

## **ABSTRAKT**

**mgr Angelika Czajkowska-Sowa**

**tytuł rozprawy: Wizerunek marki pracodawcy w polskim sektorze IT a lojalność pracowników**

W niniejszej rozprawie podjęto próbę zbadania istoty wizerunku marki pracodawcy w kontekście polskiego sektora IT i jego korelacji z lojalnością pracowników. Badanie zostało przeprowadzone od marca 2020 do grudnia 2021 roku, a analizie poddano wypowiedzi zarówno specjalistów sektora IT (w wyniku badania ankietowego), przedstawicieli organizacji zatrudniających specjalistów sektora IT zaangażowanych w realizację działań z zakresu employer branding (na skutek przeprowadzonych wywiadów), a także wyniki obserwacji i przeglądu systematycznego.

W tym celu przeprowadzono m.in. eksploracyjną analizę tekstu (text mining), analizę czynnikową, analizę regresji, analizę modelowania równań strukturalnych i analizę moderowanej mediacji, w wyniku których wykazano prawdziwość hipotezy głównej, zakładającej, iż „w polskim sektorze IT wizerunek marki pracodawcy warunkuje zaangażowanie i zadowolenie pracowników, które wpływają na ich lojalność oraz przyczyniają się do kreowania przewagi konkurencyjnej organizacji”. Ponadto spełniono cel badania, zgodnie z którym wizerunek marki pracodawcy w polskim sektorze IT kształtuje przewagę konkurencyjną organizacji poprzez budowanie lojalności pracowniczej, a luka badawcza w postaci braku wskazania zależności pomiędzy wizerunkiem marki pracodawcy a lojalnością pracowników w polskim sektorze IT została zmniejszona.

Na skutek przeprowadzonego badania wskazano też, iż kreowanie pozytywnego wizerunku marki pracodawcy jest istotne (powinien on być spójny i wpływać na obecnych oraz nowych pracowników). Należy również zauważyć, że udział rynku IT w prezentowanym procesie jest kluczowy zarówno, jeżeli chodzi o jego ciągły rozwój, wpływ na ewolucję gospodarki umożliwiając podejmowanie innowacyjnych procesów warunkujących konkurencyjność innych branż oraz postrzeganie pracowników sektora jako talenty dążące do zapewnienia swojego dobrostanu. Co więcej, przewagę konkurencyjną warunkuje zadowolenie pracowników, identyfikacja z organizacją, wizerunek marki pracodawcy i lojalność pracownicza.