



Wartości cenione przez pracodawców na rynku pracy w ocenie studentów studiów pierwszego stopnia

STRESZCZENIE

CEL NAUKOWY: Celem artykułu jest rozpoznanie wartości, które w przekonaniu studentów pierwszego oraz ostatniego roku studiów stacjonarnych uczelni publicznej są cenione przez pracodawców na współczesnym rynku pracy.

PROBLEM I METODY BADAWCZE: Głównym problemem jest poszukiwanie odpowiedzi na pytanie dotyczące wartości cenionych przez pracodawców na rynku pracy w odczuciu młodzieży akademickiej. W związku z tym, po analizie literatury przedmiotu, skonstruowano kwestionariusz ankiety, który – jako narzędzie badawcze – posłużył do przeprowadzenia badań własnych. W artykule wykorzystano także wyniki badań wtórnych.

PROCES WYWODU: Punktem wyjścia w niniejszej publikacji jest analiza literatury przedmiotu dotyczącej rynku pracy i sytuacji młodzieży na tym rynku. Następnie ukazano potrzebę ciągłego uczenia się jednostki oraz różne aspekty pojęcia „wartości”. Końcową część opracowania stanowi przeprowadzone rozumowanie i analiza wyników badań własnych.

WYNIKI ANALIZY NAUKOWEJ: Przedstawione wyniki badań pozwalają wskazać wykładowcom zarządzania oraz pracodawcom, jakie wartości, z perspektywy studentów, są istotne dla pracodawców na rynku pracy, a tym samym ukierunkowywać proces nauczania na kształtowanie właściwych postaw i zachowań w pracy. Badania ukazały zróżnicowane odczucia studentów wobec wartości cenionych przez pracodawców na rynku pracy. Badani studenci za największą wartość cenioną przez pracodawców na rynku pracy uznali kreatywne rozwiązywanie problemów, zaś za najmniejszą – tworzenie przestrzeni dla własnego rozwoju.

WNIOSKI, INNOWACJE, REKOMENDACJE: Przeprowadzony wywód pozwala sformułować ogólny wniosek, iż wartości cenione przez pracodawców w odczuciu studentów pierwszego roku studiów licencjackich różnią się nieco od opinii studentów ostatniego roku studiów licencjackich uczelni publicznej.

→ **SŁOWA KLUCZOWE:** WARTOŚCI, RYNEK PRACY, PRACA, EDUKACJA, BADAŃ WŁASNE

ABSTRACT

Values Held in High Regard by Employers on the Market According to Different Students Studies of the First Degree

RESEARCH OBJECTIVE: Recognition of values which, in the belief of students of the first and last year of full-time studies at public universities, are valued by employers in the contemporary labor market.

THE RESEARCH PROBLEM AND METHODS: The main problem is the search for answers to the question of values esteemed by employers on the labor market while according to young academics. Therefore, after analyzing the literature of the subject, a survey questionnaire was constructed, which, as a research tool, was used to carry out my research. In the article we also used the results of secondary research.

THE PROCESS OF ARGUMENTATION: The starting point in this publication is an analysis of the literature on the labor market and the situation of young people in this market. Next, the need for continuous learning of the individual and various aspects of the concept of "value" were demonstrated. The final part of the study demonstrates the conducted reasoning and the analysis of my own research results.

RESEARCH RESULTS: The results of the research indicate which management values and the employers' values are important for employers in the labor market, and therefore, can guide the process of teaching the right attitudes and behaviors at work. Studies have shown that students feel differently about the values they hold in high regard in the labor market. The students considered the most appreciated value by employers on the labor market to be creative problem solving, while the least one was – creating space for their own development.

CONCLUSIONS, INNOVATIONS, AND RECOMMENDATIONS: The exposition that has been made allows for the general conclusion, which is, that the values esteemed by employers for first year undergraduates differ slightly from those of the last year undergraduate students of public universities.

