

W świetle wyników badań...

Przyczyny braku zainteresowania uczelnią jako pracodawcą wśród młodych potencjalnych pracowników w kontekście postrzeganej jakości życia zawodowego

The reasons of lack of interest in an university as an employer among young potential employees in the context of perceived quality of professional life

dr hab. Agnieszka Izabela BARUK*

SŁOWA KLUCZOWE

uczelnia,
pracodawca,
potencjalny
pracownik,
jakość życia
zawodowego

STRESZCZENIE

Artykuł ma charakter teoretyczno-empiryczny. Przedstawiono w nim zagadnienia związane z przyczynami niechęci młodych potencjalnych pracowników wobec podjęcia pracy w uczelni w kontekście postrzeganej jakości życia zawodowego. Wyniki analizy poznawczo-krytycznej literatury przedmiotu wskazują, że dotychczas raczej nie badano aspektów dotyczących występowania uczelni w roli pracodawcy, a tym bardziej nie analizowano działań personalnych, jakie powinna ona podejmować w celu przyciągnięcia najlepszych kandydatów na pracowników. Istnieje zatem luka poznawcza i badawcza w tym zakresie. Dążąc do jej zmniejszenia, przeprowadzono badania pierwotne, podczas których wykorzystano metodę badania ankietowego. Zebrane dane pierwotne poddano analizie ilościowej, stosując m.in. test Kruskala-Wallis. Wyniki tej analizy pozwoliły na weryfikację sformułowanej hipotezy badawczej, mówiącej, że płęć nie jest cechą różnicującą przyczyny braku zainteresowania pracą w uczelni. Okazało się, że w przypadku ankietowanych należy ją odrzucić, gdyż można wskazać jedną przyczynę, dla której wspomniana cecha różnicowała odpowiedzi respondentów w sposób statystycznie istotny.

KEYWORDS

university,
employer,
potential employee,
quality of
professional life

ABSTRACT

The article has the theoretical-empirical character. The considerations related to the reasons of young potential employees' aversion toward an university as an employer in the context of perceived quality of professional life were presented. The results of cognitive-critical analysis of literature show that the aspects connected with playing the role of employer by an university haven't been surveyed. The personnel activities which should be taken to attract the best candidates haven't been analysed either. That's why one can state that the cognitive and the research gaps exist. To reduce these gaps the primary researches were conducted using questionnaire survey method. Gathered primary data were analysed applying Kruskal-Wallis test etc. The results of this analysis allowed to verify the research hypothesis that the gender didn't differentiate the reasons of lack of interest in an university as an employer. This hypothesis was rejected, because there was one reason which was differentiated in the statistically significant way due to mentioned feature.

Wprowadzenie

Źródła informacji na temat dostępnej na rynku oferty można podzielić na wewnętrzne i zewnętrzne. Pierwsze z nich związane są m.in. z doświadczeniami zdobytymi przez nabywców w trakcie wykonywania przez nich różnych form aktywności zakupowej i pozazakupowej. Druga grupa obejmuje z kolei źródła osobowe i nieosobowe (por. [5]) istniejące

w otoczeniu danego nabywcy. Mogą mieć one charakter formalny lub nieformalny, przy czym z reguły komunikaty emitowane przez źródła nieformalne wzbudzają znacznie większe zaufanie (por. [10]) niż przesłanie docierające do odbiorców ze źródeł formalnych. Zdecydowanie jednak największą siłą oddziaływania cechują się źródła wewnętrzne. Własne doświadczenia pozwalają bowiem osobiście odczuć skutki określonych zachowań (por. [14]), które mogą pozytywnie lub negatywnie wpływać na jakość życia danej osoby, a w konsekwencji na jakość życia innych osób pozostających z nią w bliższych bądź dalszych relacjach.

* prof. nadzw. PL, Politechnika Łódzka, Wydział Zarządzania i Inżynierii Produkcji, Katedra Systemów Zarządzania i Innowacji, Zakład Innowacji i Marketingu; e-mail: agnieszka.baruk@poczta.onet.pl

Jest to szczególnie widoczne w przypadku oferty personalnej kierowanej przez pracodawców do różnych grup pracowników jako jej adresatów. Chodzi nie tylko o osoby tworzące wewnętrzny rynek pracy, których typologią z reguły zajmują się badacze (np. P. A. Vasilyevich [22] czy P. Rodrigo i D. Arenas [17]), ale także o osoby spoza danej organizacji tworzące zewnętrzny rynek pracy. Są one aktualnymi nabywcami wartości tworzących ofertę personalną (w przypadku pracowników określonej organizacji) lub potencjalnymi odbiorcami tych wartości (w przypadku potencjalnych pracowników należących do zewnętrznego rynku pracy danej organizacji). Osoby zatrudnione w organizacji w zależności od stopnia zgodności oferty personalnej z ich oczekiwaniami mogą mówić o określonym poziomie jakości życia zawodowego (por. [21]), wynikającym z materialnych i niematerialnych warunków pracy. Jeśli uznają go za wysoki, wówczas przekazują innym osobom, w tym potencjalnym pracownikom, pozytywne opinie na temat danego pracodawcy, przyczyniając się tym samym do nieformalnego kształtowania jego wizerunku.

