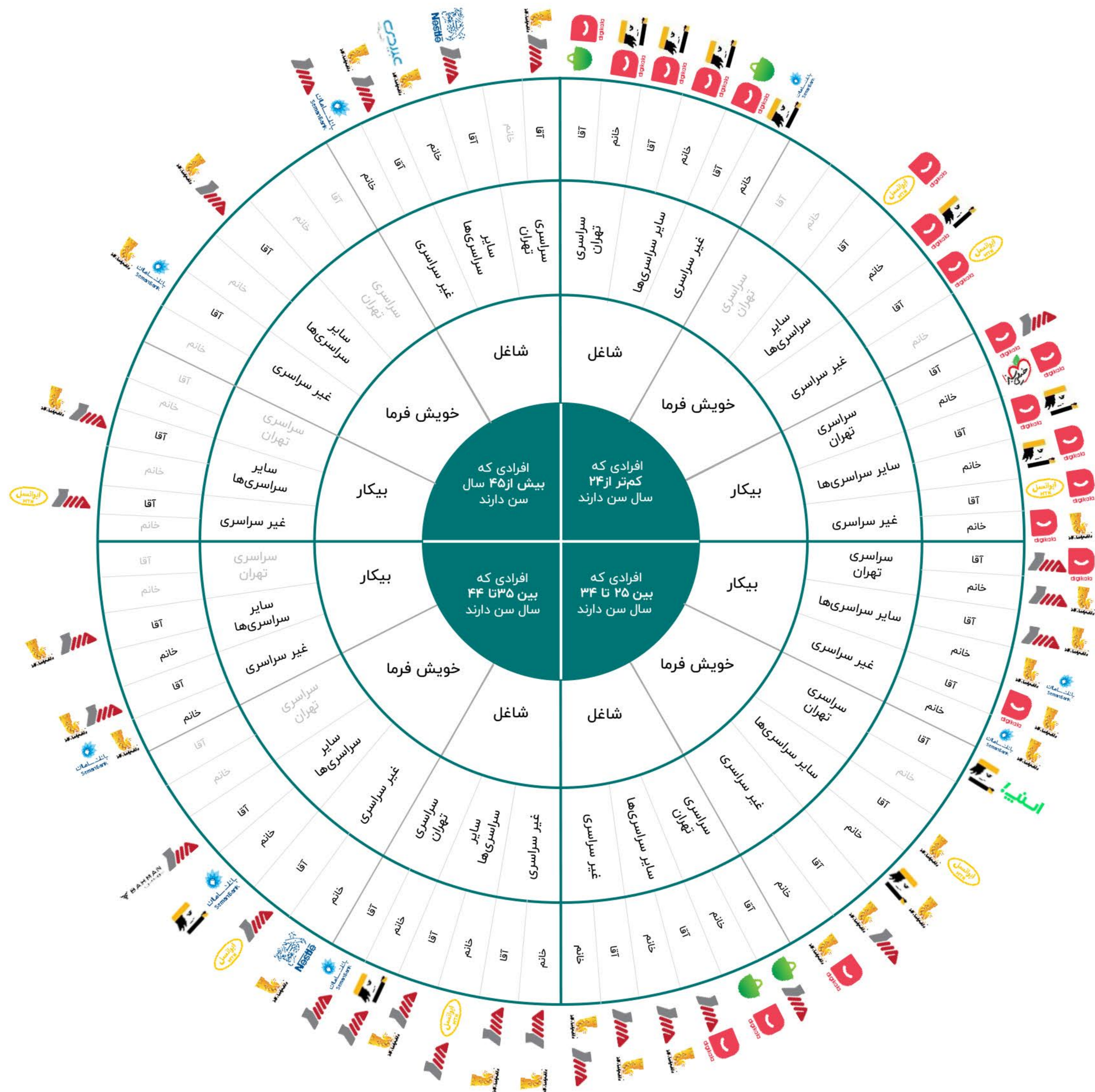
رتبه	عنوان معیار	میزان انتخاب معیار توسط شرکت‌کنندگان	تغییر نسبت به پارسال	اهمیت بالای معیار در انتخاب این برندها	اهمیت پایین معیار در انتخاب این برندها	رتبه	عنوان معیار	میزان انتخاب معیار توسط شرکت‌کنندگان	تغییر نسبت به پارسال	اهمیت بالای معیار در انتخاب این برندها	اهمیت پایین معیار در انتخاب این برندها
۱	ثبات و امنیت شغلی بالا	۵۹%	▲۲۹%	مخابرات ایران	۷۰	۱۲	عدم تداخل تعهدات شغلی و زندگی شخصی	۱۶%	NA	تیپاکس	۷۰
۲	حقوق دریافتی بالاتر از متوسط بازار	۵۴%	▲۲%	پارس BAT	۷۰	۱۳	حسن شهرت محصولات و خدمات شرکت	۱۴%	▼۳%	شرکت بل روزانه	۷۰
۳	امکان توسعه مسیر شغلی	۵۳%	NA	پارس BAT	۷۰	۱۴	جایگاه ممتاز شرکت در بازار	۱۴%	NA	پارس BAT	۷۰
۴	روابط دوستانه و حمایتگر میان همکاران	۴۵%	▲۱۹%	تخفیفان	۷۰	۱۵	توجه جدی سازمان به تقویض اختیارات و مسئولیت‌ها	۱۳%	NA	پارس حیات	۷۰
۵	مزایای ضمن کار (پاداش مناسبتی، امکانات رفاهی، بن خرید و...)	۳۴%	NA	سازمان بورس و اوراق بهادار	۷۰	۱۶	امکانات و جذابیت‌های بصری فضای کار	۱۱%	-%۰	گروه صباپده	۷۰
۶	اهمیت به سلامت جسمی و روحی نیروی کار	۳۱%	NA	تیپاکس	۷۰	۱۷	فراهم بودن امکان دورکاری	۱۱%	NA	دیوار	۷۰
۷	محیط کاری جوان و پراانرژی	۲۵%	▼۲۲%	آسیاتک	۷۰	۱۸	همراستایی مأموریت شرکت با ارزش‌های شخصی	۹%	NA	نوو نوردیسک	۷۰
۸	سطح دانش و تخصص همکاران	۲۴%	NA	تیپسی	۷۰	۱۹	معروف بودن شرکت برای درج در رزومه	۷%	▼۲%	مونکو	۷۰
۹	تخصیص منابع لازم برای آموزش و توسعه حرفه‌ای	۲۲%	▼۱۴%	همکاران سیستم	۷۰	۲۰	متعهد بودن به مسئولیت اجتماعی	۷%	▼۵%	شرکت بل روزانه	۷۰
۱۰	ساعت کاری منعطف	۲۲%	▲۶%	یکتانت	۷۰	۲۱	تأکید جدی به قوانین و رویه‌ها	۵%	NA	هایپرستار	۷۰
۱۱	پیشرو بودن سازمان در دانش و تکنولوژی	۲۰%	NA	ابرآروان	۷۰	۲۲	برند شخصی مدیران و مؤسسان	۴%	▼۳۱%	پارس حیات	۷۰

نکته: معیارهایی که اطلاعات درصد انتخاب آن‌ها در پیمایش سال گذشته موجود نبوده است، به صورت NA نمایش داده شده است.