→ **KEYWORDS:** VALUES, LABOR MARKET, WORK, EDUCATION, OWN RESEARCH

Wstęp

Ważnym etapem życiowym młodych ludzi jest czas wejścia na rynek pracy, ponieważ następuje wówczas konfrontacja ich wartości i potrzeb z realiami współczesnego rynku pracy, które okazują się trudne dla tej grupy społecznej. Ta sytuacja jest w oczywisty sposób następstwem obecnych warunków społeczno-gospodarczych, chociaż zależność tę można by rozpatrywać odwrotnie. Uwarunkowania i oczekiwania współczesnego rynku pracy, na którym znajduje się wiele osób poszukujących zatrudnienia (m.in. z wyższym wykształceniem), w dużym stopniu wpływają na zachowania młodych ludzi, nazywanych pokoleniem millenialsów.

Celem artykułu jest znalezienie odpowiedzi na pytanie: jakie wartości są cenione przez pracodawców na rynku pracy, w obecnych realiach społeczno-gospodarczych, w ocenie młodzieży akademickiej? W związku z tak postawionym pytaniem należy przeprowadzić analizę literatury oraz ankietyzację wśród studentów. Badanie, na potrzeby przygotowania niniejszej publikacji, przeprowadzono w styczniu 2017 r. w Państwowej Wyższej Szkole Zawodowej w Nowym Sączu, w Instytucie Ekonomicznym, przy zastosowaniu kwestionariusza ankiety zawierającego zarówno pytania otwarte, jak i zamknięte z opcją do wskazania przez respondentów. Dobór próby badawczej był celowy, obejmował studentów zaliczanych do tzw. pokolenia millenialsów, uczących się na jednej uczelni publicznej, co umożliwiło sprawne przeprowadzenie badań, niemal stuprocentowy zwrot poprawnie wypełnionych formularzy, a także wyjaśnienie ewentualnych wątpliwości dotyczących postawionych pytań.

Rynek pracy a młode pokolenie

Młodzi ludzie znajdują się w specyficznej sytuacji, a ich wizja przyszłości zawodowej, związana m.in. z rynkiem pracy, wydaje się ważna i znacząca (Bartkowiak, 2014). Jest to niewątpliwie powiązane z jednej strony z powszechnym dążeniem do kontynuacji nauki i niepoprzestawaniem np. na poziomie licencjackim (Dawidziuk, 2013), z drugiej strony zaś, z chęcią posiadania pracy, która jest wartością autoteliczną. Praca jest bowiem „rodzajem zasobu strategicznego, którego wartość należy optymalizować z punktu widzenia wartości ekonomicznych i społecznych” (Lisiecka, 2002, s. 435). Z badań wynika, iż popularyzacja – wśród osób młodych – pracy dorywczej oraz w niepełnym wymiarze czasu pracy może ułatwić im wejście na rynek pracy (Raport: Badanie ankietowe rynku pracy, 2016). Osoby młode bardzo cenią sobie zwłaszcza takie organizacje, które „umożliwiają umiejętność szybkiego uczenia się, rozwijanie kreatywności czy zdobywanie nowych kompetencji i doświadczeń” (Smolbik-Jęczmień i Żarczyńska-Dobiesz, 2017, s. 179-180).

Jak wynika z raportu: *Wyzwania rekrutacji 2017/2018*, młode pokolenie charakteryzuje się m.in.: wysokimi wymaganiami i oczekiwaniami wobec pracodawców, znajomością nowoczesnych technologii, częstą zmianą miejsca pracy, dążeniem do rozwijania umiejętności i wiedzy, łatwością przystosowania się do zmian i kreatywności (Zakrzewska, 2018). Prognozy wskazują, iż w 2020 r. millenialsowie będą stanowić 50% globalnej siły roboczej (PwC Digital Services, 2011), a do 2025 r. – 75% ogółu zatrudnionych (Amway Global Entrepreneurship Report 2016, 2017).

Millenialsowie wkraczający na rynek pracy spotykają się z odmiennymi wymaganiami różnych pracodawców, które teraz są dosyć wysokie i niejednokrotnie niemożliwe do spełnienia ze względu na brak np. konkretnego doświadczenia zawodowego. W ofertach pracy często jednym z wymagań stanowiska pracy jest posiadanie konkretnego stażu pracy, co *de facto* dyskwalifikuje już na starcie osoby po studiach. Tymczasem młodzi ludzie, zmierzający do szybkiego osiągnięcia sukcesu zawodowego, wychowani

w świadomości, że świat jest dla nich otwarty, w dzisiejszych czasach doświadczają nie-
rzadko rozczarowania i frustracji.

