

Uwarunkowania i konsekwencje samooceny atrakcyjności zawodowej studentów

Determinants and consequences of students' self-assessment of professional attractiveness

Keys word: professional attractiveness, self-assessment, expectations towards employers.

Abstract: An important issue from the perspective of functioning in the labor market, however, rarely subjected to scientific exploration, is the attractiveness of an employee, i.e. a subjective feeling that is the result of the interaction of many factors, formed, among others, based on work experience, as well as educational experiences. Considering the importance of self-assessment of professional attractiveness, including the determinants of assessment and its consequences, the purpose of the conducted research was to identify the level of professional attractiveness of students and to search for relationships between professional attractiveness and independent variables, as well as between professional attractiveness and the choice of future employers, students' expectations of future employers and financial expectations. The questionnaire survey was conducted on 336 civilian students of the War Studies University. As a result of the conducted research, the results of the students' self-assessment of professional attractiveness were revealed, and the existence of statistical relationships between selected variables analyzed was indicated, which allowed us to understand the determinants and consequences of students' self-assessment of professional attractiveness.

Słowa kluczowe: atrakcyjność zawodowa, samoocena, oczekiwania względem pracodawców.

Streszczenie: Zagadnieniem istotnym z perspektywy funkcjonowania na rynku pracy, jednakże rzadko poddawany naukowej eksploracji, jest atrakcyjność pracownika, a zatem subiektywne poczucie będące rezultatem oddziaływania wielu czynników, ukształtowane m.in. na podstawie doświadczeń zawodowych i doświadczeń edukacyjnych. Uwzględniając znaczenie samooceny atrakcyjności zawodowej, w tym uwarunkowania oceny i jej konsekwencje, celem prowadzonych badań była identyfikacja poziomu atrakcyjności zawodowej studentów oraz poszukiwanie związków pomiędzy atrakcyjnością zawodową a zmiennymi niezależnymi oraz pomiędzy atrakcyjnością zawodową a wyborem przyszłych pracodawców, oczekiwaniami studentów względem przyszłych pracodawców i oczekiwaniami finansowymi. Badaniom ankietowym poddano 336 studentów Akademii Sztuki Wojennej, studiujących na cywilnych kierunkach. W rezultacie przeprowadzonych badań ujawniono wyniki samooceny atrakcyjności zawodowej studentów oraz wskazano istnienie zależności statystycznych pomiędzy wybranymi analizowanymi zmiennymi, co pozwoliło na zrozumienie uwarunkowań i konsekwencji samooceny atrakcyjności zawodowej studentów.

Wprowadzenie

Zagadnienie atrakcyjności pracodawcy stanowi w ostatnich latach obiekt szczególnego zainteresowania badaczy, co znajduje odzwierciedlenie w liczbie pojawiających się publikacji, w których autorzy podejmują wysiłki celem pomiaru poziomu atrakcyjności oraz identyfikacji czynników warunkujących atrakcyjność. Liczne klasyfikacje czynników ukazują złożoność rozważanego zagadnienia i jego wieloaspektowość, co dodatkowo umacnia w przekonaniu o trudności w kształtowaniu atrakcyjności. Zagadnieniem powiązanim z atrakcyjnością organizacji jest atrakcyjność zawodowa pracowników (Kurek, 2023), przy czym podkreślić należy, iż trudno doszukać się publikacji, w których centralnym obiektem zainteresowań badawczych, eksplorowanym wieloaspektowo, byłoby przedmiotowe zagadnienie. Trudność pojawia się zarówno na etapie definiowania rozważanego terminu, identyfikacji czynników determinujących poczucie atrakcyjności zawodowej, jak i wskazania konsekwencji zaniżonej, adekwatnej lub zawyżonej samooceny, samooceny jawnej i utajonej, chwiejnej, stabilnej, czy też adekwatnej i nieadekwatnej. Zidentyfikowana luka naukowa stała się inspiracją do poświęcenia uwagi wskazanej problematyce, która w szczególności ma znaczenie w odniesieniu do studentów, a zatem osób będących na początkowym etapie kariery zawodowej. Poziom atrakcyjności zawodowej studenta stanowi istotny czynnik determinujący zarówno dalsze wybory edukacyjne, jak i decyzje związane ze ścieżką kariery zawodowej. Ważny jest zarówno poziom atrakcyjności, jak i adekwatność samooceny do rzeczywistych kompetencji i możliwości.

Poszukiwanie przyczyn i konsekwencji samooceny atrakcyjności zawodowej podjęto w ramach badań prowadzonych w Akademii Sztuki Wojennej poświęconych zagadnieniu przygotowania studentów do funkcjonowania na rynku pracy. Badaniom przeprowadzonym w 2023 roku poddano 336 studentów studiujących na kierunkach zarządzanie i dowodzenie, logistyka i lotnictwo. W niniejszym artykule ukazano jedynie wybrane aspekty prowadzonych badań, które umożliwiły udzielenie odpowiedzi na główny i szczegółowe problemy badawcze, w tym na weryfikację postawionej hipotezy naukowej.

Atrakcyjność zawodowa pracownika – przegląd literatury

Atrakcyjność zawodowa pracowników w rozważanym kontekście prowadzonych badań – studentów, a zatem osób przygotowujących się do wykonywania danego zawodu i wiążących przyszłość z określonym typem organizacji, stanowi istotne zagadnienie nie tylko z perspektywy studentów, ale także uczelni wyższych, nauczycieli (Parks, Kennedy, 2007) i pracodawców. Zagadnienie atrakcyjności pracowników w literaturze z zakresu zarządzania, psychologii i socjologii najczęściej analizowane jest w kontekście atrakcyjności fizycznej (Meier, Mutz, 2020; Konjer, Mutz, Meier, 2019; Baert, Decuypere, 2014; Pfeifer, 2012; Meier, Mutz, 2020) i wpływu (zarówno pozytywnego, jak i negatywnego) atrakcyjności na możliwość uzyskania pracy,

samoocenę, rozwój zawodowy, awans, czy też uzyskiwanie wyższego wynagrodzenia (Mitra, 2001; Anýžová, Matějů, 2018; Benzeval, Green, Macintyre, 2013; Scholz, Sicinski, 2015; Pfeifer, 2012). Atrakcyjność wiązana z aspektami fizycznych atrybutów pracowników obrazuje złożoność tego zagadnienia, a jednocześnie istotę wymiaru psychologicznego, który w istotny sposób determinuje jakość życia zawodowego. Powiązanie atrakcyjności fizycznej z atrakcyjnością zawodową budzi jednak kontrowersje natury etycznej. Wiąże się bowiem z niemerytorycznym podejściem do oceny wartości zawodowej pracownika, przy czym zasadnym jest podkreślenie, iż świadomość rozważanego związku mają zarówno pracownicy, pracodawcy jak i studenci (Marici et al., 2023).