نتایج آرای برندهای کارفرمایی برتر

بیشترین اولویت انتخابی
برندهای خصوصی
در گروه‌های مختلف رای‌دهندگان





شرکت مینا و بانک پاسارگاد بیشترین اولویت انتخابی برندهای خصوصی در گروه مختلف رأی‌دهندگان را داراست.

برندهای کارفرمایی پراولویت محبوب (برند اول و دوم انتخابی) برای هر گروه از رأی‌دهندگان در شعاع انتهایی نمودار مشخص شده است.

نکته: موارد رنگ طوسی کمرنگ گروه‌هایی هستند که تعداد آرا در آن‌ها کمتر از ۲۰ مورد بوده است.

نتایج آرای برندهای کارفرمایی برتر

برند کارفرمایی و مفاهیم آن

معیارهای کلیدی انتخاب کارفرما

ارزش‌های پیشنهادی کارفرما (EVP)

مدل تحقیق و جمعیت‌شناسی

افراد با تحصیلات
فوق لیسانس یا دکتری
و سابقه کار
بالای ۷ سال
چگونه فکر می‌کنند؟

۱۰ برند اول کارفرمایی منتخب:



درصد افراد علاقمند به کار کردن در این
برند (از بین ۲۵۰۹ رأی) %XX

نتایج آرای برندهای
کارفرمایی برتر

برند کارفرمایی و
مفاهیم آن

معیارهای کلیدی
انتخاب کارفرما

ارزش‌های
پیشنهادی کارفرما (EVP)

مدل تحقیق
و جمعیت‌شناسی



افراد زیر ۳۵ سال و در جستجوی مهاجرت، چگونه فکر می‌کنند؟

۱۰ برند اول کارفرمایی منتخب:



درصد افراد علاقمند به کار کردن در این
برند (از بین ۵۰۶۹ رأی) %XX

نتایج آرای برندهای
کارفرمایی برتر

برند کارفرمایی و
مفاهیم آن

معیارهای کلیدی
انتخاب کارفرما

ارزشهای
پیشنهادی کارفرما (EVP)

مدل تحقیق
و جمعیت‌شناسی



افراد شاغل ۳۵ تا ۴۴ سال سن که بین ۳ تا ۷ سال سابقه کار دارند، چگونه فکر می‌کنند؟

۱۰ برند اول کارفرمایی منتخب:



درصد افراد علاقمند به کار کردن در این برند (از بین ۳۴۷ رأی) %XX

نتایج آرای برندهای
کارفرمایی برتر

برند کارفرمایی و
مفاهیم آن

معیارهای کلیدی
انتخاب کارفرما

ارزش‌های
پیشنهادی کارفرما (EVP)

مدل تحقیق
و جمعیت‌شناسی

برندهای منتخب بر اساس برخی از حوزه‌های
شغلی و میزان سابقه کار



میزان سابقه‌کاری



برندهای کارفرمایی منتخب (برند اول تا پانجم انتخابی از لیست از پیش تعیین شده) برای هر گروه از رأی‌دهندگان در نمودار مشخص شده است.

در این نمودار برخی از حوزه‌های شغلی به تفکیک سابقه کار مورد بررسی قرار گرفته است.



در هر باکس از نمودار، برند سمت چپ به عنوان اولین برند منتخب و برند سمت راست به عنوان دومین برند منتخب در آن سگمنت از حوزه شغلی/سابقه کار ذکر شده است.

برخی از حوزه‌های شغلی

نکته: برندهایی که با رنگ طوسی کمرنگ نشان داده شده است، برندهایی هستند که تعداد آرا در آن‌ها کمتر از ۱۰ مورد بوده است.



۱۰ برند اول کارفرمایی منتخب:



XX٪ درصد افراد علاقمند به کار کردن در این برند (از بین ۲۱۰ رأی)

شاغلین حوزه
منابع انسانی و
زیر ۸ سال سابقه کار
چگونه فکر می‌کنند؟

نتایج آرای برندهای
کارفرمایی برتر

برند کارفرمایی و
مفاهیم آن

معیارهای کلیدی
انتخاب کارفرما

ارزش‌های
پیشنهادی کارفرما (EVP)

مدل تحقیق
و جمعیت‌شناسی

افراد با تحصیلات
مهندسی کامپیوتر و
فناوری اطلاعات
از دانشگاه‌های سراسری
سطح یک تهران،
چگونه فکر می‌کنند؟