Wśród potencjalnych pracowników wyjątkową grupę stanowią młode osoby, które jeszcze nie uaktywniły się na rynku pracy. Powoduje to, że nie mają doświadczeń zdobytych w relacjach z określonym pracodawcą. Nie miały także jeszcze okazji zdobyć żadnych doświadczeń zawodowych. W ich przypadku niezwykle ważną i jednocześnie trudną decyzją jest dokonanie wyboru pierwszego pracodawcy. Jest on równoznaczny z wyborem konkretnej oferty personalnej i zawodowej, determinującej w istotny sposób nie tylko jakość życia profesjonalnego, ale również życia osobistego, zwłaszcza jego komfort materialny i niematerialny, w tym społeczny i psychologiczny. Reprezentanci tej grupy mogą jedynie bazować na opiniach docierających do nich ze źródeł zewnętrznych oraz ewentualnie na własnych doświadczeniach, które odzwierciedlają jakość wcześniejszych relacji z daną organizacją jako oferentem, a nie jako pracodawcą. Postrzegana jakość relacji w tym obszarze determinuje jednak nie tylko wizerunek danej organizacji w roli oferenta, ale także jej wizerunek w roli pracodawcy. Wynika to z faktu wzajemnego oddziaływania na siebie wizerunków cząstkowych oraz ich wpływu na ogólny wizerunek, podobnie jak wzajemnie oddziałują na siebie marka pracodawcy i marka firmy (por. [13]).

Jedną z grup pracodawców są uczelnie, które jednak w praktyce utożsamia się przede wszystkim z oferentami wartości niematerialnych, w tym wiedzy, umiejętności itp. Z reguły nie analizuje się ich jako pracodawców, którzy podobnie jak przedsiębiorstwa muszą pozyskiwać najwartościowszych pracowników, budując w tym celu swój wizerunek atrakcyjnego pracodawcy. Jest to o tyle dziwne, że przyciąganie najzdolniejszych kandydatów na pracowników naukowych, naukowo-dydaktycznych oraz dydaktycznych jest w ich przypadku

wyjątkowo ważne, biorąc pod uwagę spełniane przez nie funkcje edukacyjne, wychowawcze, badawcze itd.

Skuteczne wzbudzenie zainteresowania młodych ludzi podjęciem pracy w uczelni z jednej strony umożliwia poprawę jakości jej funkcjonowania w każdej z wymienionych sfer, z drugiej zaś strony w każdej z wymienionych sfer, z drugiej zaś strony potencjalnie pozwala tym osobom na kształtowanie swojego życia zawodowego i osobistego zgodnie z ich oczekiwaniami. Możliwość spełnienia tych oczekiwań wymaga pozyskania przez uczelnię jako pracodawcę takich osób, których system wartości jest zgodny z systemem wartości pracodawcy (por. [24]), a potencjał intelektualny, społeczny i psychologiczny pozwala na właściwe spełnianie i psychologiczny pozwala na właściwe spełnianie roli pracownika instytucji tego typu. To z kolei sprzyja odczuwaniu satysfakcji, która determinuje zadowolenie odbiorców oferty uczelni jako kreatora wartości niematerialnych kierowanych m.in. do studentów. Zależność między satysfakcją pracowników a zadowoleniem klientów była co prawda zidentyfikowana w przypadku przedsiębiorstw (badali ją m.in. M. S. Latif i in. [11]; C. Mafini i D. R. I. Poole [12] czy też D. Bakotić [1]), ale wydaje się, że istnieje ona również w przypadku uczelni, tym bardziej, że można ją zaliczyć do organizacji usługowych, w których wyjątkowo ważną rolę spełniają pracownicy. Uczelnie zatem powinny wykazywać orientację rynkową nie tylko w odniesieniu do obszaru dydaktyki, badań czy nauki (o czym pisze A. Pabian [16], określając je mianem przedsiębiorstw usługowych zorientowanych rynkowo), ale również w przypadku polityki personalnej.

Oczywiście nie uda się przyciągnąć właśnie takich kandydatów spośród młodych potencjalnych pracowników, jeśli uczelnie nie będą priorytetowo traktować działań wizerunkowych, skupiając swoją uwagę głównie na pozyskiwaniu kandydatów na studentów. Co więcej, działania wizerunkowe muszą mieć strategiczny, spójny i kompleksowy charakter, obejmując kształtowanie i utrwalanie poszczególnych wizerunków cząstkowych, w tym wizerunku pracodawcy jako oferenta wartości personalnych na tyle atrakcyjnych dla uczestników zewnętrznego rynku pracy (por. [19]), że ich zainteresowanie rozpoczęciem u niego pracy przerodzi się w podjęcie konkretnych działań prowadzących do zmiany roli potencjalnego pracownika na rolę faktycznego pracownika danej uczelni.

Przesłanie wizerunkowe ukazujące uczelnię jako pracodawcę w określony sposób musi oczywiście stanowić odzwierciedlenie działań personalnych faktycznie podejmowanych przez nią wobec aktualnych pracowników. Jakakolwiek rozbieżność w tym zakresie może jedynie jeszcze bardziej pogorszyć sposób postrzegania uczelni jako pracodawcy, który w stereotypowej opinii polskiego społeczeństwa jest wyraźnie niekorzystny. Budzi ona raczej negatywne skojarzenia, odzwierciedlające przekonanie o braku możliwości zaspokojenia wielu potrzeb materialnych i pozamaterialnych (por. [2, 3]). Tym

samym w uczelni dostrzega się przede wszystkim pracodawcę niepozwalającego na osiągnięcie wysokiej jakości życia zawodowego i osobistego.