Odchodząc od wymiaru fizycznej atrakcyjności pracowników, zasadnym jest wskazanie sposobu rozumienia atrakcyjności zawodowej. Termin atrakcyjność w ujęciu słownikowym oznacza „cechę czegoś, co przez swe zalety wzbudza zainteresowanie innych” (WSJP). Atrakcyjność przy uwzględnieniu kryterium rodzaju może być mała, średnia lub duża. Atrakcyjność nie ma charakteru materialnego, przez co będąc abstrakcyjnym terminem odnosi się do osądu powstałego na podstawie postrzeganych cech, dostępnych informacji i sposobu ich oceny. Atrakcyjność osoby czy też rzeczy może być oceniana odmiennie, co ukazuje trudność w intencjonalnym jej kształtowaniu. Łącząc atrakcyjność z zawodem, atrakcyjność zawodową można zdefiniować jako zespół atrybutów pracownika/kandydata do pracy przyciągających uwagę i skutkujących większym zainteresowaniem pracodawców, czyniących daną osobę bardziej pożądanym pracownikiem/kandydatem do pracy.

Atrybuty zawodowe pracownika można podzielić na trzy grupy:

- dotyczące cech osobowości, postaw i zachowań,
- dotyczące posiadanych kompetencji, kwalifikacji i doświadczenia zawodowego,
- dotyczące gotowości do podjęcia pracy, dyspozycyjności i fizycznej dostępności.

Odnosząc się do szeroko eksplorowanego zagadnienia atrakcyjności fizycznej, do powyższego wyróżnienia dodać można również czwartą grupę atrybutów, przy czym wartości tej grupy nie należy bagatelizować, podkreślając jednocześnie nieetyczność uwzględniania wskazanej grupy atrybutów w procesie oceny pracownika lub kandydata do pracy.

Samoocena atrakcyjności – rodzaje i cechy samooceny

Atrakcyjność zawodowa pracowników – studentów ujmowana jest w dwóch wymiarach: zewnętrznym i wewnętrznym. Zewnętrzna atrakcyjność zawodowa pracownika dotyczy sposobu postrzegania pracownika przez inne osoby, w tym potencjalnych pracodawców. Na to, w jaki sposób człowiek jest postrzegany przez innych, wpływa także drugi wymiar atrakcyjności – wewnętrzny. Samoocena atrakcyjności zawodowej stanowi złożone zagadnienie, co wiąże się zarówno z fenomenem samooceny, jak i przyjętą perspektywą. Zagadnienie samooceny jest jednym z częściowo eksplorowanych zagadnień w obszarze psychologii społecznej i psychologii

osobowości (Bushman, Moeller, Crocker, 2011), co ukazuje znaczenie samooceny, jej wieloaspektowość, jak i wpływ na różne aspekty funkcjonowania człowieka (zarówno w wymiarze zawodowym, jak i prywatnym) (Szpitalak, Polczyk, 2015).

Termin *self-esteem* tłumaczony jest jako „samoocena”, „globalne samowartościowanie” lub „poczucie własnej wartości” (Dymkowski, 1993). Brak jednoznaczności przekłada się na wielość definicji i brak pełnej zgodności co do zawartości znaczeniowej analizowanego terminu (Mruk, 2013). B. Wojciszke (2002) definiuje samoocenę jako afektywną reakcję jednostki na samą siebie, z kolei L. Niebrzydowski ujmuje ją jako „zespół sądów i opinii, które jednostka odnosi do własnej osoby” (1976, p. 52), zaś M. Rosenberg wskazuje na negatywne oraz pozytywne nastawienie, jakie dana osoba ma względem samej siebie (1979). Sięgając natomiast do poglądów W. Szewczuka, samoocenę zdefiniować można jako postawę wobec samego siebie, w tym własnych możliwości oraz innych cech wartościowych społecznie (1985). Można zatem uznać, iż samoocena stanowi wynik świadomych i nieświadomych przekonań o sobie, kształtowanych przez całe życie, odzwierciedlających postrzeganie przez człowieka jego umiejętności i ogólnej wartości, przekładających się na to, jak interpretowana jest przyczynowość wydarzeń w życiu.

Pozytywna lub negatywna samoocena stanowi wynik subiektywnej oceny wiążącej się z emocjonalnym stosunkiem do własnych cech. Poziom samooceny ujmowany jako emocjonalny bilans obrazuje postawę względem samego siebie, co w powiązaniu z wymiarem poznawczym samooceny przekłada się na tzw. *self-concept*. Poziom samooceny powstaje w wyniku porównania dotychczasowych rezultatów aktywności z pewnymi standardami, oczekiwaniami w danym obszarze, stanowiącymi układ odniesienia, a powstałymi na podstawie informacji pochodzących od rodziny, nauczycieli, znajomych, autorytetów, ogólnie środowiska, w jakim człowiek funkcjonuje i z którym się utożsamia (Szewczuk, 1985). Wartość samooceny jest zatem definiowana w tym ujęciu przez stosunek osiągnięć czy sukcesów podmiotu do jego aspiracji. W zależności od rezultatu porównania powstają odczucia względem własnej osoby (Szpitalak, Polczyk, 2015). Efekty porównania przekładają się na postrzeganie sukcesów i porażek. Niska samoocena, jak podkreślają J.E. Stets i P.J. Burke, występuje bowiem wówczas, kiedy aspiracje i oczekiwania są wyższe od rzeczywistych osiągnięć (2014, p. 412). Zarówno pozytywna, jak i negatywna samoocena (ujmowana również jako wysoka i niska) ma swoje konsekwencje – negatywna wiąże się z poczuciem niższości, pozytywna zaś przekłada się na pewność siebie. Dodatkowo osoby charakteryzujące się wysoką samooceną są przekonane o swojej atrakcyjności, inteligencji i popularności (Baumeister i in., 2003). Jak podkreślają J. Shrauger i P.B. Sorman (1977), osoby takie wolniej zniechęcają się w momencie pojawienia się niepowodzeń, wykazują się większym przekonaniem o swojej skuteczności (Judge i in., 2002) i częściej stosują adaptacyjny styl radzenia sobie ze stresem ukierunkowany na zadanie, a nie na emocje czy też unikanie (Fecenec, 2008). Gdy mowa o osobach o niskiej samoocenie, uwagę przykuwają wyniki badań obrazujące dominujące poczucie niekompetencji, pesymistyczną postawę (Taylor,

Brown, 1988), defensywny pesymizm (Kernis, 2003) oraz nieadekwatny do rzeczywistości lęk przed porażką (Crocker i in., 2003). Samooceny atrakcyjności zawodowej nie należy wiązać z zarozumiałością i egocentryzmem, bowiem poczucie własnej wartości idzie w parze z pokorą i akceptacją siebie (Onyekuru i Obidigbo, 2012).