درصد افراد علاقمند به کار کردن در این برند (از بین ۱۵۵ رأی) %XX

نتایج آرای برندهای
کارفرمایی برتر

برند کارفرمایی و
مفاهیم آن

معیارهای کلیدی
انتخاب کارفرما

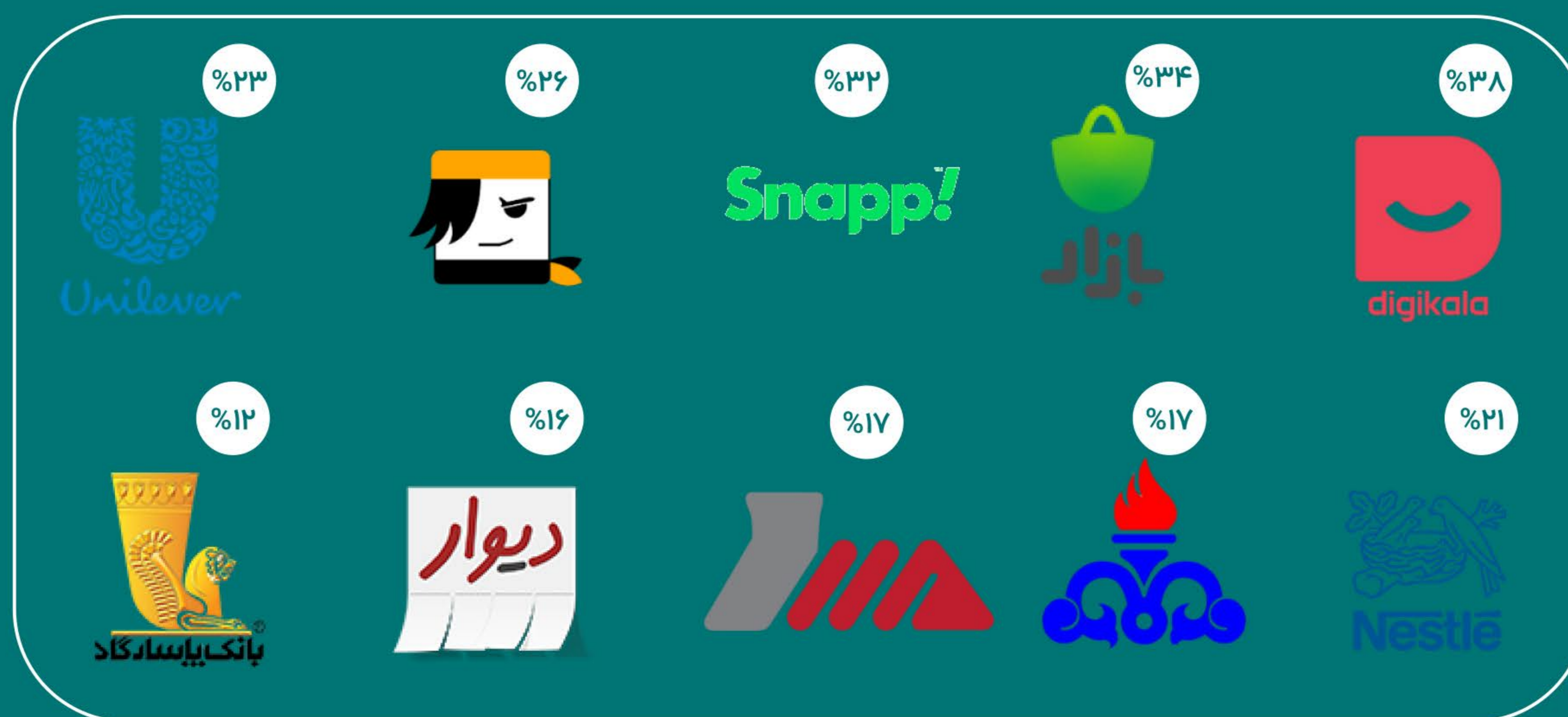
ارزش‌های
پیشنهادی کارفرما (EVP)

مدل تحقیق
و جمعیت‌شناسی



افراد با تحصیلات MBA از دانشگاه‌های سطح یک تهران چگونه فکر می‌کنند؟

۱۰ برند اول کارفرمایی منتخب:



درصد افراد علاقمند به کار کردن در این
برند (از بین ۱۲۰ رأی) %XX

نتایج آرای برندهای
کارفرمایی برتر

برند کارفرمایی و
مفاهیم آن

معیارهای کلیدی
انتخاب کارفرما

ارزش‌های
پیشنهادی کارفرما (EVP)

مدل تحقیق
و جمعیت‌شناسی



افراد متأهل بالای ۴۵ سال سن که شاغل هستند و بیش از ۱۵ سال سابقه کار دارند، چگونه فکر می‌کنند؟

۱۰ برند اول کارفرمایی منتخب:

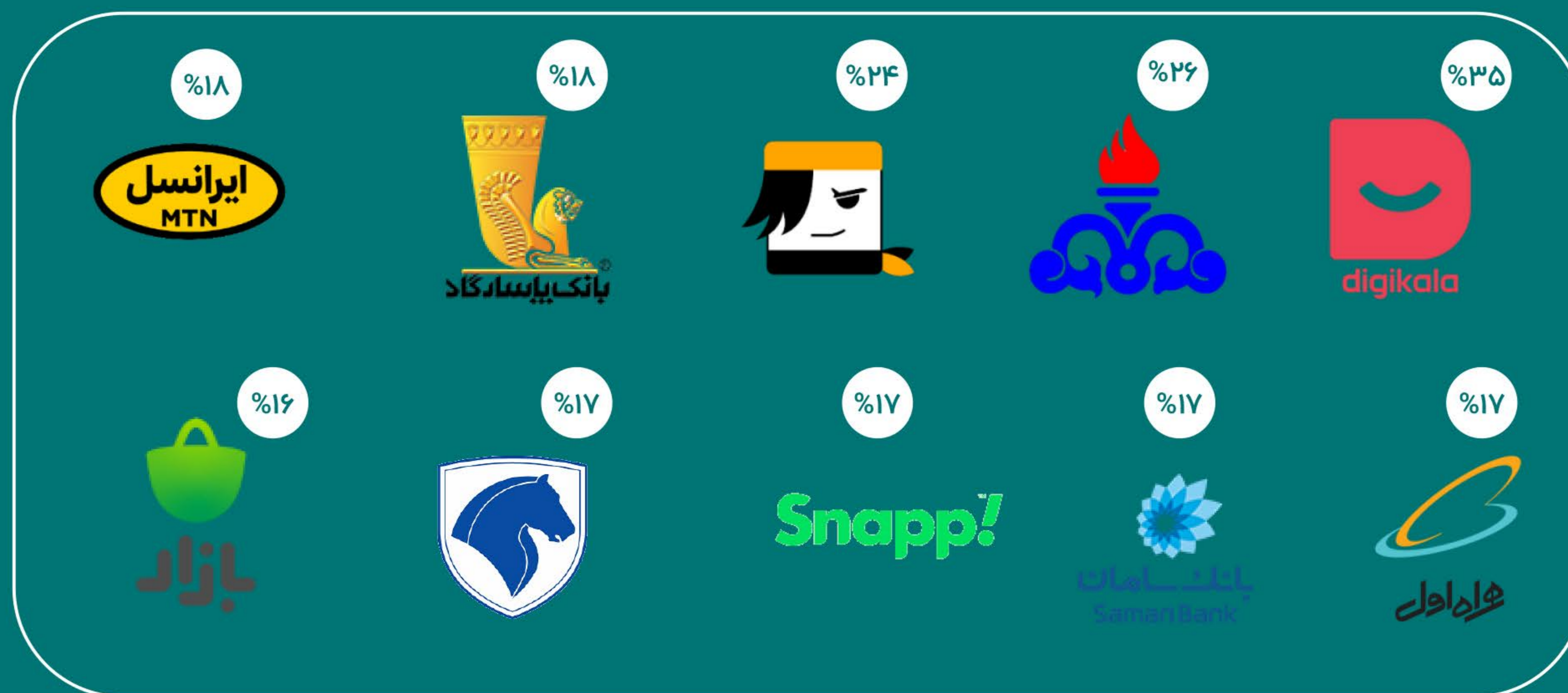


درصد افراد علاقمند به کار کردن در این برند (از بین ۵۰۴ رأی) %XX



افراد مجرد زیر ۲۵ سال سن چگونه فکر می‌کنند؟

۱۰ برند اول کارفرمایی منتخب:



درصد افراد علاقمند به کار کردن در این برند (از بین ۲۵۲۰ رأی) %XX

نتایج آرای برندهای کارفرمایی برتر

برند کارفرمایی و مفاهیم آن

معیارهای کلیدی انتخاب کارفرما

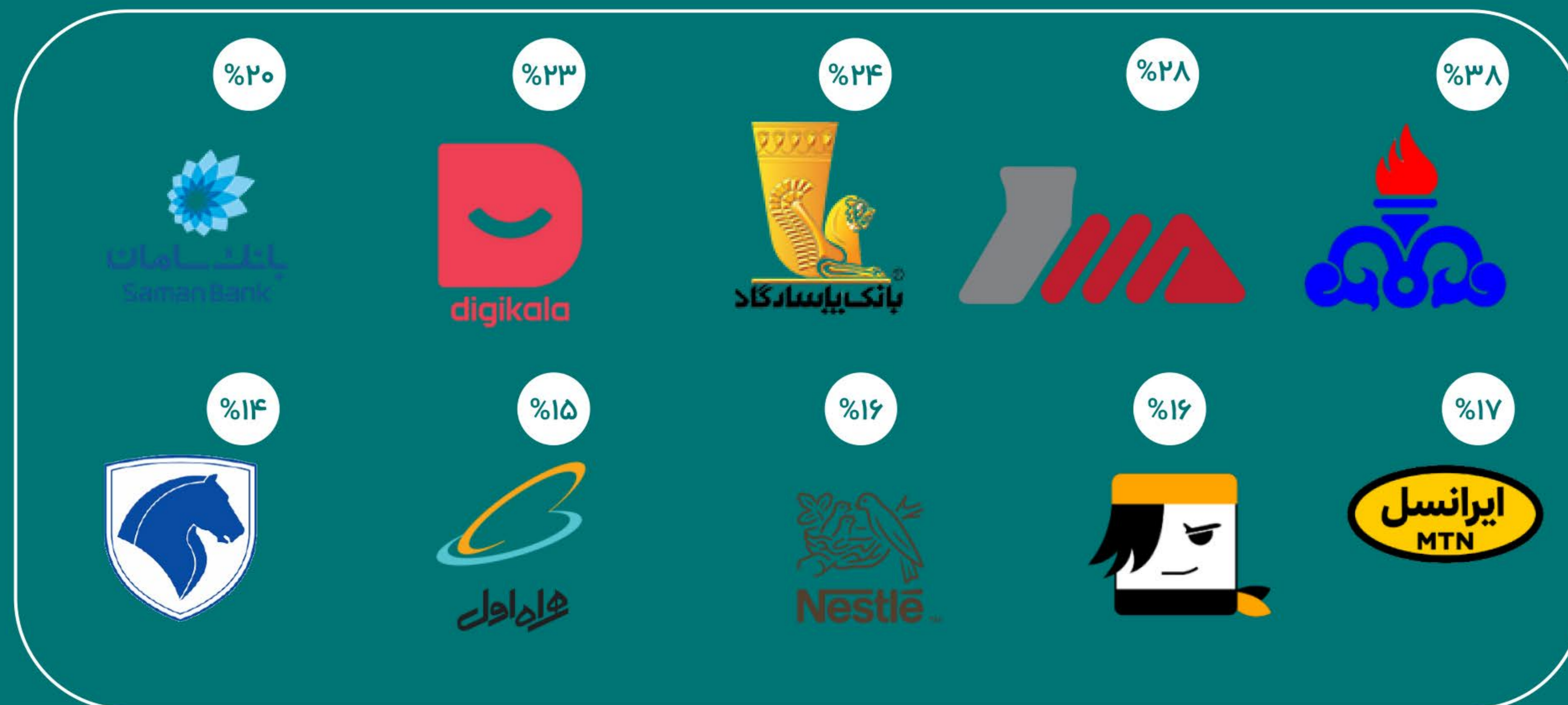
ارزشهای پیشنهادی کارفرما (EVP)

مدل تحقیق و جمعیت‌شناسی



افرادی که دارای تحصیلات مدیریت و مهندسی صنایع هستند، چگونه فکر می‌کنند؟

۱۰ برند اول کارفرمایی منتخب:



درصد افراد علاقمند به کار کردن در این
برند (از بین ۲۹۷۹ رأی) %XX



افرادی که بین ۳ تا ۷ سال سابقه کاری دارند و در بازه سنی ۲۵ تا ۳۴ سال هستند، چگونه فکر می‌کنند؟

۱۰ برند اول کارفرمایی منتخب:



درصد افراد علاقمند به کار کردن در این برند (از بین ۲۴۲۲ رأی) %xx

HR

uman
resources

بررسی داشبورد برند کارفرمایی
معرفی محصولی جدید
برای متخصصان منابع انسانی



بررسی داشبورد برندکارفرمایی

راهنمای صفحات

صفحه نخست

آمار کلی

دموگرافی

معیارهای کلیدی

جایگاه برند
(دسترسی محدود)

وضعیت برند
(دسترسی محدود)

مقایسه برند

داشبورد برند کارفرمایی
تحلیل معیارهای انتخاب کارفرما و
نگاهی به برندهای کارفرمایی محبوب