Jest to szczególnie niebezpieczne z punktu widzenia możliwości pozyskiwania pracowników, gdyż uczelnie jako pracodawcy muszą konkurować nie tylko z innymi instytucjami należącymi do sfery badawczo-naukowej (por. [7]), ale jednocześnie muszą rywalizować z pracodawcami reprezentującymi pozostałe branże. Ponadto, polskie uczelnie funkcjonują w ramach wyjątkowo niestabilnych uwarunkowań prawnych, wynikających z częstych zmian regulacji ustawowych dotyczących ich funkcjonowania. Nawet jeśli stereotypy związane z uczelnią nie oddają w pełni rzeczywistości, stanowiące przejaw skrajnego obraz środowiska pracy kształtowanego w uczelni, z pewnością niekorzystnie wpływają na decyzje młodych osób (por. [18]), zniechęcając je niejednokrotnie do wyboru uczelni jako pierwszego pracodawcy. Tym bardziej, że, jak już wspomniano, mogą się oni opierać w procesie decyzyjnym raczej na źródłach zewnętrznych, gdyż nie mają jeszcze własnych doświadczeń zawodowych, a tym bardziej związanych z jakością relacji z uczelnią jako pracodawcą.

Mimo istotnego znaczenia, jakie z założenia uczelnie mają w życiu społecznym, gospodarczym czy kulturalnym, nadal nie analizuje się raczej zagadnień związanych ze spełnianiem przez nie roli pracodawcy. Dotyczy to zarówno opracowań o charakterze teoretycznym, jak i praktycznym. W dalszym ciągu rozważania dotyczące tych organizacji ograniczają się przede wszystkim do aspektów związanych z pozyskiwaniem kandydatów na studentów, z kształtowaniem określonych profili dydaktyczno-badawczych, czy też z modyfikowaniem ich funkcjonowania w kontekście możliwości konkurencyjności z uczelniami w innych krajach. Kwestie dotyczące relacji pracodawca-pracownik oraz ich jakości analizowane są przede wszystkim w odniesieniu do przedsiębiorstw. Przykładowo, bada się: aspekty związane z zaangażowaniem pracowników przedsiębiorstw w kontekście kontraktu psychologicznego między nimi a pracodawcą (badali je m.in. L. Eldor i E. Vigoda-Gadot [8]) lub w kontekście wyników osiągniętych przez organizację i jej członków (m.in. C. Truss i in. [20]); jakość życia zawodowego pracowników przedsiębiorstw i jej determinanty (badali ją m.in. K. W. Chan i Th. A. Wyatt [6] czy też A. Valizadeh i J. Ghahremani [21]). Z kolei sposób postrzegania pracodawcy w odniesieniu do przedsiębiorstw badali m.in. R. Oczkowska [15]; D. Bednarska-Olejniczak [4] czy też K. Zelga [25], niesłusznie utożsamiając go z marką pracodawcy, jak chociażby I. Figurska i E. Matuska [9] czy wymieniona już K. Zelga. Kwestie wizerunkowe nie były jednak raczej analizowane w odniesieniu do uczelni w roli pracodawcy.

Nie prowadzi się również raczej badań wśród potencjalnych pracowników dotyczących ich zainteresowania uczelniami jako pracodawcami, skupiając

się głównie na analizowaniu ich opinii na temat pracodawców reprezentujących inne branże (por. m.in. J. Kaufflin [29]; K. Dill [26] czy też R. Wilden, S. Gudergan i I. Lings [23]). Można zatem mówić o występowaniu zarówno luki badawczej w tym zakresie, jak i luki badawczej.

Dlatego też w niniejszym artykule dążono do osiągnięcia następujących celów:

- 1) zidentyfikowania pracodawcy, u którego respondentzi chcieliby najbardziej pracować;
- 2) zidentyfikowania przyczyn braku zainteresowania uczelnią jako pracodawcą;
- 3) dokonania porównania przyczyn braku zainteresowania uczelnią jako pracodawcą wskazywanych przez badane kobiety i przez badanych mężczyzn;
- 4) określenia kierunku działań, jaki powinien być przyjęty przez uczelnie w celu wzbudzenia zainteresowania młodych potencjalnych pracowników.

W procesie realizacji wymienionych celów zweryfikowana została hipoteza badawcza, mówiąca, że płeć nie jest cechą różnicującą przyczyny braku zainteresowania pracą w uczelni.

1. Ogólna charakterystyka badań empirycznych

Dążąc do osiągnięcia wymienionych celów badawczych i zweryfikowania hipotezy badawczej, w I kwartale 2018 roku przeprowadzono drugą edycję badań ankietowych¹, obejmując nimi 250 studentów kończących naukę na II stopniu studiów dziennych². Badania miały charakter bezpośredni, wymagający osobistego kontaktu badacza z badanymi podmiotami. Do analizy zakwalifikowano wszystkie kwestionariusze ankiety, co było możliwe dzięki zastosowaniu kontaktu z respondentami typu face-to-face. Zebrane dane pierwotnie poddano analizie ilościowej, wykorzystując w jej trakcie m.in. test niezależności Kruskala-Wallisa.

Podczas badań respondentom przedstawiono zbiór 12 stwierdzeń, odzwierciedlających przyczyny braku chęci pracy w uczelni. Zostały one wyodrębnione na podstawie wyników analizy poznańsko-krytycznej literatury przedmiotu oraz na podstawie wyników wywiadów nieustrukturyzowanych poprzedzających pierwszą edycję badań. Każde z tych stwierdzeń miało zostać ocenione przez ankietowanych w pięciostopniowej skali Likerta, w której ocena 5 oznaczała zdecydowanie tak, 4 – raczej tak, 3 – ani tak, ani nie, 2 – raczej nie, natomiast 1 – zdecydowanie nie.

Dążąc do znalezienia odpowiedzi na pytanie, czy zróżnicowanie pod kątem wydzielenia poszczególnych grup (np. płci) jest na tyle statystycznie istotne, aby móc powiedzieć, że zdanie respondentów określone analizowaną odpowiedzią jest znacząco

¹ Pierwsza edycja badań została zrealizowana w I półroczu 2016 roku. Poprzedzono ją wywiadami nieustrukturalizowanymi przeprowadzonymi wśród 50 osób.