Istotna jest także chwiejność lub stabilność samooceny, a zatem możliwość zmian w poziomie samooceny następujących pod wpływem pozytywnych i negatywnych sytuacji. W przypadku osób o samoocenie wysokiej niestabilność samooceny może wynikać z chęci osiągnięcia niezagrożonego i pozytywnego obrazu własnej osoby (Kernis i in., 1992), co w przypadku osób z niską samooceną wiąże się z chęcią unikania stałego negatywnego obrazu samego siebie (Kernis i in., 1992). Ważnym aspektem samooceny jest także jej adekwatność, ujmowana jako stopień zgodności pomiędzy poznawczym wymiarem postawy a jej stanem faktycznym (przypisywanymi sobie cechami, a rzeczywiście prezentowanymi) oraz spójność samooceny, którą powiązać można z wewnętrzną zgodnością pomiędzy ocenami własnych możliwości w różnych sytuacjach.

Uwzględniając rodzaj samooceny – samoocenę globalną (ang. *global self-esteem*) lub samoocenę specyficzną (samoocenę własnej osoby w poszczególnych obszarach), możliwa jest sytuacja, w której ta sama jednostka charakteryzuje się odmiennymi poziomami samooceny w różnych obszarach (Brown, Marshall, 2001). Na samoocenę globalną w danym czasie największy wpływ może mieć ten aspekt życia lub te aspekty życia, który uznawany/e jest/są przez jednostkę za najważniejszy/e (James, 1892/2002). Jak wskazuje W. Łukaszewski, korelacje między samooceną globalną a samoocenami szczegółowymi często bywają niskie (1974), pomimo iż samoocena globalna może przyczyniać się do sposobu samooceny w poszczególnych obszarach (Lachowicz-Tabaczek, Śniecińska, 2009). Samoocena globalna mająca wymiar poznawczy lub afektywny, uznawana jest za względnie stałą w czasie życia (Brown, Marshall, 2001). Z kolei samoocena specyficzna, w kontekście działalności człowieka wypełniającej mu dużą część życia, dotyczy m.in. aktywności zawodowej, a zatem także poczucia atrakcyjności zawodowej.

Ważne wyniki badań w kontekście omawianych zagadnień prezentują M. Rosenberg, C. Schooler i C. Schoenbach. Autorzy dowiedli bowiem, że globalna samoocena jest silniej powiązana z miarami dobrostanu psychicznego, zaś konkretna (akademicka) samoocena jest znacznie lepszym predyktorem wyników w szkole (1995). Zdaniem badaczy trudno jest jednoznacznie określić, czy samoocena jest przyczyną, czy też konsekwencją społecznych i psychologicznych trudności, co wiąże się z samą naturą samooceny. Poprzez zwrócenie uwagi na bilateralny związek ukazanych zmiennych zasadnym jest prowadzenie dogłębnych badań w tym zakresie.

Uwarunkowania atrakcyjności zawodowej

Samoocena atrakcyjności zawodowej stanowi zarówno cechę, jak i stan. Jako cecha, samoocena różni się poziomem, zaś jako stan zmienia się w zależności od okoliczności (Davey, 2005). Samoocena atrakcyjności zawodowej stanowi wynik doświadczeń edukacyjnych i zawodowych, jak i pokłosie atrakcyjności profesji oraz atrakcyjności organizacji. Bilateralny związek zmiennych zobrazowano na rysunku 1.



Rys. 1. Atrakcyjność zawodowa, atrakcyjność profesji i organizacji a doświadczenia zawodowe i edukacyjne

Źródło: opracowanie własne.

Subiektywne poczucie atrakcyjności zawodowej ulega zmianie pod wpływem zarówno doświadczeń zawodowych, jak i edukacyjnych, przy czym skala wpływu wskazanych zmiennych uwarunkowana jest etapem kariery zawodowej pracownika. Dodatkowo samoocena atrakcyjności zawodowej związana jest z mechanizmem porównania społecznego (Festinger, 1954) oraz redukowania dysonansu poznawczego (Festinger, 1957/2007). Mechanizm porównania występuje stale (czynność permanentna, czasami nieświadoma), bowiem człowiek chcąc dowiedzieć się czegoś więcej o samym sobie, porównuje siebie do innych, ich postaw, osiągnięć i możliwości. Z jednej strony mechanizm ten pozwala na lepsze samopoznanie i podjęcie określonych działań, z drugiej zaś nie zawsze jest oparty na rzetelnych informacjach, co może negatywnie wpływać na jakość samooceny. Człowiek poszukuje informacji na temat samego siebie również po to, aby zredukować dysonans poznawczy (odrzuć elementy względem siebie niezgodnych, uznać źródła informacji za niewiarygodne). Napięcie wywołane przez dysonans jest również tym silniejsze, im bardziej rozdzwięk pomiędzy elementami pozostającymi w dysonansie uniemożliwia jednostce realizowanie jej dążeń (Lachowicz-Tabaczek, 1993).

Poświęcając uwagę studentom, a zatem osobom, które zgodnie z podejściem A. Szałkowskiego (2002) znajdują się na etapie poszukiwania, podkreślić należy, iż czas ten obejmuje całe spektrum zmian w życiu młodej osoby. Szacując, iż etap poszukiwania trwa średnio do 25 roku życia, obejmuje on wydarzenia, w które zaangażowane są różne strony, takie jak rodzina, nauczyciele, znajomi, jak

i pierwsi pracodawcy. Młody człowiek nie zawsze samodzielnie dokonuje wyboru swojej ścieżki zawodowej, bowiem decyzje są inspirowane, czy też wręcz czasami podejmowane pod wpływem oddziaływania np. rodziców. W budowaniu poczucia atrakcyjności zawodowej ogromną rolę pełnią także nauczyciele w uczelni wyższej (U.D.O, Joyce, 2014; Mwangi, Kitainge, Nyabuto, 2023), jak i pierwsi pracodawcy, nie zawsze w pełni powiązani z docelowym zawodem młodego człowieka. Środowisko edukacyjne powinno zatem zwracać szczególną uwagę na jakość przekazywanych informacji zwrotnych, dostosowywanie programów kształcenia do potrzeb i wymagań rynku pracy, jak i indywidualne podejście do studenta w celu rozwoju jego kompetencji.

Samoocena atrakcyjności zawodowej wiąże się także z autorytetem nauczycieli i ich postawami. Młody człowiek upatrując w nauczycielach wzoru do naśladowania, powiela prezentowane postawy uznając je za właściwe, zaś w przypadku zachowań nieprawidłowych nauczycieli młoda osoba może być skutecznie zniechęcona do dalszego pogłębiania kompetencji w danym zakresie, co oddziałuje także na samoocenę studenta. Wpływ na młodego człowieka mają także pierwsi pracodawcy. Ich zachowania, a zatem sposób podejścia do młodego pracownika może w istotny sposób ukształtować postawę i tym samym przełożyć się na sposób zachowania w kolejnym miejscu pracy. Badania dotyczące związku samooceny z osiągnięciami szkolnymi prowadzili m.in. Hoge, Smit i Crist (2019). Analizie poddano trzy poziomy samooceny (wysoki, średni i niski) oraz zbadano wpływ samooceny na osiągnięcia oraz wpływ osiągnięć na samoocenę. Ujawnione słabe związki pomiędzy zmiennymi pozwoliły na wysnucie wniosków, iż wcześniej przeceniano wpływ tych relacji. Poczucie własnej wartości jest często pozytywnie skorelowane z wynikami w nauce, ale wydaje się, że jest to konsekwencja, a nie przyczyna wysokich osiągnięć (Baumeister, Campbell, Krueger i Vohs, 2017). Zasadnym jest zatem podnoszenie umiejętności studentów, bowiem to działanie stanowi skuteczny środek do wzrostu ich samooceny.