Potrzeba uczenia się przez całe życie

Upowszechniający się model kształcenia ustawicznego jest następstwem potrzeby ciągle-
go uzupełniania i poszerzania wiedzy oraz rozwijania umiejętności. Szybki rozwój naukowo-
-techniczny rodzi konieczność permanentnego dokształcania się. Współczesny człowiek
musi więc stale zdobywać wiedzę oraz umiejętności i nieustannie je doskonalić (Urbań-
ski, 2004), a edukacja powinna stanowić przedsięwzięcie na całe życie (Skrzypek, 2000).

Jednym z zasadniczych wyzwań współczesnej edukacji jest krzewienie edukacji na
rzecz przedsiębiorczości (Wach, 2014). Potwierdzają to wyniki badań, z których wynika,
że ankietowani, dokonując oceny oczekiwań względem edukacji, odczuwają potrzebę
kształtowania postaw przedsiębiorczych (Faron, 2014). Niezbędne wydają się zatem
zmiany w podejściu do edukacji, gdzie znaczny nacisk powinien być położony na aktyw-
ną naukę oraz dzielenie się ze studentami nowymi doświadczeniami (Urbaniec, 2014).
W nauczaniu szczególny akcent powinien być położony na przygotowanie młodych lu-
dzi do samodzielnego pozyskiwania wiedzy, tak aby w trakcie świadczenia pracy zawo-
dowej potrafili szybko dokształcić się, a nawet zmienić zawód (Kotwica i Pondel, 2004).
G. Sus uważa, iż „młodzieży powinna zostać wpajana zasada, że im więcej zdobytych
kwalifikacji i im mniej wyuczonych zawodów, tym większe szanse na znalezienie odpo-
wiedniej oraz dającej satysfakcję i bezpieczeństwo pracy” (Sus, 2013, s. 70-71). Należy
jednak podkreślić, iż młodzież doświadcza trudności w znalezieniu pracy po studiach,
a niektórzy obwiniają za taką sytuację sztywny system edukacyjny, wskazując, że współ-
czesny system edukacji jest ukierunkowany na poszukiwanie w sytuacjach problemo-
wych takich rozwiązań, które są powszechnie znane (Głażewska, 2013).

Oblicza wartości

Wartości są elementem osobowości człowieka, stanowiąc system jego przekonań, a tym
samym motywując i sterując jego zachowaniami (Drynia, 2014). Wartości w pracy są
dla człowieka bardzo istotne, co pokazuje badanie przeprowadzone przez Work Servi-
ce (2013). Rozpatrując problematykę wartości cenionych przez pracodawców, należy
zauważyć, iż literatura przedmiotu dostarcza wielu określeń wartości (nieco innych niż
te analizowane w badaniach ankietowych), wskazując, że:

- wartości są przekonaniem o tym, co jest dobre dla organizacji, a nawet najlepsze,
i co powinno lub też nie powinno się zdarzyć (Armstrong, 2011);
- wartości jako element kultury organizacyjnej obejmują: przedmioty, stany rzeczy
lub sytuacje, które ludzie cenią i starają się osiągnąć poprzez swoje uczestnictwo
w organizacji (Sikorski, 2006);

- wartości stanowią dobro wspólne jako wynik społecznego kompromisu, odzwierciedlając specyfikę organizacji oraz jej strukturę, układ stosunków społecznych i celowość działania (Bugdol, 2006).

D. Clutterbuck (2005) ukazuje trzy perspektywy wartości, ujmując je w kategoriach korzyści, szacunku i przekonania. Autor ten podkreśla, że wartości mogą być postrzegane: po pierwsze, jako korzyści osiągane np. w wyniku rozwoju zawodowego lub powiększające wartość jednostki na rynku pracy, po drugie – wartości można ujmować w kategorii szacunku, jakiego dana osoba może doświadczyć np. poprzez uznanie czy pochwały od innych, po trzecie wreszcie, wartości mogą się odnosić do przekonania odpowiadającym normom społecznym.

Z kolei W. Jarecki (2016) pisze o systemie wartości, który kształtuje się stopniowo u każdego człowieka, w ciągu całego życia i następuje na skutek jego rozwoju, funkcjonowania w określonym środowisku, edukacji czy zmian zachodzących w otoczeniu. Wyznawane wartości w kolejnych etapach życia stają się następnie fundamentem konkretnych postaw, a w rezultacie – wyznaczania celów, podejmowania decyzji, funkcjonowania w środowisku pracy. Każdy więc człowiek, świadomie lub mniej świadomie, posiada określoną hierarchię wartości.