۱۴۰۰



صفحات قابل مشاهده در داشبورد برند کارفرمایی



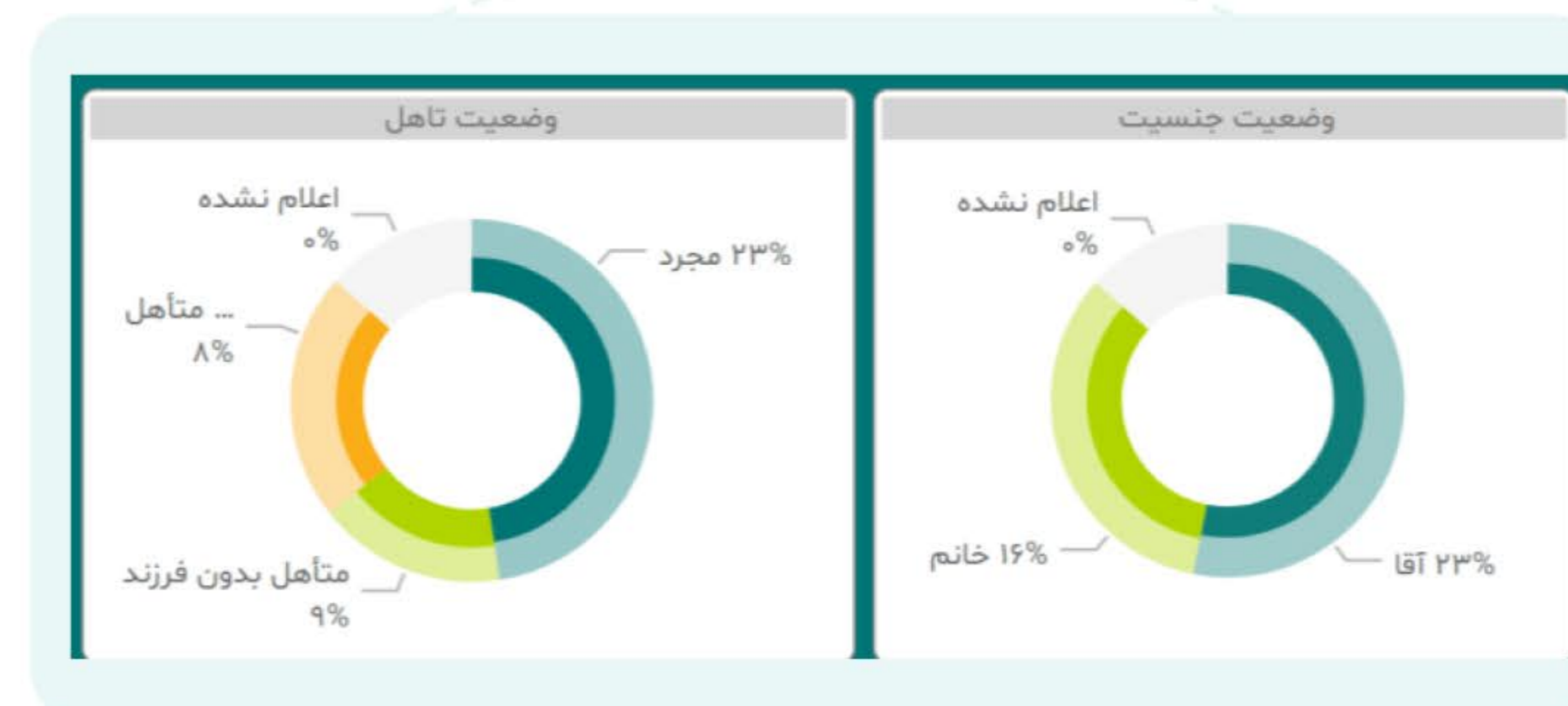
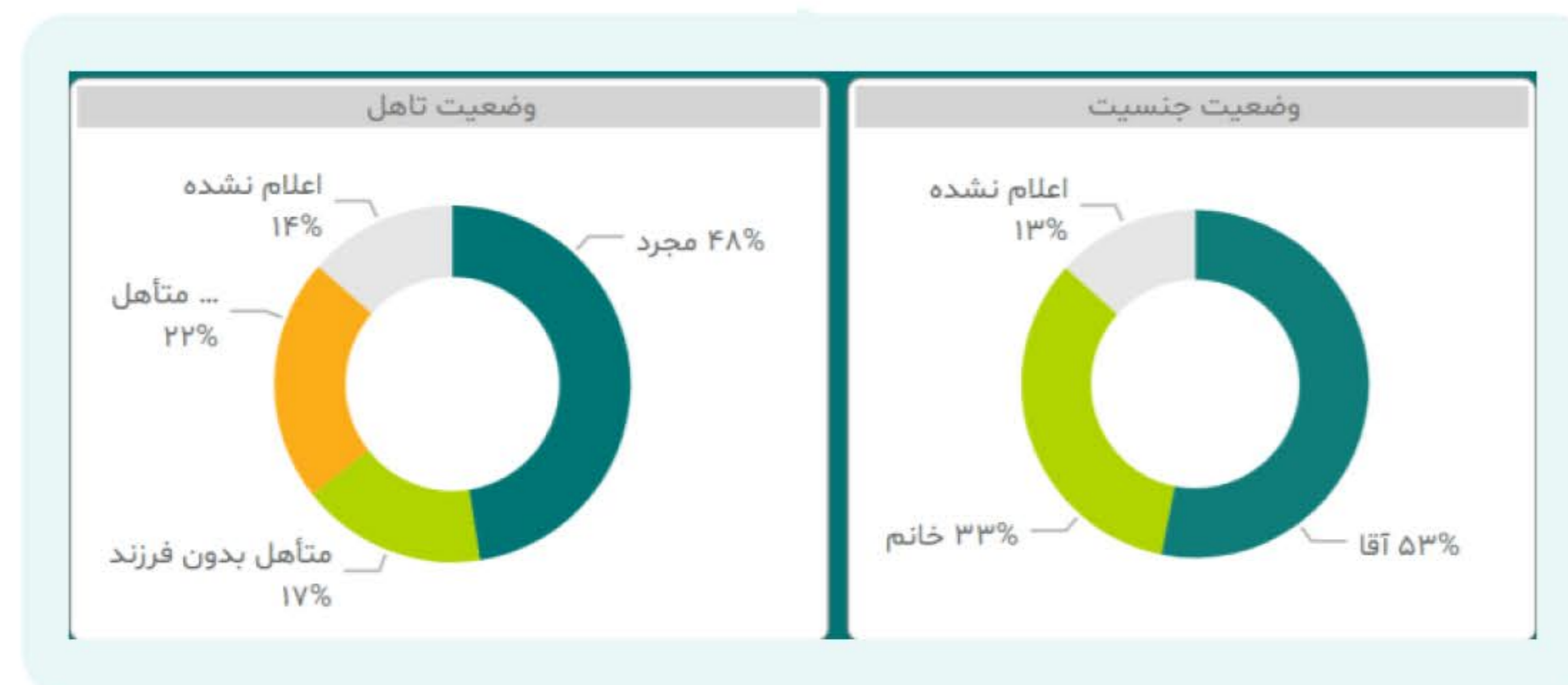