Konsekwencje atrakcyjności zawodowej

Poczucia atrakcyjności zawodowej studentów, osób na początkowym etapie kariery zawodowej, nie należy utożsamiać z atrakcyjnością zawodową pracowników na dalszych etapach kariery, co wiąże się ze skalą oddziaływania doświadczeń edukacyjnych i zawodowych. Osoby będące na pierwszym etapie kariery swój poziom atrakcyjności zawodowej budują w głównej mierze na podstawie doświadczeń edukacyjnych i ogólnej wiedzy o rynku pracy i prestiżu zawodów. Do zmiany siły oddziaływania tych czynników dochodzi na kolejnych etapach, kiedy znaczenie doświadczeń zawodowych przewyższa wartość doświadczeń edukacyjnych (rys. 2).

Doświadczenia zawodowe i edukacyjne stanowią zatem istotne źródło informacji mające wpływ na kształtowanie się poczucia atrakcyjności zawodowej. Dodatkowo sięgając do ewolucyjnego modelu przywództwa P. Hersey'a i K.H. Blanchard'a (Hersey, Blanchard, 1969; Blanchard, 1988; Blanchard, Zigarmi,

Nelson, 1993) zauważyć można, iż autorzy wyróżnili dwie kluczowe zmienne sytuacyjne, których poziom charakteryzuje pracowników będących na różnym etapie swoistego cyklu życia. Badacze wskazali na znaczenie kompetencji i motywacji, które ulegają zmianie podczas „podróży”, jaką pracownik realizuje w organizacji (Thompson, Glasø, 2018). Poglądy te można rozszerzyć wskazując na kompetencje i motywację jako dwie istotne zmienne z jednej strony wpływające na poczucie atrakcyjności zawodowej, z drugiej zaś determinujące chęć podejmowania dalszych wysiłków i zrozumienie ich celowości w kontekście wizji własnego ja. O ile świadomość poziomu opanowanych kompetencji uwarunkowana jest jakością informacji zwrotnych otrzymywanych od nauczycieli, pracodawców, ogólnie środowiska, w jakim człowiek funkcjonuje, to poziom motywacji stanowi wypadkową większego spektrum czynników, jak chociażby typ osobowości. Bezsprzecznym pozostaje jednak fakt, iż poziom motywacji kształtowany jest także pod wpływem samooceny atrakcyjności zawodowej opartej na ocenie posiadanych kompetencji, ich znaczenia na rynku pracy, unikalności, poziomu i trudności opanowania.



Rys. 2. Etap kariery a skala doświadczeń zawodowych i edukacyjnych

Źródło: opracowanie własne.

Istotnym czynnikiem wpływającym na atrakcyjność zawodową pracownika jest przekonanie o atrakcyjności profesji, a zatem zawodu pracownika, czy też przyszłego pracownika (osoby przygotowującej się do wykonywania określonego zawodu). Atrakcyjność profesji zdefiniować można jako zbiór cech czyniących dany zawód relatywnie atrakcyjnym dla kandydatów do zawodu/aktualnych pracowników w odniesieniu do innych zawodów wymagających tego samego poziomu kwalifikacji, wpływających na wybór zawodu, czy też pozostanie w zawodzie. Atrakcyjność profesji, podobnie jak atrakcyjność zawodowa pracownika, nie jest łatwo mierzalna, co wiąże się nie tylko z subiektywnością poglądów, ale przede wszystkim dotyczy

wieloaspektowości rozważań powiązanych z faktem, iż w danym zawodzie można pełnić różne stanowiska pracy i role, które mogą być mniej i bardziej prestiżowe (Carlo i in., 2013). Trudność pomiaru atrakcyjności profesji powiązana jest także z mnogością potencjalnych zmiennych, których pomiar bez pełnego zrozumienia sytuacji może prowadzić do błędnych wniosków (Macholak i in., 2015), jak również z przyjętą perspektywą: wewnętrzną lub zewnętrzną (odmienność oceny atrakcyjności profesji przez osoby niewykonujące danego zawodu i pracowników). Dodatkowo atrakcyjność profesji może być odmienna w zależności od rodzaju organizacji, w jakiej dany zawód jest wykonywany (wielkość organizacji, wizerunek organizacji, stabilność finansowa itp.), czy też warunkowana tradycją zawodu w danym kręgu kulturowym, co dodatkowo wskazuje na różny poziom atrakcyjności zawodów w poszczególnych krajach, a nawet regionach.

Poczucie atrakcyjności zawodowej powiązane jest także z fenomenem prestiżu zawodu, a zatem zespołem cech i właściwości wraz z przypisanymi im wartościami, które uznawane są za ważne w danej zbiorowości i powiązane z określonym zakresem korzyści wynikających z wykonywania profesji. Badania społeczne dotyczące prestiżu zawodów prowadzone są na świecie od lat 20. XX w., a w Polsce od 1958 roku (Domański, 2010; Tobiasz-Adamczyk, 1996). Pracownicy wykonujący zawody prestiżowe mogą odczuwać wyższy poziom atrakcyjności zawodowej niż osoby, które zdaniem społeczeństwa realizują mniej prestiżowe profesje. Sama świadomość poziomu atrakcyjności i prestiżu zawodu może rzutować na kondycję psychiczną pracownika i jego poczucie własnej wartości. Atrakcyjność zawodu wynika z wielu zmiennych, takich jak:

- liczba osób uprawiających dany zawód,
- poziom trudności w procesie nabywania niezbędnych kompetencji i kwalifikacji do wykonywania zawodu,
- czas potrzebny do przygotowania zawodowego,
- poziom niezbędnych uzdolnień czy też predyspozycji, stanowiących aspekt wrodzony i uznawany za niezmienny, a konieczny do wykonywania danego zawodu,
- koszt nauki zawodu,
- potencjalna wysokość wynagrodzenia otrzymywana przez pracowników wykonujących dany zawód,
- znaczenie społeczne zawodu (wpływ pracownika na zaspokajanie potrzeb społecznych, możliwość rozwiązywania problemów społecznych),
- zapotrzebowanie rynkowe na pracowników danego zawodu (zawód deficytowy lub nadwyżkowy na rynku pracy).