W warunkach XXI w. organizacje realizują wartości, które są poszukiwane na rynku pracy, wobec czego zmianie ulegają systemy aksjologiczne, następuje przewartościowanie tradycyjnych wartości (Skrzypek, 2004).

Metodyczne aspekty badań własnych

Celem przeprowadzonych badań własnych było zdobycie informacji na temat wartości cenionych przez pracodawców na współczesnym rynku pracy w przekonaniu młodzieży akademickiej. Podmiotem badań było łącznie 218 studentów studiów stacjonarnych pierwszego stopnia z kierunku ekonomia oraz e-Administracja, z czego 107 ankietowanych studiowało na pierwszym roku, a 111 – na trzecim roku. Reprezentowali oni następujące specjalności oferowane przez uczelnię na tym poziomie studiów: finanse i rachunkowość przedsiębiorstw, zarządzanie projektami, ekonomika turystyki i rekreacji oraz e-Administracja samorządowa. W badaniu uwzględniono po jednym kryterium cechującym respondentów: pierwotnym (płeć), wtórnym (miejsce zamieszkania) i organizacyjnym (rok studiów).

Tabela 1

Respondenci ze względu na płeć i miejsce zamieszkania (w %)

| Wyszczególnienie | | Pierwszy rok | Trzeci rok |
|----------------------|-----------|--------------|------------|
| Płeć | kobieta | 67 | 81 |
| | mężczyzna | 33 | 19 |
| Miejsce zamieszkania | Miasto | 35 | 23 |
| | Wieś | 65 | 77 |

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Tabela 1 pokazuje, iż w odniesieniu do tożsamości pierwotnej, kobiety stanowiły większą grupę badanych w porównaniu z mężczyznami, tak w przypadku pierwszego, jak i ostatniego roku studiów. Podobnie – więcej studiujących stanowili mieszkańcy wsi niż miast. Pierwszy rok reprezentowało 49% populacji badanych, trzeci natomiast 51% badanej zbiorowości.

Analiza uzyskanych wyników badań

Badanie ukierunkowano na rozpoznanie wartości cenionych przez pracodawców na rynku pracy w odczuciu ankietowanych studentów, którzy należeli do pokolenia millenialsów. W tabeli 2 zamieszczono „listę wartości”, którą wskazała młodzież akademicka pierwszego i trzeciego roku studiów stacjonarnych.

Dane statystyczne zestawione w tabeli 2 obrazują odpowiedzi badanych dotyczące wartości cenionych przez pracodawców na rynku pracy. Należy w tym miejscu wskazać, iż odpowiedzi respondentów zamieszczone w tabeli 2 nie sumują się do 100%, ponieważ w tym przypadku ankietowani mogli wybrać więcej niż jedną odpowiedź. Z powyższego zestawienia wynika, że w odczuciu ponad połowy studentów pierwszego roku na rynku pracy liczą się zaangażowanie w pracę oraz umiejętność wykorzystania nowych technologii. Podobnie uważali studenci trzeciego roku. Podejmowanie samodzielnych decyzji pierwsza grupa ulokowała wyżej niż grupa druga, ale w przypadku adaptacji do zmian sytuacja wyglądała zupełnie odwrotnie. Na uwagę zasługuje fakt, iż na pierwsze miejsce wśród podanego zestawu odpowiedzi studenci wytypowali „kreatywne rozwiązywanie problemów”. Takiego zdania było niemalże dwóch na trzech badanych w obu grupach. Zaskakujące okazało się jednak to, że budowanie relacji interpersonalnych oraz permanentne uczenie się, o czym się tak dużo obecnie mówi i pisze, zostało umiejscowione przez badanych na odległych pozycjach. Populacja badanych zgodnie, na ostatnim miejscu, uplasowała opcję „tworzenie przestrzeni dla własnego rozwoju”, na co wskazał jeden na pięciu badanych.