² Zastosowano nielosowy dobór próby.

W ŚWIETLE WYNIKÓW BADAŃ...

Przyczyny braku zainteresowania uczelnią jako pracodawcą wśród młodych potencjalnych pracowników...

różne, zastosowano test Kruskala-Wallis (KW), czyli nieparametryczny odpowiednik ANOVA.

Z punktu widzenia kryteriów statystycznych w przypadku testu KW dane nie muszą spełniać wielu wymagań. Jedynymi wymogami do jego przeprowadzenia są [27, 28]:

1) zmienna zależna powinna być mierzona na skali co najmniej porządkowej (może być również mierzona na skali ilościowej),

2) obserwacje w analizowanych grupach powinny być niezależne wobec siebie, co oznacza, że osoba będąca w jednej grupie nie powinna być również w innej porównywanej grupie (wymóg ten spełniają pytania dychotomiczne pozwalające na dokonanie podziału respondentów na rozłączne grupy (np. podział respondentów na kobiety i mężczyźni) oraz pytania jednokrotnego wyboru).

Test Kruskala-Wallis jako nieparametryczny odpowiednik jednoczynnikowej analizy wariancji jest zatem stosowany, gdy dane nie spełniają wymagań dla przeprowadzenia podobnych testów parametrycznych, a można je uporządkować według określonych kryteriów. Polega on na sprawdzeniu, czy liczba niezależnych wyników z grupy pochodzi z tej samej populacji, czy z populacji z taką samą medianą. Poszczególne próbki nie muszą mieć takiej samej liczebności. Danymi wejściowymi jest n-elementowa próba statystyczna podzielona na „k” rozłącznych grup ankietowanych o licznosciach od n1 do nk.

Interpretacja testu może polegać jedynie na porównaniu wartości 'p' z przyjętym poziomem istotności (zazwyczaj 0,05) bądź na analizie wartości statystyki testu w przypadku, gdy konieczna jest ocena „mocy/nasilenia” różnic pomiędzy grupami. Duże wartości statystyki testu świadczą o zróżnicowaniu w poszczególnych grupach (czyli przeciwko hipotezie o równości w poszczególnych grupach), przy czym im te wartości są wyższe, tym zróżnicowanie jest większe.

Analizy statystycznej zebranych danych pierwotnych dokonano za pomocą pakietu IBM SPSSStatistics Ver. 22.

2. Wyniki badań empirycznych

Jedną z decyzji w dużym stopniu przesądzających o jakości życia człowieka jest wybór przyszłego pracodawcy. Jest on szczególnie ważny w przypadku wybierania pierwszego miejsca zatrudnienia przez młode osoby mające dopiero uaktywnić się na rynku pracy. Jak wynika z przeprowadzonych badań, największą część ogółu ankietowanych chciałaby prowadzić własną działalność gospodarczą (tabela 1). Relatywnie duży odsetek badanych osób

Tabela 1. Miejsce, w którym respondenci chcieliby najbardziej pracować po zakończeniu studiów (w %)

Wskazywane miejsce	Wskazania w %			ogółem
	kobiety	mężczyźni	różnica	
przedsiębiorstwo produkcyjne prywatne	6,4	17,2	-10,8	8,9
przedsiębiorstwo produkcyjne państwowe	3,2	3,4	-0,2	3,3
przedsiębiorstwo handlowe	3,2	0,0	3,2	2,4
przedsiębiorstwo usługowe	14,9	20,7	-5,8	16,3
uczelnia	2,1	0,0	2,1	1,6
służby mundurowe	10,6	10,3	0,3	10,6
administracja samorządowa/publiczna	24,5	10,3	14,2	21,1
własna działalność gospodarcza	35,1	37,9	-2,8	35,8

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych badań

chciałyby pracować w administracji samorządowej lub publicznej. Były to jedyne dwa sposoby przejawiania aktywności po zakończeniu studiów, które wskazał co najmniej co piąty respondent. Z kolei przynajmniej co dziesiąta osoba chciałaby pracować w przedsiębiorstwie usługowym lub w służbach mundurowych. Zdecydowanie najmniejsza część ankietowanych wykazywała chęć podjęcia pracy w uczelni (zaledwie 1,6% ogółu badanych). Był to zatem odsetek mniejszy nawet od udziału osób, które chciałyby pracować w branży handlowej. Warto zauważyć, że najczęściej wymieniane przez ogół badanych prowadzenie własnej działalności gospodarczej wskazywał zbliżony odsetek badanych kobiet i badanych mężczyzn. Natomiast pracę w administracji wyraźnie preferowały kobiety, które wymieniały ją ponad dwukrotnie częściej niż mężczyźni. Ci ostatni wcale nie wykazywali chęci podjęcia pracy w uczelni. Była to bowiem jedna z dwóch alternatyw, które w ich przypadku nie były wcale wymieniane.

Można zatem wyciągnąć wniosek, że uczelnia nie była dla ankietowanych atrakcyjnym pracodawcą. Na tle innych potencjalnych miejsc zatrudnienia była wręcz postrzegana jako pracodawca najmniej atrakcyjny, niezapewniający spełnienia oczekiwań związanych z wysoką jakością życia zawodowego i osobistego. Nasuwa się tym samym pytanie: co zniechęcało respondentów do wybrania uczelni jako miejsca pracy?

