

The influence of images on organizational attractiveness : comparing Chinese, Russian and US companies in Germany / Katrin Held, Benjamin Bader // Int. J. Hum. Resour. Manage. - 2018, nr 3-4, s. 510-548, rys. tab. bibliogr.

### **Wpływ wizerunku na atrakcyjność organizacyjną : porównanie firm chińskich, rosyjskich i amerykańskich w Niemczech.**

Aby odnosić sukcesy w globalnej wojnie zatrudniania i zatrzymywania w pracy osób utalentowanych, organizacje ponadnarodowe muszą prowadzić poszukiwania takich osób na skalę światową. Konieczne jest w tym celu zbudowanie wizerunku firmy atrakcyjnej organizacyjnie. Szczególnie ważne jest to z przypadku przedsiębiorstw ponadnarodowych z krajów rozwijających się działających na rynkach rozwiniętych. Dzieje się tak z dwóch powodów. Po pierwsze, przedsiębiorstwa te są "spóźnialskimi" w rozwiniętych krajach, a na swoich lokalnych rynkach funkcjonują w zupełnie innym otoczeniu instytucjonalnym. Toteż pozyskanie utalentowanych osób z obcego kraju, w którym firmy te dopiero rozpoczynają działalność, jest dla nich bardzo korzystne, ponieważ uzyskają punkt wsparcia na rynku, dzięki nowemu personelowi posiadającemu wiedzę i doświadczenie wymagane w danym kraju. Po drugie, przedsiębiorstwom ponadnarodowym z krajów rozwijających się brakuje zazwyczaj umiejętności zarządczych, technologicznych i marketingowych, które są ważne, jeśli chce się z sukcesem konkurować z przedsiębiorstwami ponadnarodowymi z krajów rozwiniętych. W tym kontekście, firma uważana za atrakcyjnego organizacyjnie pracodawcę, ma większe szanse na pozyskanie pracowników posiadających specyficzne umiejętności, których te firmy nie mogą zdobyć samodzielnie. Autorzy artykułu porównali wpływ wizerunku korporacyjnego firmy na postrzeganą atrakcyjność organizacyjną przedsiębiorstw chińskich, rosyjskich i amerykańskich działających na terenie Niemiec. Opierali się na danych zebranych wśród 287 studentów niemieckich. Okazało się, że zdecydowanie przedkładają oni możliwość przyszłego zatrudnienia w firmach amerykańskich nad perspektywę pracy w przedsiębiorstwach chińskich i rosyjskich. Dotyczyło to także w większym stopniu kobiet niż mężczyzn.