Tabela 2

Wartości cenione przez pracodawców na współczesnym rynku pracy w odczuciu respondentów (w %)

| Wyszczególnienie | Pierwszy rok | Trzeci rok |
|--|--------------|------------|
| Współpraca w zróżnicowanych zespołach | 37 | 35 |
| Permanentne uczenie się / doskonalenie się | 33 | 40 |
| Podejmowanie samodzielnych decyzji | 46 | 37 |
| Adaptacja do zmian | 23 | 44 |
| Tworzenie przestrzeni dla własnego rozwoju | 20 | 22 |
| Budowanie relacji interpersonalnych | 37 | 47 |
| Kreatywne rozwiązywanie problemów | 69 | 67 |
| Zaangażowanie w realizację zadań | 51 | 55 |
| Umiejętność wykorzystania nowych technologii | 55 | 49 |

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Wyraźnie pierwszeństwo przygotowania praktycznego wyniesionego z uczelni nad przygotowaniem teoretycznym, w odczuciu respondentów, pokazuje tabela 3. Na dieiesięciu badanych studentów trzeciego roku takiego zdania było aż dziewięciu. Podobnie sytuacja wyglądała w przypadku studentów pierwszego roku. Jednakże w tej drugiej grupie 12% respondentów uznało, że przygotowanie teoretyczne lepiej odpowiada potrzebom współczesnego rynku pracy niż przygotowanie praktyczne. Niewielka frakcja badanych nie potrafiła zająć w tej kwestii stanowiska (łącznie 5%).

Tabela 3

Przygotowanie teoretyczne i praktyczne studentów (w %)

| Wyszczególnienie | Pierwszy rok | Trzeci rok |
|---|--------------|------------|
| Przygotowanie teoretyczne, gdyż kształtuje społeczeństwo oparte na wiedzy | 12 | 3 |
| Przygotowanie praktyczne, gdyż umożliwia wykorzystanie posiadanych umiejętności | 87 | 93 |
| Nie mam zdania | 1 | 4 |

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Tabela 4

Preferowane miejsce pracy przez studentów (w %)

| Wyszczególnienie | Pierwszy rok | Trzeci rok |
|-----------------------|--------------|------------|
| Własna firma | 40 | 17 |
| Małe przedsiębiorstwo | 29 | 42 |
| Duże przedsiębiorstwo | 19 | 14 |
| Administracja | 8 | 14 |
| Praca za granicą | 4 | 13 |

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Interesujące odpowiedzi respondentów zawiera tabela 4. Wynika z niej, że na pięciu badanych dwóch studentów pierwszego roku byłoby skłonnych prowadzić własną firmę, a blisko jedna trzecia z nich – pracować najemnie w małym przedsiębiorstwie. Zależność odwrotną zaobserwowano natomiast wśród studentów trzeciego roku; zdecydowana większość preferowała pracę w małej firmie. Mało popularną opcją u badanych okazała się praca w administracji. Relatywnie niski odsetek badanych myśli o wyjeździe za granicę w poszukiwaniu zatrudnienia, co z perspektywy wartości życiowych jest pozytywnym symptomem, aczkolwiek 4% studentów pierwszego i 13% trzeciego roku studiów wiąże swoją przyszłość z pracą poza granicami kraju. W kontekście powyższego zestawienia zdumiewające jest to, że tak niewielu studentów trzeciego roku zamierza pracować „na własną rękę” – we własnej firmie. Rodzi to szereg pytań o przyczyny takiej postawy. Czy obawiają się ryzyka? Czy nie wierzą we własne możliwości? Może wątpią w powodzenie przedsięwzięcia? Albo może nie mają ukształtowanych postaw przedsiębiorczych lub posiadają negatywne doświadczenia w prowadzeniu własnej firmy przekazane od innych osób? Trudno jest tutaj wskazać jednoznaczną odpowiedź, wszak system wartości jest indywidualną sprawą człowieka.

Tabela 5

Preferowane stanowisko pracy przez studentów (w %)

| Wyszczególnienie | Pierwszy rok | Trzeci rok |
|------------------|--------------|------------|
| Kierownicze | 59 | 30 |
| Wykonawcze | 25 | 46 |
| Nie mam zdania | 13 | 17 |
| Brak wskazań | 3 | 7 |

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Jeżeli chodzi o preferowane stanowisko pracy, blisko dwie trzecie studentów pierwszego roku oraz jedna trzecia studentów trzeciego roku chciałaby zajmować stanowiska kierownicze (tabela 5). Zastanawiające jest to, iż niespełna połowa respondentów kończących pierwszy stopień studiów woli pracować na stanowiskach wykonawczych.

