

## عنوان مقاله:

برندسازی کارفرما: شناسایی ابعاد جذابیت سازمانی از دیدگاه کارکنان بالقوه دانش

## محل انتشار:

ششمین کنفرانس مدیریت دانش (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

## نویسندگان:

بیژن عبداللہی

سعید رضایی

## خلاصه مقاله:

جذب و حفظ کارکنان دانش یکی از عوامل مؤثر بر کسب مزیت رقابتی می باشد. همین امر سبب شده سازمانها برای جذب کارکنان دانش اقدام به برندسازی در حوزه مدیریت منابع انسانی نمایند. این پژوهش با هدف شناسایی ویژگیهای جذاب کارفرما بر مبنای ادراک کارکنان بالقوه دانش انجام شد. این پژوهشی از نظر هدف کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده ها توصیفی - پیمایشی است. دانشجویان سال آخر مقطع کارشناسی و کارشناسی ارشد دانشگاه مازندران به عنوان جامعه آماری این پژوهش انتخاب شدند. نمونه گیری به روش طبقه بندی متناسب انجام شد و حجم نمونه نیز با استفاده از فرمول کوکران ۳۴۱ بدست آمد. برای جمع آوری داده های پژوهش از پرسشنامه و برای تحلیل دادهها از آزمون های تحلیل عاملی اکتشافی، تحلیل عاملی تأییدی و آزمون تی با دو نمونه مستقل استفاده شد. پس از تجزیه و تحلیل داده ها دو بعد کلی برای جذابیت سازمانی شناسایی شد که آنها را شرایط عمومی و شرایط رقابتی نامگذاری کردیم. نتایج تجزیه و تحلیل ها نشان می دهد دانشجویانی که موفقیت تحصیلی بیشتری نسبت به سایرین دارند برای شرایط رقابتی کار اهمیت بیشتری قائل می شوند. نتایج همچنین نشان می دهد خانمها در مقایسه با آقایان به شرایط رقابتی کار اهمیت کمتری می دهند

## کلمات کلیدی:

برندسازی کارفرما، کارکنان دانش، جذابیت سازمانی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/551941>