Wskazane czynniki analizowane są zarówno przez kandydatów do danego zawodu, jak i pracowników, przy czym część wyróżnionych zmiennych traktować należy w kategorii korzyści, pozostałe zaś ujmowane są niejako w kategorii kosztów. Atrakcyjność zawodu płynnie łączy się z prestiżem zawodu, co dla wielu osób stanowi kluczowy aspekt w procesie wyboru ścieżki kariery zawodowej i wcześniejszej drogi edukacji. Zasadnym jest jednak podkreślenie, że zawody prestiżowe nie mu-

szą być atrakcyjne, a zawody atrakcyjne mogą nie być prestiżowe. Przywołana sytuacja znajduje również odzwierciedlenie w fenomenie atrakcyjności pracodawców – pracodawca atrakcyjny nie musi być prestiżowym miejscem pracy, zaś nieatrakcyjny pracodawca może być pracodawcą prestiżowym.

Poczucie atrakcyjności zawodowej, będące wynikiem oddziaływania wielu czynników, przekładać się może na zachowania studentów/pracowników zarówno w aspekcie pozytywnym, jak i negatywnym. Zaniżone poczucie atrakcyjności zawodowej obniża pewność siebie, może ukierunkowywać decyzje dotyczące kierunków rozwoju zawodowego, skutkować niepodjęciem wyzwań zawodowych z uwagi na obawy dotyczące możliwości poniesienia porażki, jak również niechęć w znalezieniu się w sytuacji niekomfortowej psychicznie. Z kolei zawyżone poczucie atrakcyjności zawodowej przekładać się może na zbyt pochopne podejmowanie decyzji, odrzucanie opcji zawodowych uznawanych za nieadekwatne do posiadanych kompetencji, co przełożyć się może na negatywną ocenę pracownika i utratę szans rozwoju/awansu. Pożądana jest zatem zarówno pełna świadomość atrakcyjności zawodowej, jak i adekwatność oceny poziomu atrakcyjności do rzeczywistych kompetencji, co nie jest możliwe do osiągnięcia bez dysponowania informacjami zwrotnymi udzielanymi przez osoby kompetentne, uznawane za autorytety i mające świadomość znaczenia przekazywanych ocen – ich wpływ na przyszłość życia zawodowego.

Poddając analizie czynniki mające wpływ na atrakcyjność i konsekwencje atrakcyjności, trudno doszukać się wyników badań, w których autorzy badają konsekwencje samooceny odnoszące się do wyboru pracodawcy, sposobu oceny potencjalnych pracodawców, jak również oczekiwań finansowych. Zidentyfikowana luka naukowa stała się inspiracją do przeprowadzenia badań, w których problemy badawcze sformułowano w postaci następujących pytań: *Jakie czynniki determinują samoocenę atrakcyjności zawodowej studentów?, Czy istnieje zależność pomiędzy samooceną atrakcyjności zawodowej studentów a wyborami zawodowymi studentów, czynnikami determinującymi wybór przyszłych pracodawców oraz oczekiwaniami finansowymi względem pracodawców?*

Uwzględniając znaczenie atrakcyjności zawodowej studentów, jak również brak wyników badań dotyczących wpływu zmiennych niezależnych na poziom samooceny atrakcyjności sformułowano następującą hipotezę: *H1. Samoocenę atrakcyjności zawodowej studentów determinuje płeć, wiek, poziom i rodzaj studiów, rok studiów, kierunek studiów, doświadczenia zawodowe oraz miejsce zamieszkania.* Uwzględniając pozostałe problemy badawcze, weryfikacji poddano następujące hipotezy badawcze: *H2. Istnieje zależność pomiędzy samooceną atrakcyjności zawodowej studentów a wyborem przyszłego pracodawcy. H3. Istnieje zależność pomiędzy samooceną atrakcyjności zawodowej studentów a czynnikami atrakcyjności decydującymi o wyborze przyszłego pracodawcy. H4. Istnieje zależność pomiędzy samooceną atrakcyjności zawodowej studentów a oczekiwaniami finansowymi względem przyszłych pracodawców.*

Założenia metodologiczne i struktura próby badawczej

Badania ukierunkowane na poszukiwanie przyczyn atrakcyjności zawodowej studentów oraz konsekwencji samooceny atrakcyjności zawodowej zostały przeprowadzone w styczniu 2023 r. w Wydziale Zarządzania i Dowodzenia Akademii Sztuki Wojennej w Warszawie. Analizie poddano poglądy studentów cywilnych (stacjonarnych i niestacjonarnych, pierwszego i drugiego stopnia) trzech kierunków: zarządzania i dowodzenia, logistyki oraz lotnictwa. Badania miały charakter dobrowolny, anonimowy i zostały przeprowadzone z wykorzystaniem metody sondażu diagnostycznego realizowanego techniką ankiety. Kwestionariusze w formie papierowej zostały rozdysponowane w gronie studentów z poszczególnych grup. Łącznie w badaniach wzięło udział 336 studentów.

Tabela 1. Struktura próby badawczej

Kryterium	Odpowiedzi	N	%
Płeć badanych	Kobieta	139	41,37
	Mężczyzna	197	58,63
Wiek badanych	Do 22 lat	206	61,31
	23–25 lat	89	26,49
	Powyżej 25 lat	41	12,20
Poziom i rodzaj studiów	Stacjonarne studia licencjackie	177	52,68
	Stacjonarne studia magisterskie	40	11,90
	Niestacjonarne studia licencjackie	73	21,73
	Niestacjonarne studia magisterskie	46	13,69
Kierunek studiów*	Zarządzanie i dowodzenie	123	36,72
	Logistyka	153	45,67
	Lotnictwo	59	17,61
Rok studiów*	I	159	47,46
	II	120	35,82
	III	56	16,72
Miejsce zamieszkania	wieś	73	21,73
	miasto liczące do 19 999 mieszkańców	29	8,63
	miasto liczące od 20 000 do 99 999 mieszkańców	79	23,51
	miasto liczące od 100 000 do 499 999 mieszkańców	17	5,06
	miasta liczące powyżej 500 000 mieszkańców	138	41,07

* W przypadku kierunku studiów i roku studiów w ankiecie odpowiedzi udzieliło 335, a nie 336 studentów.

Źródło: wyniki badań własnych.

Weryfikacja postawionych hipotez, stanowiących potencjalne odpowiedzi na problemy badawcze stała się możliwa poprzez przeprowadzenie badań empirycznych, a następnie poddanie wyników badań testom statystycznym, ukierunkowanym na ujawnienie potencjalnych zależności. Badania przeprowadzono na próbie liczącej 336 osób. Próbę badawczą scharakteryzowano z uwzględnieniem sześciu kryteriów, takich jak płeć, wiek, poziom i rodzaj studiów, kierunek i rok studiów oraz miejsce zamieszkania (tabela 1).