Jak wynika z tabeli 2, w sumie największą część ogółu ankietowanych jako przyczynę braku zainteresowania uczelnią w roli pracodawcy wymieniła chęć wykorzystania zdobytej podczas studiów wiedzy w innym miejscu (69,9% wskazań). Była to jedyna ze wskazywanych przyczyn, którą można uznać za powód niemający negatywnego wydźwięku. Pozostałe przyczyny miały jednak wyraźnie negatywny charakter. Część z nich odzwierciedlała niekorzystne własne doświadczenia respondentów, a więc była związana z przeszłością, wskazując na negatywne ocenianie aspektów dotyczących jakości relacji, jakie występowały między badanymi jako

Tabela 2. Przyczyny braku zainteresowania podjęciem pracy w uczelni a płeć respondentów (w %)

Analizowana przyczyna	Wskaźniki w %				ogółem		
	kobiety	mężczyźni	różnica				
Niski prestiż społeczny	zdecydowanie nie	27,6	18,5	9,1	6,6	25,2	64,0
	raczej nie	38,2	40,7	-2,5		38,8	
	ani tak, ani nie	26,3	33,3	-7,0		28,2	
	raczej tak	3,9	7,4	-3,5	0,4	4,9	
	zdecydowanie tak	3,9	0,0	3,9		2,9	
Niskie płace	zdecydowanie nie	17,1	11,1	6,0	-10,8	15,5	47,5
	raczej nie	27,6	44,4	-16,8		32,0	
	ani tak, ani nie	25,0	18,5	6,5		23,3	
	raczej tak	21,1	18,5	2,6	4,4	20,4	
	zdecydowanie tak	9,2	7,4	1,8		8,7	
Brak perspektyw rozwoju zawodowego	zdecydowanie nie	22,4	11,1	11,3	-13,3	19,4	67,9
	raczej nie	42,1	66,7	-24,6		48,5	
	ani tak, ani nie	26,3	14,8	11,5		23,3	
	raczej tak	7,9	7,4	0,5	1,8	7,8	
	zdecydowanie tak	1,3	0,0	1,3		1,0	
Niepewność utrzymania pracy i brak stabilizacji zawodowej	zdecydowanie nie	13,2	14,8	-1,6	-8,9	13,6	56,3
	raczej nie	40,8	48,1	-7,3		42,7	
	ani tak, ani nie	31,6	29,6	2,0		31,1	
	raczej tak	13,2	7,4	5,8	7,1	11,7	
	zdecydowanie tak	1,3	0,0	1,3		1,0	
Konieczność dzielenia się swoją cenną wiedzą z innymi ludźmi	zdecydowanie nie	18,4	18,5	-0,1	-13,2	18,4	49,5
	raczej nie	27,6	40,7	-13,1		31,1	
	ani tak, ani nie	18,4	29,6	-11,2		21,4	
	raczej tak	31,6	3,7	27,9	24,4	24,3	
	zdecydowanie tak	3,9	7,4	-3,5		4,9	
Wstyd z powodu miejsca pracy	zdecydowanie nie	36,0	42,3	-6,3	-2,1	37,6	79,2
	raczej nie	42,7	38,5	4,2		41,6	
	ani tak, ani nie	12,0	15,4	-3,4		12,9	
	raczej tak	6,7	3,8	2,9	5,6	5,9	
	zdecydowanie tak	2,7	0,0	2,7		2,0	
Szybkie wypalenie energii zawodowej i życiowej	zdecydowanie nie	17,1	14,8	2,3	-10,8	16,5	47,6
	raczej nie	27,6	40,7	-13,1		31,1	
	ani tak, ani nie	27,6	29,6	-2,0		28,2	
	raczej tak	14,5	11,1	3,4	12,9	13,6	
	zdecydowanie tak	13,2	3,7	9,5		10,7	
Mniejsza niż w innych miejscach ilość wolnego czasu	zdecydowanie nie	15,8	19,2	-3,4	6,7	16,7	58,9
	raczej nie	44,7	34,6	10,1		42,2	
	ani tak, ani nie	19,7	23,1	-3,4		20,6	
	raczej tak	14,5	15,4	-0,9		14,7	
	zdecydowanie tak	5,3	7,7	-2,4	-3,3	5,9	

W ŚWIEŁLE WYNIKÓW BADAŃ...

Przyczyny braku zainteresowania uczelnią jako pracodawcą wśród młodych potencjalnych pracowników...

Tabela 2. cd.

Analizowana przyczyna	Wskazania w %					ogółem
	kobiety	mężczyźni	różnica			
Negatywne ogólne wrażenia ze studiów	zdecydowanie nie	6,6	19,2	-12,6	9,8	35,3
	raczej nie	27,6	19,2	8,4	25,5	
	ani tak, ani nie	31,6	23,1	8,5	29,4	
	raczej tak	21,1	30,8	-9,7	23,5	
Negatywne wrażenia jako studenta związane z kontaktami z wykładowcami	zdecydowanie nie	13,2	7,7	5,5	11,8	34,3
	raczej nie	5,3	15,4	-10,1	7,8	
	ani tak, ani nie	27,6	23,1	4,5	26,5	
	raczej tak	36,8	38,5	-1,7	37,3	
Chęć zerwania jakichkolwiek kontaktów z uczelniami	zdecydowanie nie	19,7	7,7	12,0	16,7	28,5
	raczej nie	30,2	15,4	14,8	11,8	
	ani tak, ani nie	10,5	23,1	-12,6	10,7	
	raczej tak	42,1	29,6	12,5	28,2	
Chęć wykorzystania zdobytej podczas studiów wiedzy i umiejętności w innym miejscu niż uczelnia	zdecydowanie nie	9,2	14,8	-5,6	10,7	38,9
	raczej nie	32,9	14,8	18,1	28,2	
	ani tak, ani nie	26,3	29,6	-3,3	27,2	
	raczej tak	21,1	22,2	-1,1	21,4	
Chęć zerwania jakichkolwiek kontaktów z uczelniami	zdecydowanie nie	10,5	18,5	-8,0	12,6	34,0
	raczej nie	31,6	40,7	-9,1	21,4	
	ani tak, ani nie	21,1	11,1	10,0	18,4	
	raczej tak	27,6	22,2	5,4	26,2	
Chęć wykorzystania zdobytej podczas studiów wiedzy i umiejętności w innym miejscu niż uczelnia	zdecydowanie nie	3,9	0,0	3,9	2,9	11,6
	raczej nie	10,5	3,7	6,8	8,7	
	ani tak, ani nie	21,1	11,1	10,0	18,4	
	raczej tak	27,6	22,2	5,4	26,2	
Chęć zerwania jakichkolwiek kontaktów z uczelniami	zdecydowanie nie	36,8	63,0	-26,2	43,7	69,9
	raczej nie	64,4	85,2	-20,8	69,9	