Te odpowiedzi korespondują z danymi statystycznymi zamieszczonymi w tabeli 4, co tłumaczy dokonany przez studentów wybór stanowiska pracy.

Podsumowanie

Każdy człowiek posiada własną hierarchię wartości. Wybór wartości życiowych oraz ich miejsce w życiu jednostki determinowane jest różnymi czynnikami indywidualnymi. Realizacja wartości wyznawanych w życiu osobistym człowieka istotnie wpływa na wartości uznawane przez niego w pracy zawodowej. Z dokonanych rozważań nasuwa się wnioski, iż w dzisiejszych warunkach zmieniającego się rynku pracy należy być przygotowanym nie tylko do zmiany pracy, ale również wyuczonego zawodu. Ponadto w czasie spowolnienia gospodarczego i jednocześnie dynamicznych zmian otoczenia istotne jest posiadanie różnych umiejętności umożliwiających podjęcie pracy, zdobywanie nowych kwalifikacji, wykorzystywanie możliwości uczestnictwa w szkoleniach czy kursach, czego musi być świadome pokolenie millenialsów.

Przeprowadzone rozumowanie i analiza wyników badań własnych pozwalają wysunąć ogólny wniosek, iż niektóre wartości cenione przez studentów na rynku pracy są wspólne zarówno dla studentów pierwszego, jak i ostatniego roku studiów licencjackich (np. kreatywne rozwiązywanie problemów, zaangażowanie w pracę czy umiejętność wykorzystania nowych technologii), ale inne wartości są nieco zróżnicowane (tabela 2). Dla studentów pierwszego roku istotne jest bowiem podejmowanie samodzielnych decyzji i współpraca w zróżnicowanych zespołach, natomiast studenci trzeciego roku wyżej stawiają budowanie relacji interpersonalnych i adaptację do zmian. Należy wspomnieć w tym miejscu, że oczekiwania pracodawców wobec młodego pokolenia są zróżnicowane, na co zwrócono uwagę w niniejszym opracowaniu.

BIBLIOGRAFIA

- Amway Global Entrepreneurship Report 2016. (2017). Pozyskano z: http://www.networkmagazyn.pl/raport_amway_millenialsi_zmiana_rynek_pracy (dostęp: 19.02.2018).
- Armstrong, M. (2011). *Zarządzanie zasobami ludzkimi*. Warszawa: Oficyna a Wolters Kluwer business.
- Bartkowiak, G. (2014). Człowiek w sytuacji zmian środowiska pracy – wizja rynku pracy – zagrożenia i nowe możliwości. W: M. Jędrzejko i J.A. Malinowski (red.), *Młode pokolenie w zderzeniu cywilizacyjnym. Studia – badania – praktyka*. Toruń: Wydawnictwo Edukacyjne „AKAPIT”, 359-369.
- Bugdol, M. (2006). *Wartości organizacyjne. Szkice z teorii organizacji i zarządzania*. Kraków: Uniwersytet Jagielloński.
- Clutterbuck, D. (2005). *Równowaga między życiem zawodowym a osobistym. Przewodnik dla specjalistów od spraw personalnych*. Kraków: Oficyna Ekonomiczna.
- Dawidziuk, R. (2013). Zmiany postaw i sytuacji zawodowej w wyniku ukończenia studiów – rozważania do przeprowadzonych badań. W: N. Iwaszczuk (red.), *Problemy zarządzania przedsiębiorstwem w wybranych sektorach gospodarki*. Kraków: Akademia Górniczo-Hutnicza, 271-280.