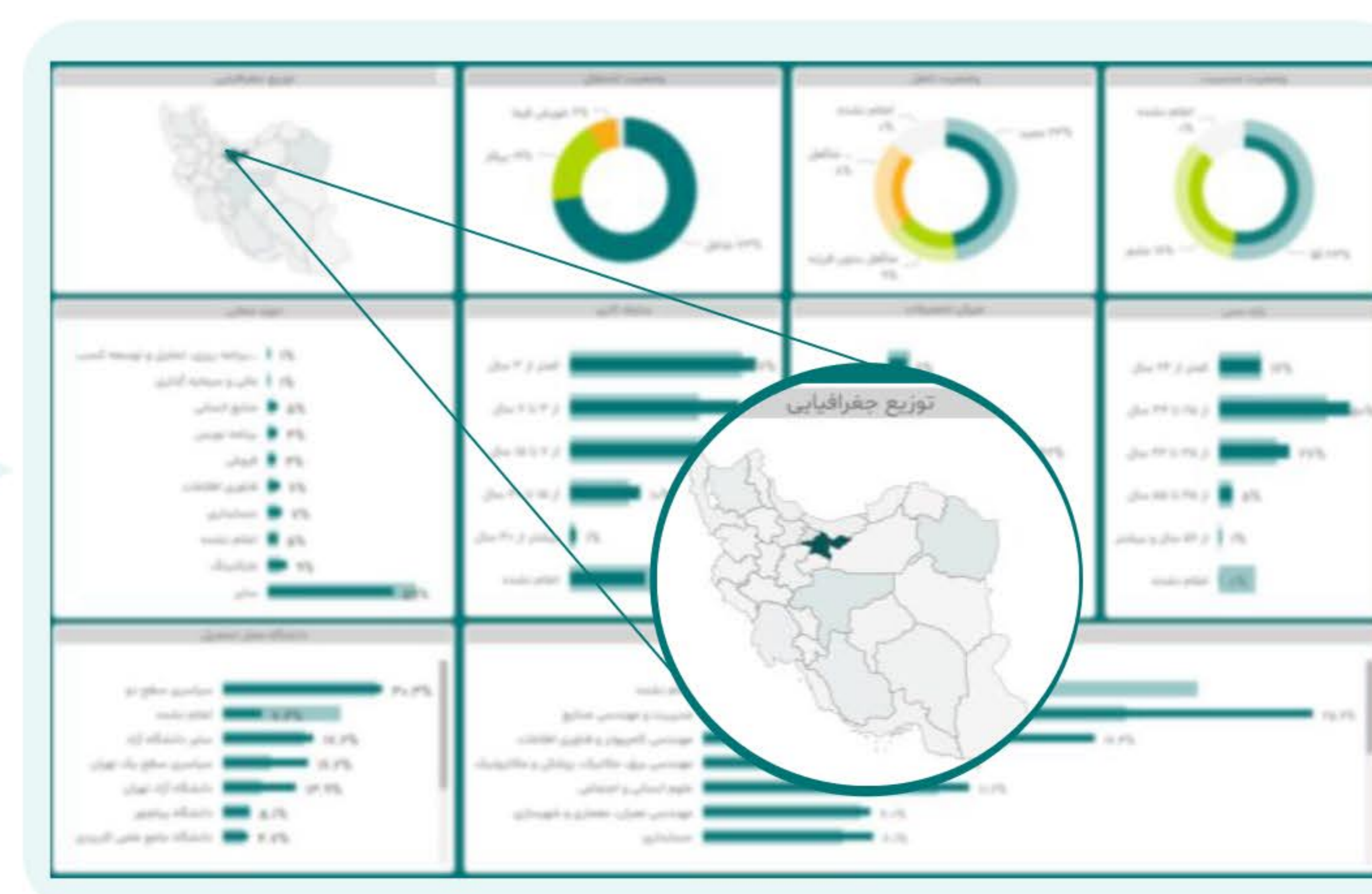
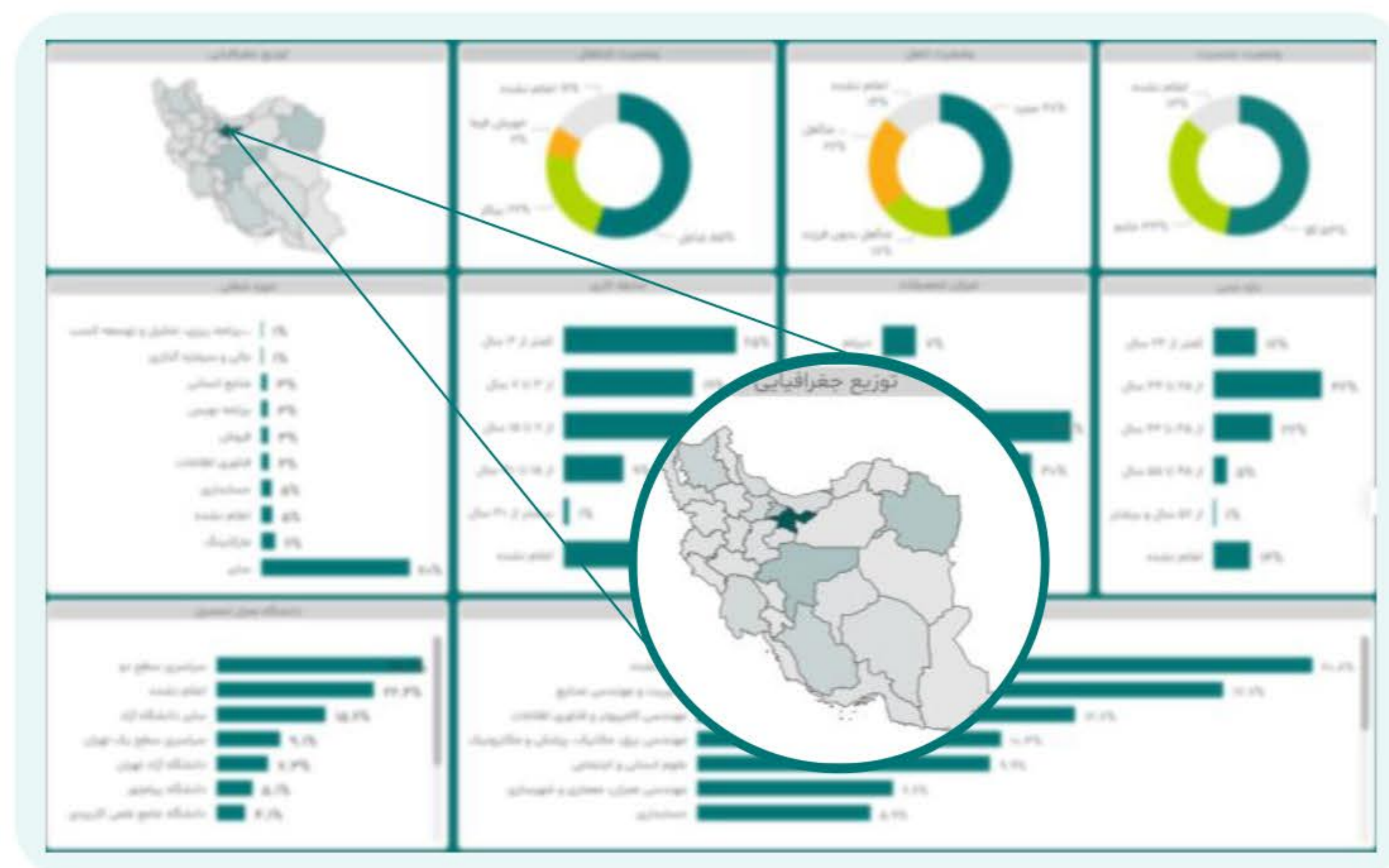
در هر یک از صفحات داشبورد به ترتیب اطلاعات زیر قابل دریافت است:

- **وضعیت برند:**
 - ✓ بررسی میزان علاقمندی شرکت‌کنندگان به برند شما
 - ✓ تأثیرات دموگرافیک برند کارفرمایی شما
 - ✓ بررسی معیارهای انتخابی افراد برای انتخاب برند کارفرمایی شما
 - ✓ ترجیحات شرکت‌کنندگان در داشتن چه اطلاعاتی از شرکت شما
- **مقایسه برند:**
 - ✓ بررسی رقابتی برند شما در بین ۷۰ برند کارفرمایی منتخب قابل انتخاب

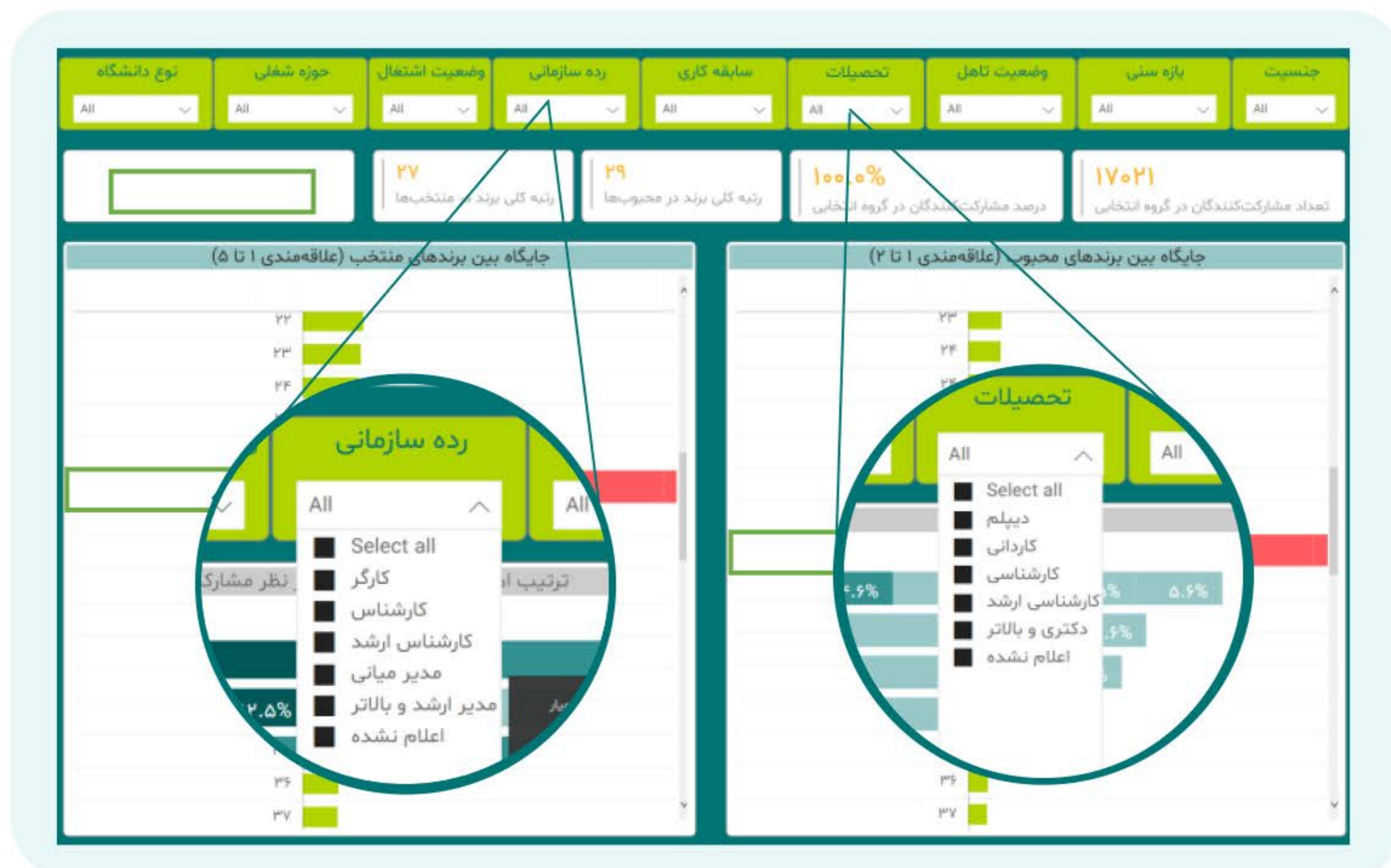
- **معیارهای کلیدی:**
 - ✓ بررسی معیارهای کلیدی شرکت‌کنندگان در پیمایش (به همراه ایجاد فیلتر مورد نیاز روی اطلاعات دموگرافی افراد)
 - ✓ اطلاعاتی که شرکت‌کنندگان تمایل دارند از شرکت‌ها بدانند.
- **جایگاه برند:**
 - ✓ بررسی وضعیت برند کارفرمایی شما در دو دسته محبوب و منتخب (به همراه ایجاد فیلتر مورد نیاز روی اطلاعات دموگرافی افراد)
 - ✓ و...

- **آمار کلی:**
 - ✓ وضعیت کلی آرا شرکت‌کنندگان
 - ✓ رشد تجمعی ۱۰ برند ملکه ذهن طی برگزاری پیمایش
- **دموگرافی:**
 - ✓ بررسی اطلاعات دموگرافی شرکت‌کنندگان اعم از: سن، جنسیت، تحصیلات، حوزه شغلی و...
 - ✓ بررسی وضعیت جغرافیایی شرکت‌کنندگان
 - ✓ و..

