

Ксав'є Бронле, Джессіка Базіль, Роберта Базіль, Нікола Ферла

Ціннісна пропозиція для працівників: Які чинники мають значення? Тематичне дослідження мотиваційних чинників у Швейцарії

Компанії розробляють стратегії залучення та утримання талановитої робочої сили на чимраз мінливішому ринку праці. Ті, що стосуються залучення талантів, зазвичай називаються брендингом роботодавців, а ті, що стосуються утримання талантів, зазвичай називаються ціннісними пропозиціями для працівників. Це дослідження має на меті дослідити мотиваційні чинники в ціннісних пропозиціях для співробітників та пропонує розширити поширені моделі. Для перевірки достовірності гіпотетичної моделі була розроблена анкета. До вибірки увійшла велика швейцарська фінансова установа, яка вирішила залишитися анонімною. 517 співробітників надали достовірні спостереження; багатовимірний аналіз, проведений за допомогою моделювання структурних рівнянь, підтверджує достовірність гіпотетичної моделі. Зокрема, дослідження ілюструє, що в моделі ціннісної пропозиції для співробітника необхідно враховувати зовнішні (заробітна плата, пільги, кар'єра) і внутрішні (робоче середовище, мета роботи й напруга на роботі) мотиваційні чинники. Внутрішні мотиваційні чинники мають дещо більший внесок, ніж зовнішні мотиваційні чинники; чинник заробітної плати має найбільший внесок серед змінних зовнішньої мотивації, а чинник робочого середовища має найбільший внесок серед змінних внутрішньої мотивації. Створена модель має практичне застосування для корпорацій, які хочуть керувати ціннісною пропозицією для своїх співробітників і узгодити власний брендинг. Це розширює теоретичні основи для підтримки подальших досліджень у цій сфері.

Ключові слова: ціннісна пропозиція для працівника, брендинг роботодавця, внутрішня мотивація, зовнішня мотивація, SEM-PLS

Класифікація JEL: M10, M51



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.