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników przeprowadzonych badań

studentami a uczelnią jako miejscem edukacji. Inne natomiast przyczyny odzwierciedlały niekorzystne opinie na temat uczelni docierające do respondentów ze źródeł zewnętrznych, dotyczące spodziewanej niskiej jakości relacji występujących między pracownikami uczelni a pracodawcą, czyli odnosiły się do przyszłości. Do pierwszej z wymienionych grup należą dwie przyczyny. Każdą z nich łącznie wskazała co najmniej 1/3 badanych. Chodzi tutaj o 'negatywne ogólne wrażenia ze studiów' oraz 'chęć zerwania jakichkolwiek kontaktów z uczelnią'. Pięć innych przyczyn w sumie wskazywał co najmniej co piąty ankietowany. Należały do nich zarówno przyczyny odnoszące się do przeszłości ('negatywne wrażenia jako studenta związane z kontaktami z wykładowcami'), jak i dotyczące przyszłości, przy czym te ostatnie odzwierciedlały spodziewaną niską jakość życia zawodowego i osobistego w wymiarze materialnym ('niskie płace') oraz niematerialnym (np. 'szybkie wypalenie energii zawodowej i życiowej').

Warto zwrócić uwagę, że odpowiedzi udzielane przez badane kobiety i badanych mężczyzn w odniesieniu do wielu przyczyn wyraźnie się różniły. Jedyne powód mający pozytywny wydźwięk był wymieniony w sumie przez ponad połowę kobiet i ponad połowę mężczyzn. Jednak odsetek wskazań w obu

grupach różnił się aż o 21%, przy czym częściej odpowiedzi tej udzielali badani mężczyźni. Jeszcze większa różnica występowała w odniesieniu do innej przyczyny związanej z wiedzą, jaką była 'konieczność dzielenia się nią z innymi osobami'. W jej z kolei przypadku w sumie wskazała ją o ponad 24% kobiet więcej niż mężczyzn (odpowiednio 35,5% oraz 11,1%).

Ponadto badane kobiety jako przyczyny braku chęci podjęcia pracy w uczelni wymieniały: 'negatywne ogólne wrażenia ze studiów'; 'chęć zerwania jakichkolwiek kontaktów z uczelnią'; 'niskie płace'; 'negatywne wrażenia jako studenta związane z kontaktami z wykładowcami' oraz 'szybkie wypalenie energii zawodowej i życiowej'. Każda z tych przyczyn była wskazywana łącznie przez co najmniej 1/4 badanych kobiet. Jak widać, były to powody odzwierciedlające postrzeganą niską jakość relacji z uczelnią podczas studiów oraz przyczyny odnoszące się do przyszłych relacji z uczelnią jako pracodawcą, oparte na niekorzystnych opiniach odzwierciedlających dostrzeganie w pracy w uczelni braku możliwości zaspokajania potrzeb materialnych i pozamaterialnych, w tym społecznych, psychologicznych i samorealizacji, czyli utożsamianie jej z niską jakością życia zawodowego i osobistego w różnych wymiarach.

Tabela 3. Wyniki analizy istotności różnic między odpowiedziami ze względu na płeć respondentów

Zmienna	Płeć	Wartość testu Kruskala-Wallisa	Poziom istotności 'p'
Niski prestiż społeczny	kobieta	50,68	0,430
	mężczyzna	55,70	
Niskie płace	kobieta	52,75	0,660
	mężczyzna	49,89	
Brak perspektyw rozwoju zawodowego	kobieta	52,35	0,831
	mężczyzna	51,02	
Niepewność utrzymania pracy i brak stabilizacji zawodowej	kobieta	53,45	0,379
	mężczyzna	47,91	
Konieczność dzielenia się swoją cenną wiedzą z innymi	kobieta	54,31	0,175
	mężczyzna	45,50	
Wstyd z powodu miejsca pracy	kobieta	51,96	0,549
	mężczyzna	48,23	
Szybkie wypalenia energii zawodowej i życiowej	kobieta	53,75	0,304
	mężczyzna	47,07	
Mniejsza niż w innych miejscach ilość wolnego czasu	kobieta	51,00	0,759
	mężczyzna	52,96	
Negatywne ogólne wrażenie ze studiów	kobieta	52,34	0,613
	mężczyzna	49,04	
Negatywne doświadczenia jako studenta związane z kontaktami z wykładowcami	kobieta	52,74	0,453
	mężczyzna	47,88	
Chęć zerwania jakichkolwiek kontaktów z uczelniami	kobieta	50,39	0,347
	mężczyzna	56,52	
Chęć wykorzystania zdobytej podczas studiów wiedzy i umiejętności w pracy w innym niż uczelnia miejscu	kobieta	47,83	0,012
	mężczyzna	63,74	