- Drynia, O. (2014). Przedsiębiorczość jako wartość dla organizacji i jednostki. Jak uczelnie mogą rozwijać postawy przedsiębiorcze wśród studentów. *Horyzonty Wychowania*, vol. 13, nr 28, 187-202.
- Faron, A. (2014). Duch przedsiębiorczości a kształcenie wyższe – ocena i oczekiwania studentów wybranej uczelni ekonomicznej. *Horyzonty Wychowania*, vol. 13, nr 26, 231-248.
- Głazewska, I. (2013). Metody pobudzania kreatywności w konsultingu i pracy menedżera. W: A. Kosiardzka (red.), *Metody i techniki pobudzania kreatywności w organizacji i zarządzaniu*. Kraków – Warszawa: Edu-Libri, 221-239.
- Jarecki, W. (2016). Wartości wyznawane przez osoby wchodzące na rynek pracy. *Marketing i Rynek*, 3, 263-271.
- Kotwica, A. i Pondel, M. (2004). Społeczeństwo informacyjne. W: M. Nycz (red.), *Generowanie wiedzy dla przedsiębiorstwa. Metody i techniki*. Wrocław: Akademia Ekonomiczna, 13-19.
- Lisiecka, K. (2002). Mobilność pracowników w organizacji a ich kreatywność. W: T. Wawak (red.), *Zmieniające się przedsiębiorstwo w zmieniającej się politycznej Europie*. Tom 5. Zarządzanie pracą. Kraków: Wydawnictwo Informacji Ekonomicznej Uniwersytetu Jagiellońskiego, 435-440.
- PwC Digital Services. *Millennials at work Reshaping the workplace*. (2011). Pozyskano z: <https://www.pwc.com/m1/en/services/consulting/documents/millennials-at-work.pdf> (dostęp: 19.02.2018).
- Raport: *Badanie ankietowe rynku pracy*. (2016). Instytut Ekonomiczny NBP. Pozyskano z: http://www.nbp.pl/publikacje/arp/raport_2016.pdf (dostęp: 20.02.2018).
- Sikorski, C. (2006). *Kultura organizacyjna*. Warszawa: C.H. Beck.
- Skrzypek, E. (2000). Zarządzanie wiedzą i informacją jako podstawa zintegrowanego systemu zarządzania przedsiębiorstwem. W: R. Borowiecki (red.), *Zarządzanie wiedzą a procesy restrukturyzacji i rozwoju przedsiębiorstw*. Kraków: Akademia Ekonomiczna i Towarzystwo Naukowe Organizacji i Kierownictwa, 23-30.
- Skrzypek, E. (2004). Wpływ zarządzania wiedzą i kapitałem intelektualnym na proces doskonalenia organizacji w warunkach gospodarki opartej na wiedzy. W: J. Kitowski (red.), *Ekonomika przedsiębiorstw w nowych uwarunkowaniach systemowych*. Rzeszów: Uniwersytet Rzeszowski, 150-169.
- Smolbik-Jęczmień, A. i Zarczyńska-Dobiesz, A. (2017). Zróżnicowane podejście do rozwoju zawodowego wśród przedstawicieli pokoleń koegzystujących na rynku pracy. *Zarządzanie Zasobami Ludzkimi*, 3-4, 169-184.
- Sus, G. (2013). Zawodowa młodzież – szansa na przyszłość. W: *Kooperacja dla regionu. Nauka – Biznes – Samorząd. Materiały z konferencji*. Kraków: Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego, 69-73.
- Urbaniec, M. (2014). Współczesne wyzwania edukacji na rzecz przedsiębiorczości w szkolnictwie wyższym. *Horyzonty Wychowania*, vol. 13, nr 26, 209-230.
- Urbański, J. (2004). Rozwój i edukacja pracownika. W: J. Urbański (red.), *Rozwój i szkolenie w firmach. Teoria i rzeczywistość*. Płock: Szkoła Wyższa im. Pawła Włodkowica, 13-31.
- Wach, K. (2014). Europeanisation of Entrepreneurship Education in Europe – Looking Back and Looking Forward. *Horizons of Education*, vol. 13, nr 26, 11-31.
- Work Service: Tylko praktykowane wartości mogą przyczynić się do sukcesu firmy. (2013). Pozyskano z: <https://hrstandard.pl/2013/12/27/work-service-tylko-praktykowane-wartosci-moga-przyczynic-sie-do-sukcesu-firmy/> (dostęp: 20.02.2018).
- Zakrzewska, S. (2018). Na jakich absolwentów czekają pracodawcy? *Personel Plus*, 2, 54-59.

Copyright and License



This article is published under the terms of the Creative Commons Attribution – NoDerivs (CC BY- ND 4.0) License
<http://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/>