W badaniach uczestniczyło 59,79% ogółu studentów studiujących na Wydziale Zarządzania i Dowodzenia (rok akademicki 2022/2023). W tym gronie znalazło się 41,37% kobiet oraz 58,63% mężczyzn. Badaniami objęto studentów studiów pierwszego stopnia – łącznie 250 osób oraz studentów studiów drugiego stopnia – 86 osób. Kwestionariusz ankiety wypełniło 159 studentów pierwszego roku, 120 studentów drugiego roku i 56 studentów trzeciego roku. Najliczniejszą grupę stanowili studenci kierunku logistyka (45,67%). Pozostali studenci studiowali na kierunku zarządzanie i dowodzenie – 36,72% oraz lotnictwo – 17,61% (skala udziału w badaniu studentów poszczególnych kierunków związana była z liczebnością studentów). Większość badanych stanowiły osoby zamieszkujące miasta liczące od 20 000 do 99 999 mieszkańców (23,51%) oraz miasta liczące powyżej 500 000 mieszkańców (41,07%).

Wyniki badań empirycznych

Uwarunkowania atrakcyjności zawodowej – analiza

Podczas prowadzonych badań analizie poddano atrakcyjność zawodową studentów. Za pomocą kwestionariusza ankiety poproszono o dokonanie samooceny atrakcyjności zawodowej w celu ujawnienia jej poziomu. Analizowano zatem tzw. jawną atrakcyjność zawodową, która w przeciwieństwie do utajonej (utajonej samooceny atrakcyjności zawodowej) odnosi się do samooceny prezentowanej publicznie, nie zawsze korespondującej z rzeczywistą samooceną (Greenwald, Banaji, 1995). Respondenci dokonywali oceny atrakcyjności z wykorzystaniem skali pięciostopniowej (tabela 2).

Tabela 2. Samoocena atrakcyjności zawodowej studentów

Ocena atrakcyjności zawodowej	Liczba	%
Zdecydowanie wysoko	51	15,27
Raczej wysoko	162	48,50
Na poziomie średnim	110	32,93
Raczej nisko	10	3,00
Zdecydowanie nisko	1	0,30

Źródło: wyniki badań własnych.

Zdecydowanie wysoko swoją atrakcyjność zawodową oceniło 15,27% badanych studentów¹ (51 osób z grona 334, które udzieliły odpowiedzi na to pytanie). Raczej wysoko swoją atrakcyjność postrzegało 48,5% ankietowanych. Poziom średni atrakcyjności zaznaczyło 32,93% respondentów. Nisko i zdecydowanie nisko swoją atrakcyjność oceniło jedynie 3,3% studentów.

Celem weryfikacji H1, zgodnie z którą: *Samoocenę atrakcyjności zawodowej studentów determinuje płeć, wiek, poziom i rodzaj studiów, rok studiów, kierunek studiów, doświadczenia zawodowe oraz miejsce zamieszkania*, w pierwszej kolejności, aby ustalić istotne różnice pomiędzy grupami wyróżnionymi na podstawie zmiennej płeć w zakresie poziomu zmiennej atrakcyjność zawodowa, przeprowadzono analizę testem U Manna-Whitneya. Z metody nieparametrycznej skorzystano ze względu na brak spełnionych założeń dla testów parametrycznych. Wynik okazał się nieistotny statystycznie ($p > 0,05$). W przypadku pozostałych zmiennych wykorzystano test Kruskalla-Walisa (tabela 3).

Uwagę koncentrując jedynie na wynikach istotnych statystycznie, zasadnym jest zwrócenie uwagi na rok studiów jako determinantę atrakcyjności zawodowej (tabela 3).

Tabela 3. Wyniki testu Kruskalla-Walisa porównujące poziom atrakcyjności pomiędzy studentami poszczególnych lat studiów

	I rok (n = 157)	II rok (n = 120)	III Rok (n = 56)	H	p
	Średnia ranga				
Jak ocenia Pan/Pani poziom swojej atrakcyjności zawodowej?	167,82	153,48	193,65	7,890	0.019

n – liczba obserwacji; H – Kruskall-Wallis test; p – poziom istotności

Źródło: wyniki badań własnych.

Z analiz wynika, że istnieje statystycznie istotna różnica pomiędzy sposobem oceny atrakcyjności zawodowej studentów II i III roku studiów. Studenci drugiego roku studiów zdecydowanie niżej oceniają swoją atrakcyjność zawodową względem studentów III roku. Można zatem potwierdzić, iż rok studiów jest czynnikiem determinującym samoocenę atrakcyjności zawodowej studentów.

Odnosząc się do poziomu i rodzaju studiów, ujawniono wyniki badań na poziomie tendencji statystycznej (tabela 4).

¹ Liczba studentów, którzy udzielili odpowiedzi na to pytanie.

Tabela 4. Wyniki testu Kruskalla-Wallisa porównujące poziom atrakcyjności pomiędzy grupami z uwagi na poziom i rodzaj studiów

	Studia stacjonarne licencjackie (n = 177)	Studia stacjonarne magisterskie (n = 39)	Studia niestacjonarne licencjackie (n = 73)	Studia niestacjonarne magisterskie (n = 45)	H	p
	Średnia ranga					
Jak ocenia Pan/Pani poziom swojej atrakcyjności zawodowej?	175,619	180,449	144,726	161,289	7,322	0.062

n – liczba obserwacji; H – Kruskall-Wallis test; p – poziom istotności

Źródło: wyniki badań własnych.

Poddając analizie wyniki badań, należy wskazać, iż istnieją różnice pomiędzy grupami – oceną poziomu atrakcyjności zawodowej studentów studiów stacjonarnych magisterskich i studentów studiów niestacjonarnych licencjackich. Zasadnym jest jednak podkreślenie, iż badane grupy nie były równoliczne, a wartość p ujawniona na poziomie tendencji statystycznej pozwala na stwierdzenie, iż wyniki badań należy powtórzyć, co pozwoli na potwierdzenie lub obalenie ujawnionych zależności. Wyniki badań w zakresie omawianej relacji należy traktować zatem w charakterze inspiracji do dalszych badań.

Wybory zawodowe i oczekiwania względem pracodawców a samoocena atrakcyjności

Poczucie atrakcyjności zawodowej studentów może oddziaływać na różne obszary ich funkcjonowania, w tym wpływać na decyzje dotyczące wyboru przyszłego pracodawcy, a dokładnie typu pracodawcy. Rynek pracy oferuje możliwość realizacji ścieżki kariery zawodowej w organizacjach publicznych, prywatnych, w ramach własnej działalności gospodarczej. Dalsze rozróżnienie pozwala wskazać na możliwość rozwoju zawodowego w służbach mundurowych, małych rodzinnych firmach, jak również w organizacjach społecznych. Respondenci biorący udział w badaniu, w głównej mierze z uwagi na typ uczelni, w jakiej badanie było prowadzone, wskazywali na chęć podjęcia pracy po zakończeniu studiów głównie w służbach mundurowych (21,56%). Na drugim miejscu pod względem częstotliwości wskazań znalazły się organizacje prywatne o średniej wielkości (18,26%), na trzecim duże organizacje (w zamyśle korporacje) (16,47%). Co 10 badany wskazał na chęć założenia własnej działalności gospodarczej, a 9,88% ankietowanych chciało związać przyszłość z organizacją publiczną. Zaledwie 8,08% badanych wskazało, iż typ organizacji nie ma znaczenia, a ponad 10% respondentów nie było w stanie odpowiedzieć na to pytanie, co prawdopodobnie wynika z braku wizji zawodowej samego siebie i dalszego poszukiwania swojej drogi zawodowej (tabela 5).