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań

Z kolei oprócz wspomnianej już 'chęci wykorzystania zdobytej podczas studiów wiedzy w innym miejscu' w sumie co najmniej 1/4 badanych mężczyzn jako przyczynę braku zainteresowania pracą w uczelni wskazała: 'chęć zerwania jakichkolwiek kontaktów z uczelnią'; 'negatywne ogólne wrażenia ze studiów' oraz 'niskie płace'. Można zauważyć, że ich liczba była mniejsza niż w przypadku przyczyn wymienianych przez badane kobiety. Ponadto bazowały one na własnych doświadczeniach obrazujących niski poziom postrzeganej jakości wzajemnych relacji z uczelnią oraz na opiniach pochodzących ze źródeł zewnętrznych. W przypadku drugiej grupy przyczyn chodziło jednak jedynie o spodziewany brak możliwości zaspokojenia potrzeb finansowych, czyli niski poziom jakości życia w wymiarze materialnym. Należy również zauważyć, że każdą z 12 analizowanych przyczyn wymieniała określona część badanych kobiet, podczas gdy badani mężczyźni nie potwierdzili w zdecydowany sposób kierowania się czterema przyczynami.

Na podstawie przedstawionych rozważań można założyć, że płeć jest cechą różnicującą opinie dotyczące postrzeganej jakości relacji z uczelnią, będącej podstawą braku chęci podjęcia w przyszłości pracy

u tego pracodawcy. W celu sprawdzenia, czy faktycznie takie zróżnicowanie występuje, przeprowadzono test Kruskala-Wallisa. Jak wynika z tabeli 3, o zróżnicowaniu statystycznie istotnym można mówić tylko w przypadku jednej zmiennej odzwierciedlającej przyczynę wymienianą zarówno przez największą część ogółu respondentów, jak i przez największą część badanych kobiet i badanych mężczyzn. Chodzi tutaj o 'chęć wykorzystania zdobytej podczas studiów wiedzy w innym niż uczelnia miejscu'. Jedynie bowiem dla niej poziom istotności 'p' miał wartość mniejszą niż 0,05. Jeśli chodzi o wszystkie pozostałe analizowane przyczyny, chociaż w odniesieniu do części z nich różnice wskazań w ujęciu procentowym wydawały się dosyć duże, okazało się, że nie są one statystycznie istotne. Można zatem powiedzieć, że stwierdzenie zawarte w hipotezie badawczej nie jest prawdziwe. Udało się bowiem zidentyfikować jedną zmienną, dla której płeć respondentów jest cechą różnicującą w sposób statystycznie istotny opinie ankietowanych.

Podsumowanie

Rozważania przedstawione w niniejszym artykule pozwalają na stwierdzenie, że zainteresowanie uczelnią jako pracodawcą wśród respondentów było znikome. Ankietowani zdecydowanie bardziej woleli podjąć pracę u innego pracodawcy, zwłaszcza zaś myśleli o rozpoczęciu własnej działalności gospodarczej. Wśród przyczyn, które wywoływały ich niechęć wobec uczelni jako pracodawcy, można wskazać powody wynikające z niekorzystnych doświadczeń ze studiów, jak i przyczyny związane z niekorzystnymi opiniami na temat uczelni, jakie docierały do respondentów ze źródeł zewnętrznych. Ponadto były to zarówno przyczyny odzwierciedlające spodziewany niski poziom spełniania oczekiwań materialnych, jak i niematerialnych, a tym samym niski poziom jakości życia zawodowego.

Widać zatem, że sposób postrzegania uczelni w roli oferenta usług edukacyjnych znajduje

odzwierciedlenie w jej wizerunku jako pracodawcy. Należy dodać, że w obu tych rolach wizerunek uczelni jest niekorzystny. Dlatego niezbędne jest podjęcie aktywnych i kompleksowych działań wizerunkowych mających na celu zmianę tej sytuacji. Przygotowując te działania, warto uwzględnić doświadczenia przedsiębiorstw, które wyróżniają się prowadzeniem skutecznej polityki wizerunkowej, traktując je jako cenne benchmarki.

Oczywiście przeprowadzone badania mają pewne ograniczenia. Można do nich zaliczyć chociażby zakres podmiotowy (jedynie reprezentanci młodych potencjalnych pracowników), geograficzny (jedynie reprezentanci polskich młodych potencjalnych pracowników), czy też przedmiotowy (brak pogłębionej analizy poszczególnych przyczyn). Z powodu dostrzegania tych ograniczeń w kolejnych etapach procesu badawczego dotyczącego przyczyn braku zainteresowania uczelniami w roli pracodawcy planowane jest poszerzenie każdego z wymienionych zakresów, poprzez objęcie badaniami także uczelni jako pracodawców czy reprezentantów młodych potencjalnych pracowników z innych krajów. Umożliwi to dokonanie analizy porównawczej w ujęciu podmiotowym i geograficznym. Planuje się również regularne ponawianie badań nad tymi zagadnieniami, co z kolei pozwoli na prowadzenie analiz porównawczych w ujęciu czasowym.

