

mgr Anna Rychwalska

tytuł rozprawy: Kształtowanie marki pracodawcy w osiągnięciu przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa na rynku pracy

Określony w pracy obszar badawczy dotyka ważnej dla rozwoju dyscypliny problematyki kształtowania marki pracodawcy ujętej w kontekście konkurowania przedsiębiorstw na rynku pracy. Zwrócono uwagę na konieczność poznania i oceny wpływu działań w zakresie jej kształtowania na wskaźniki konkurencyjności przedsiębiorstwa na rynku pracy. Wymagało to przeanalizowania literatury krajowej i zagranicznej oraz dostępnych wyników badań celem wypracowania teoretycznego modelu współzależności między kształtowaniem marki pracodawcy, a osiągnięciem przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa na rynku pracy. Zidentyfikowano występującą lukę poznawczą zarówno w opracowaniach teoretycznych jak i prowadzonych badaniach w zakresie podejścia do budowania marki pracodawcy, w tym zwłaszcza braku odniesień do jej struktury, jak i powiązań prowadzonych działań z efektami w postaci oddziaływań na poszczególne składowe przewagi konkurencyjnej na rynku pracy. W związku z powyższym za cel główny pracy przyjęto rozpoznanie i określenie możliwości kształtowania oraz wykorzystania marki pracodawcy w osiągnięciu przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa na rynku pracy.

W części teoretycznej pracy podjęto próbę uporządkowania kwestii pojęciowych związanych z marką pracodawcy i konkurowaniem przedsiębiorstw na rynku pracy, określono strukturę marki pracodawcy oraz składowe przewagi konkurencyjnej wraz ze wskaźnikami konkurencyjności przedsiębiorstwa na rynku pracy. Opracowano także teoretyczny model współzależności między kształtowaniem marki pracodawcy a osiągnięciem przewagi konkurencyjnej na rynku pracy. Natomiast w części empirycznej przeprowadzono badania własne, które miały na celu poznanie mechanizmu oddziaływania marki pracodawcy na konkurencyjność przedsiębiorstwa na rynku pracy, ocenę poprawności przyjętych założeń oraz wskazanie zarówno głównych wyzwań jak i stosowanych praktyk w tym zakresie. We wnioskach końcowych pracy usystematyzowano wyniki badań i przeprowadzono syntezę problemu w świetle zrealizowanych badań, zweryfikowano przyjęte w pracy hipotezy oraz określono poziom osiągnięcia zakładanego celu rozprawy doktorskiej. Wskazano również rekomendowane działania w zakresie kształtowania marki pracodawcy zorientowane na osiągnięcie konkurencyjności na rynku pracy.