Tabela 5. Organizacja, w których chcieliby pracować studenci po zakończeniu studiów

Rodzaj organizacji	Liczba	%
Służby mundurowe	72	21,56
Organizacja prywatna, średniej wielkości firma	61	18,26
Organizacja prywatna, dużej wielkości firma (np. korporacja)	55	16,47
Chcę założyć własną działalność gospodarczą	36	10,78
Organizacja publiczna (administracja)	33	9,88
Typ organizacji nie ma dla mnie znaczenia	27	8,08
Mała firma rodzinna	4	1,20
Organizacja społeczna	1	0,30
Trudno powiedzieć	35	10,50
Inna	10	2,99

Źródło: wyniki badań własnych.

W celu weryfikacji H2 dotyczącej związku pomiędzy poczuciem atrakcyjności zawodowej a rodzajem organizacji, z jaką chcieliby związać przyszłość badani, przeprowadzono test chi-kwadrat. W celu określenia siły związku pomiędzy zmiennymi więcej niż dwukryterialnymi obliczono współczynnik Cramera. Za poziom istotności statystycznej przyjęto $p < 0,05$. W toku prowadzonych badań nie potwierdzono istnienia zależności pomiędzy analizowanymi zmiennymi ($p > 0,05$), co skutkowało negatywną weryfikacją hipotezy.

Poczucie atrakcyjności zawodowej to także czynnik mogący mieć związek ze sposobem oceny atrakcyjności organizacji jako pracodawcy. Podczas prowadzonych badań weryfikacji poddano czynniki atrakcyjności pracodawców w opinii studentów, co pozwoliło na ukazanie atrybutów istotnych dla studentów, jak również umożliwiło w dalszym postępowaniu badawczym poszukiwanie zależności pomiędzy atrakcyjnością zawodową a czynnikami atrakcyjności pracodawców (tabela 6).

Najwięcej respondentów wskazało, iż czynnikiem decydującym o atrakcyjności pracodawcy jest poziom oferowanego wynagrodzenia (83,48%). Dla badanych istotna była także stabilność zatrudnienia (68,47%), atmosfera pracy (63,06%), lokalizacja miejsca pracy (55,86%) oraz elastyczność czasu pracy (54,05%). Co ciekawe, zdaniem 40,84% badanych ważny jest także wizerunek pracodawcy. Aspekty związane z prestiżem miejsca pracy oraz zawodu były rzadziej wskazywane, przy czym więcej badanych wskazało na znaczenie prestiżu wykonywanego zawodu (30,33%), mniej zaś na prestiż miejsca pracy (16,81%). Ważny dla respondentów był work-life balance (44,44%) i możliwość realizacji pasji poprzez pracę (39,64%). Zaledwie niecałe 30% badanych wskazało na znaczenie przejrzystej ścieżki kariery oraz inwestowanie w rozwój kompetencji pracowniczych (21,02%).

Podczas realizowanych analiz statystycznych ujawniono istnienie tylko jednej zależności statystycznej, która dotyczyła związku poziomu atrakcyjności zawodowej,

Tabela 6. Czynniki atrakcyjności pracodawców w opinii badanych studentów

Wysokość oferowanego wynagrodzenia	278	83,48
Stabilność oferowanego zatrudnienia	226	68,47
Atmosfera pracy	210	63,06
Lokalizacja miejsca pracy	186	55,86
Elastyczność czasu pracy	180	54,05
Możliwość utrzymania równowagi pomiędzy pracą a życiem rodzinnym	148	44,44
Warunki pracy	146	43,84
Wizerunek firmy/reputacja pracodawcy	136	40,84
Możliwość realizacji pasji poprzez wykonywanie pracy	132	39,64
Forma zatrudnienia (rodzaj umowy)	125	37,54
Interesujące zadania wykonywane w pracy	123	36,94
Prestiż wykonywanego zawodu	101	30,33
Przejrzysta ścieżka kariery zawodowej	98	29,43
Inwestycje w rozwój kompetencji pracowniczych (szkolenia pracowników)	70	21,02
Możliwość świadczenia pracy w trybie zdalnym	62	18,62
Typ organizacji (publiczna/społeczna/komercyjna)	60	18,02
Prestiż miejsca pracy	56	16,81
Rodzaje otrzymywanych świadczeń pracowniczych	37	11,11

Źródło: wyniki badań własnych.

z prestiżem wykonywanego zawodu (H3) jako czynnikiem determinującym wybór pracodawcy ($p = 0,002$, V Cramera 0,225). Badani studenci, którzy ujawnili zdecydowanie wysoki i raczej wysoki poziom atrakcyjności zawodowej, częściej wskazywali, iż prestiż wykonywanego zawodu wpływa na wybór przez nich przyszłego pracodawcy.

Poczucie atrakcyjności zawodowej, związane z wizją samego siebie, swojej wartości jako pracownika, płynnie łączy się z aspektami finansowymi, a zatem z oczekiwanym poziomem wynagrodzenia, które uznać można niejako za samowycenę wartości pracownika. 44,91% badanych studentów oczekuje wynagrodzenia w kwocie powyżej 6 tys. zł. Zdaniem 28,44% respondentów wynagrodzeniem satysfakcjonującym byłaby kwota w przedziale od 5001 zł do 6000 zł. 20,36% chciałoby otrzymać wynagrodzenie o 1 tys. zł niższe. Zaledwie 6,29% badanych zadowoliliby się wynagrodzeniem równym i niższym niż 4 tys. zł (tabela 7).

Kwoty wynagrodzenia oczekiwane przez studentów po zakończeniu kształcenia w uczelni wyższej korespondują z realnymi stawkami rynkowymi, a zatem z wy-

grodzieniem, na jakie mogą liczyć osoby po ukończeniu studiów. Odnosząc się do potencjalnego związku samooceny atrakcyjności zawodowej oraz oczekiwań finansowych, podjęto się weryfikacji tej potencjalnej zależności (H4). Wyliczając statystykę chi kwadrat ujawniono p na poziomie 0,004, co pozwoliło na potwierdzenie istnienia zależności. Wartość współczynnika rang Spearmana wyniosła 0,227, co oznacza słabą dodatnią zależność. Wraz ze wzrostem poczucia atrakcyjności zawodowej rośnie poziom oczekiwanego wynagrodzenia. Przedstawione wyniki pozwoliły na potwierdzenie części hipotezy drugiej. W tabeli 8 przedstawiono wyniki weryfikacji wszystkich hipotez.