Bibliografia

- [1] Bakotić Danica. 2016. "Relationship between job satisfaction and organisational performance". *Economic Research-Ekonomska Istraživanja* 29 (1): 118-130.
- [2] Baruk Agnieszka, Anna Goliszek. 2018. "Skojarzenia z uczelnia jako pracodawcą - opinie kobiet i mężczyzn reprezentujących młodych potencjalnych pracowników". *Marketing Instytucji Naukowych i Badawczych* 28 (2): 19-42.
- [3] Baruk Agnieszka, Anna Goliszek. 2018. „Zmiany skojarzeń z uczelnia jako pracodawcą - opinie młodych polskich potencjalnych pracowników”. *Marketing Instytucji Naukowych i Badawczych* 28 (2): 1-18.
- [4] Bednarska-Olejniczak Dorota. 2017. „Kształtowanie wizerunku pracodawcy w Internecie”. *Handel Wewnętrzny* 5: 44-52.
- [5] Călin Floricica Mariana. 2015. "Consumer Response to Product and Service Quality". *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 187: 526-531.
- [6] Chan Ka Wai, Thomas A. Wyatt. 2007. "Quality of Work Life: A Study of Employees in Shanghai". *Asia Pacific Business Review* 13 (4): 501-517.
- [7] Chluska Jolanta, Waldemar Szczepaniak. 2016. „Nowe wyzwania zarządzania strategicznego w publicznych uczelniach ekonomicznych”. *Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach* 300: 30-38.
- [8] Eldor Liat, Eran Vigoda-Gadot. 2017. "The nature of employee engagement: rethinking the employee-organization relationship". *The International Journal of Human Resource Management* 28 (3): 526-552.
- [9] Figurska Irena, Ewa Matuska. 2013. "Employer branding as a human resources management strategy". *Human Resources Management & Ergonomic* VII: 35-51.
- [10] Huete-Alcocer Nuria. 2017. "A Literature Review of Word of Mouth and Electronic Word of Mouth: Implications for Consumer Behavior". *Frontiers in Psychology* 8: 1-4.
- [11] Latif Muhammad Shahzad, Mushtaq Ahmad, Muhammad Qasim, Momal Mushtaq, Amber Ferdoos, Hummayoun Naeem. 2015. "Impact of employee's job satisfaction on organizational performance". *European Journal of Business and Management* 7: 166-171.
- [12] Mafini Chengedzai, David R. I. Pooe. 2013. "The relationship between employee satisfaction and organizational performance: Evidence from a South African government department". *The SA Journal of Industrial Psychology* 39 (1): 9-21.
- [13] Mokina Sofila. 2014. "Place and Role of Employer Brand in The Structure of Corporate Brand". *Economics & Sociology* 7 (2): 136-148.
- [14] Mosley Richard. 2007. "Customer experience, organizational culture and the employer brand". *Brand Management* 15 (2): 123-134.
- [15] Oczkowska Renata. 2015. „Kreowanie wizerunku organizacji jako pracodawcy”. *Edukacja Ekonomistów i Menedżerów: Problemy, Innowacje, Projekty* 4 (38): 185-197.
- [16] Pabian Angelika. 2018. „Współczesne uczelnie jako profesjonalnie zarządzane przedsiębiorstwa usługowe zorientowane rynkowo”. *Marketing i Rynek* 7: 20-28.
- [17] Rodrigo Pablo, Daniel Arenas. 2008. "Do employees care about CSR programs? A typology of employees according to the attitudes". *Journal of Business Ethics* 83 (2): 265-283.
- [18] Shahzad Khurram, Asma Gul, Khurram Khan, Rabia Zafar. 2011. "Relationship between perceived employer branding and intention to apply: evidence from Pakistan". *European Journal of Social Sciences* 18 (3): 462-467.
- [19] Sivertzen Anne-Mette, Ety Ragnhild Nilsen, Anja H. Olsen. 2013. "Employer branding: employer attractiveness and the use of social media". *Journal of Product & Brand Management* 22 (7): 473-483.
- [20] Truss Catherine, Amanda Shantz, Emma Soane, Kerstin Alfes, Rick Delbridge. 2013. "Employee engagement, organisational performance and individual well-being: exploring the evidence, developing the theory". *The International Journal of Human Resource Management* 24 (14): 2657-2669.
- [21] Valizadeh Ali, Jafar Ghahremani. 2012. "The relationship between organizational culture and quality of working life of employees". *European Journal of Experimental Biology* 2 (5): 1722-1727.
- [22] Vasilyevich Popov Andrey. 2013. "Typology of employees as a tool of labour behaviour management". *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast* 25: 141-153.
- [23] Wilden Ralf, Siegfried Gudergan, Ian Lings. 2010. "Employer branding: strategic implications for staff recruitment". *Journal of Marketing Management* 26 (1-2): 56-73.
- [24] Yu Kang Yang Trevor. 2014. "Person-organization fit effects on organizational attraction: A test of an expectations-based model". *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 124 (1): 75-94.
- [25] Zelga Kamila. 2017. "The corporate image of an employer as a tool to create the business reputation of the company". *World Scientific News* 78: 307-312.
- [26] Dill Kathryn. 2016. "The Most Attractive Employers For Business Students In 2016". *Forbes* <https://www.forbes.com/sites/kathryndill/2016/04/05/the-most-attractive-employers-for-business-students-in-2016/#1c40b9e41937> [dostęp: 21.07.2018].
- [27] http://www.statystycy.pl/t4997_1_test_rangowy_kruskala-wallisa.php [dostęp: 10.04.2018].
- [28] <http://www.statystyka.az.pl/test-anova-kruskala-wallisa.php> [dostęp: 10.04.2018].
- [29] Kauflin Jeff. 2017. "The Most Attractive Employers For Business Students In 2017". *Forbes* <https://www.forbes.com/sites/jeffkauflin/2017/04/27/the-most-attractive-employers-for-business-students-in-2017/#5cadd1074dd7> [dostęp: 21.07.2018].