

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر برند کارفرمایی بر عملکرد سازمانی

محل انتشار:

اولین کنفرانس مدیریت، کارآفرینی، بازاریابی، توسعه اقتصادی، بیمه و مدیریت بحران با رویکرد توسعه پایدار و پدافند غیرعامل (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 23

نویسندگان:

روح ا... سلحشور - استاد مدعو دانشگاه آزاد واحد دولت آباد

خسرو صفری غریبوند - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت استراتژیک دانشگاه آزاد واحد دولت آباد

میلاد اسحاقی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت استراتژیک دانشگاه آزاد واحد دولت آباد

خلاصه مقاله:

اکنون که برند کارفرمایی از مهمترین داریی های شرکت های موفق و بین المللی است به طوری که تنها با دیدن علامت برند آنها تمامی سازمان در ذهن مشتری و کارمندان تداعی می شود سازمانهای کوچک و نو پا نیز سعی در ساخت و توسعه برند کارفرمایی خویش دارند هرچند تحقیقات زیادی بر روی برند کارفرمایی انجام شده است اما پرواضح است که هنوز جنبه های مختلفی از برند کارفرمایی هست که ناشناخته مانده است و این ناشناخته ماندن باعث پنهان ماندن تاثیرات برند کارفرمایی می شود مدیریت سازمان اگر از آنها اطلاع کافی داشته باشد خواهد توانست که با مدیریت دقیق و به موقع این جنبه ها سازمان خویش را به سوی موفقیت هدایت نماید. همانگونه که پنهان ماندن این جنبه ها می تواند در عملکرد منفی سازمان موثر باشد به طور مثال اگر مدیریت یک سازمان برند کارفرمایی را به خوبی بشناسد و به جنبه های مختلف آن آگاهی داشته باشد به راحتی با فراهم آوردن همه شرایط لازم اقدام به تهیه برند کارفرمایی قوی نموده و موجب جذب نیروهای متخصص و مورد نیاز سازمان را فراهم خواهد آورد و اما اگر مدیریت در ساخت برند کارفرما موفق عمل نکند مسلما در بازار رقابت جذب نیرو از سایر رقبا عقب خواهد ماند و در جذب نیروی متخصص مورد نیاز ناکام خواهد ماند و به تبع آن سازمان که نیروی متخصص را نتوانسته جذب کند و در عملکرد سازمانی ضعیف خواهد بود در نتیجه بازار را به رقبا وا گذار خواهد نمود و به سمت شکست و نابودی پیش خواهد رفت در این تحقیق بر آن شدیم تا با بررسی تحقیقات گذشته بر روی برند کارفرمایی به تاثیر برند کارفرمایی بر عملکرد سازمانی بپردازیم.

کلمات کلیدی:

برند، برند کارفرمایی، عملکرد سازمانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/515569>

