

Abstrakt

Tématem mé bakalářské práce jsou tyrkysové společnosti a jejich fungování na základě tohoto principu. Zároveň se v práci také zabírám tématikou employer branding a employee value proposition jako nedílnou součástí fungování společností v dnešním online světě a jako formou propojení nabízených hodnot danou společností. Cílem mé práce je zjistit, zda hodnotová nabídka prezentovaná tyrkysovou společností Applifting na sociálních sítích, a převážně na sociální síti Instagram, hrály podstatnou roli při rozhodování současných zaměstnanců o práci či nikoliv.

Aby bylo zajištěno objektivních výsledků, byla výzkumná část, konkrétně dotazníkové šetření, provedena u dvou srovnatelných softwarových společností sídlících v Praze s odlišným způsobem řízení a výsledky mezi sebou porovnány. Díky tomu tak bylo poskytnuto objektivnějšího výsledku ohledně vnímání hodnot aktuálními zaměstnanci těchto společností. Z výsledků bylo zjištěno, že zaměstnanci obou společností vnímají tyto hodnoty srovnatelně, bez ohledu na to, zda se společnost řídí tyrkysovými principy či nikoliv.