Tabela 7. Oczekiwania finansowe studentów – oczekiwane wynagrodzenie po zakończeniu studiów

Kwota wynagrodzenia netto	Liczba	%
Do 3000 zł	5	1,50
3001–4000 zł	16	4,79
4001–5000 zł	68	20,36
5001–6000 zł	95	28,44
Powyżej 6000 zł	150	44,91

Źródło: wyniki badań własnych.

Tabela 8. Wyniki weryfikacji hipotez

Nr	Hipotezy	Weryfikacja	Weryfikacja pozytywna w zakresie:
H1.	Samoocenę atrakcyjności zawodowej studentów determinuje płeć, wiek, poziom i rodzaj studiów, rok studiów, kierunek studiów, doświadczenia zawodowe oraz miejsce zamieszkania.	Częściowo pozytywna	Rok studiów Poziom i rodzaj studiów (tendencja statystyczna)
H2	Istnieje zależność pomiędzy samooceną atrakcyjności zawodowej studentów a wyborem przyszłego pracodawcy.	Negatywna	-
H3	Istnieje zależność pomiędzy samooceną atrakcyjności zawodowej studentów a czynnikami atrakcyjności decydującymi o wyborze przyszłego pracodawcy.	Częściowo pozytywna	Prestiż wykonywanego zawodu
H4	Istnieje zależność pomiędzy samooceną atrakcyjności zawodowej studentów a oczekiwaniami finansowymi względem przyszłych pracodawców.	Pozytywna	Wzrost poziomu samooceny wiąże się ze wzrostem oczekiwań finansowych

Źródło: wyniki badań własnych.

Podsumowując wyniki badań, hipotezę pierwszą zweryfikowano częściowo pozytywnie, ujawniając związek pomiędzy poziomem atrakcyjności zawodowej a rokiem studiów oraz poziomem i rodzajem studiów. W odniesieniu do hipotezy drugiej

zweryfikowano ją negatywnie (nie potwierdzono związku atrakcyjności z wyborem pracodawcy). Hipotezę trzecią zweryfikowano częściowo pozytywnie (jedynie w odniesieniu do związku pomiędzy atrakcyjnością a prestiżem wykonywanego zawodu), zaś hipotezę czwartą przyjęto (potwierdzono pozytywnie) wskazując, że wzrost poziomu samooceny wiąże się ze wzrostem oczekiwań finansowych.

Podsumowanie

Atrakcyjność zawodowa studentów – przyszłych pracowników na rynku pracy, a zatem osób będących na początkowym etapie kariery zawodowej kształtowana jest zarówno w środowisku edukacyjnym, jak i w środowisku pracy podczas stawiania pierwszych kroków zawodowych. Samoocena atrakcyjności, a dokładnie wynik samooceny w postaci poziomu atrakcyjności stanowi istotne zagadnienie w kontekście poczucia własnej wartości, mając wpływ na kondycję psychiczną człowieka i przekładając się na życiowe decyzje. W toku prowadzonych badań poszukiwano zarówno uwarunkowań, jak i konsekwencji atrakcyjności zawodowej, starają się tym samym ukazać istotę rozważanego zagadnienia i jego wieloaspektowość.

W wyniku przeprowadzonych badań ujawniono, iż samoocena atrakcyjności zawodowej różni się u studentów poszczególnych lat studiów. Dostrzeżono odmienność oceny u osób będących na drugim roku i trzecim roku, przy czym studenci będący na trzecim roku cechowali się wyższym poziomem samooceny, co można powiązać z większą dojrzałością i zakresem wiedzy. Odnosząc się natomiast do konsekwencji atrakcyjności ujawniono, że istnieje zależność pomiędzy poziomem atrakcyjności a prestiżem wykonywanego zawodu jako istotnym czynnikiem determinującym wybór przyszłego pracodawcy. Można potwierdzić zatem, że osoby uznające się za atrakcyjne zawodowo chcą pracować w zawodach prestiżowych, co warunkować będzie ich decyzje zawodowe. Odnosząc się z kolei do ostatniej hipotezy, istnieje dodatnia zależność pomiędzy poziomem atrakcyjności zawodowej a oczekiwanym poziomem wynagrodzenia. Osoby uznające się za bardziej atrakcyjne zawodowo mają wobec pracodawców wyższe finansowo oczekiwania, tym samym niejako wyceniając swoje kompetencje.

Atrakcyjność zawodowa i fenomen samooceny stanowią ciągle nie w pełni zbadane zagadnienia, co potwierdzić można również w kontekście przeprowadzonych badań. Ujawnione zależności na poziomie tendencji statystycznej wymagają dalszych badań, przy czym badania należałoby powtórzyć i rozszerzyć o studentów również innych kierunków, studiujących w różnych uczelniach i w różnych krajach, co dodatkowo pozwoliłoby na ukazanie różnic kulturowych, a tym samym umożliwiłoby na pełniejsze poznanie przyczyn i potencjalnych konsekwencji samooceny atrakcyjności zawodowej studentów.

Bibliografia

1. Anýžová, P., Matějů, P. (2018). Beauty still matters: The role of attractiveness in labour market outcomes. *International Sociology*, 33(3), s. 269–291.

2. Baert, S., Decuypere, L. (2014). Better sexy than flexy? A lab experiment assessing the impact of perceived attractiveness and personality traits on hiring decisions. *Applied Economics Letters*, 21(9), s. 597–601.
3. Baumeister, R.F., Campbell, J.D., Krueger, J.I., Vohs, K.D. (2003). Does High Self-Esteem Cause Better Performance, Interpersonal Success, Happiness, or Healthier Lifestyles? *Psychol Sci Public Interest*, 4(1), s. 1–44, DOI: 10.1111/1529-1006.01431.
4. Benzeval, M., Green, M.J., Macintyre, S. (2013). Does perceived physical attractiveness in adolescence predict better socioeconomic position in adulthood? Evidence from 20 years of follow up in a population cohort study. *PLOS ONE*, 8(5), Article e63975.
5. Blanchard, K.H. (1988). *Situational Leadership II*. Blanchard Training and Development, CA: Escondido.
6. Blanchard, K.H., Zigarmi, D., Nelson, R.B. (1993). Situational leadership after 25 years: a retrospective. *The Journal of Leadership Studies*, 1(1), s. 21–36.
7. Brown, J.D., Marshall, M.A. (2001). Self-esteem and emotion: Some thoughts about feelings. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27(5), s. 575–584.
8. Bushman, B.J., Moeller, S.J., Crocker, J. (2011). Sweets, sex, or self-esteem? Comparing the value of self-esteem boosts with other pleasant rewards. *Journal of Personality*, 79(5), s. 993–1012.
9. Carlo, A., Michel, A., Chabanne, J. C., Bucheton, D., Demougin, P., Gordon, J., Valette, S. (2013). