

## عنوان مقاله:

تحلیل تاثیر جذابیت برند کارفرما بر غرور سازمانی (مورد مطالعه: شرکت اصفهان ماشین اسپادانا)

## محل انتشار:

هشتمین کنفرانس بین المللی ترندهای مدرن مدیریت، حسابداری، اقتصاد و بانکداری با رویکرد رشد کسب و کارها (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

## نویسنده:

مجید اوقانیان - دانشجوی دکتری، مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران.

## خلاصه مقاله:

با انتقال از عصر صنعتی به عصر دانش ارتباط کارفرما- کارمند نیز دچار تحول شده و کارفرمایان با توجه به میزان عرضه و تقاضای استعدادها به سمت جذب کارکنان مستعد رهنمون شده اند و روز به روز در تلاش برای جذب کارکنان مستعد هستند؛ بنابراین راهی جز جذاب سازی برند کارفرما برای تمایز سازمان خود ندارند؛ از طرفی نگرش کارکنان نسبت به برندهای معتبر می تواند منجر به احساس غرور عاطفی در آنها گردد. این پژوهش که توصیفی-پیمایشی با ماهیت کاربردی و از لحاظ زمانی مقطعی می باشد به منظور « تحلیل تاثیر جذابیت برند کارفرما بر غرور سازمانی » انجام گرفته است. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه کارکنان شرکت اصفهان ماشین اسپادانا است که با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۱۵۲ نفر با روش در دسترس به عنوان نمونه آماری انتخاب شد. ابزار اندازه گیری تحقیق، دو پرسشنامه استاندارد جذابیت برند کارفرما و پرسشنامه غرور سازمانی بود که مورد استفاده قرار گرفت. برای اندازه گیری روایی پرسشنامه ها از روش صوری و محتوایی و برای تعیین پایایی آن آلفای کرونباخ محاسبه گردید که مقدار آن برای متغیر جذابیت برند کارفرما برابر ۰/۸۹۶ و برای غرور سازمانی برابر ۰/۷۸۳ برآورد گردید. تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از دو نرم افزار SPSS۲۳ و Smart PLS۳ انجام شد. برای بررسی نرمال بودن داده ها از آزمون کولموگروف اسمیرنوف و برای آزمون فرضیات از روش مدلسازی معادلات ساختاری استفاده گردید نتایج نشان داد جذابیت برند کارفرما بر غرور سازمانی بطور معنی دار تاثیر دارد. همچنین آیت‌های ارزش اجتماعی، ارزش اقتصادی، ارزش توسعه و ارزش کاربردی بر غرور سازمانی موثر است ولی ارزش علاقمندی تأثیری بر غرور سازمانی نداشت.

## کلمات کلیدی:

جذابیت برند کارفرما، غرور سازمانی، شرکت اصفهان ماشین اسپادانا.

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1202275>