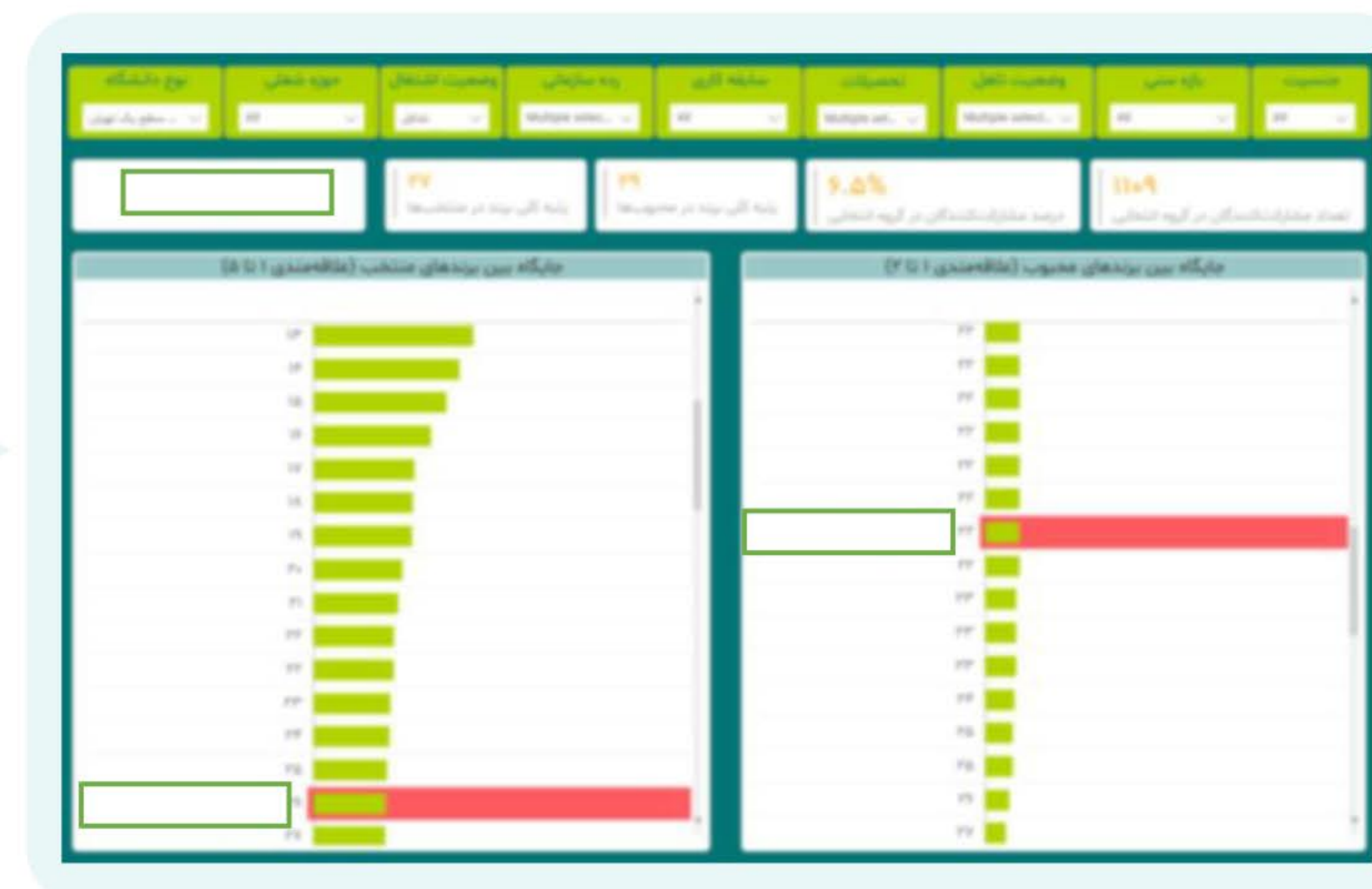
بررسی قابلیت‌های داشبورد (اعمال فیلتر با استفاده از نمودارها)



بررسی قابلیت‌های داشبورد (اعمال فیلتر با استفاده از گزینه‌های قابل انتخاب)



اعمال فیلتر:
شرکت‌کنندگان تحصیل‌کرده در
دانشگاه‌های سطح یک تهران با
رده سازمانی بالا و تحصیلات
عالی



بررسی وضعیت برند کارفرمایی



* صفحات این بخش داشبورد مختص هر برند کارفرمایی می‌باشد.

بررسی رقابتی برند شما با سایر برندها



* امکان انتخاب از بین لیست از پیش تعیین شده ۷۰ شرکت پیشنهادی کاربوم می‌باشد.

برای آشنایی با محصول داشبورد برند کارفرمایی
و امکانات آن، روی دکمه زیر کلیک کنید.

درخواست دمو

شرکت ایلیا،

مجموعه‌ای پیشرو در عرصه مشاوره مدیریت در ایران

شرکت بین‌المللی مشاوره مدیریت ایلیا از سال ۱۳۸۶ به ارائه خدمات حرفه‌ای پژوهش و مشاوره می‌پردازد.

باور مجموعه ایلیا بر آن است که یک شرکت مشاوره مدیریت نظام‌مند و حرفه‌ای می‌تواند برای کشورمان ارزش آفرین باشد و با داشتن نیت، فرهنگ و تیمی منسجم در مسیر تحقق آن گام بردارد. این موضوع را می‌توان مهم‌ترین وجه تمایز ایلیا دانست.

از طرف دیگر، ایلیا مشاور توانمند را فراتر از یک راهنمای صرف می‌داند و برای تحقق اهداف و نتایج در کنار کارفرمایان ارزشمند خود قرار می‌گیرد.

شرکت ایلیا با توجه به داشتن تیمی متخصص از حوزه‌های مرتبط با کسب‌وکار و دیتا، قابلیت انجام پروژه‌های تحقیقاتی و اجرایی در حوزه‌های استراتژی، تحقیقات بازار، منابع انسانی و هوشمندسازی کسب‌وکار را دارد.



www.ilia-corporation.com
office@ilia-corporation.com

+98 2188651729

بلوار نلسون ماندلا (جردن)، بن بست پیروز، پلاک ۳، طبقه اول

درباره کاربوم:

کاربوم بر این باور است که کلید موفقیت سازمان‌ها در توجه ویژه به کارکنان و در واقع سرمایه‌های انسانی یک سازمان است؛ در نتیجه، با شعار زندگی شغلی بهتر همواره در تلاش است تا به‌روزترین و جامع‌ترین خدمات منابع انسانی را به منظور جذب و استخدام بهترین‌ها و ارتقای برند کارفرمایی برای سازمان‌ها فراهم کند.

وجه تمایز کاربوم چیست؟

کاربوم تیمی متشکل از افراد حرفه‌ای است که تحول اساسی در ارائه خدمات منابع انسانی، بازتعریف این خدمات با بهره‌گیری از تکنولوژی‌های روز و پیاده‌سازی کاربردی **HRTech** را در دستور کار خود قرار داده است. تیم کاربوم در قالب تیم‌های طراحی و توسعه محصول، جذب و استخدام، فروش، پشتیبانی، بازاریابی، تولید محتوا و شبکه‌های اجتماعی در تلاش هستند تا بهترین، باکیفیت‌ترین و سودمندترین خدمات و محصولات را در اختیار مشتریان قرار دهد.

کاربوم

karboom.io

info@karboom.io

+98 2141624116

تهران، خیابان گاندی، خیابان پانزدهم، پلاک ۱۵

نرم افزار مدیریت فرایند استخدام (ATS)



جذب و استخدام نیرو



ارزیابی کارچویان و کارکنان



توسعه برندگان فرم های



دوره های آموزشی آنلاین (وبیاد)



کارپوم

karboom.io

karboom.io

تهران، خیابان گاندی، خیابان پانزدهم، پلاک ۱۵ / تلفن: ۰۲۱-۴۱۶۲۴۱۱۶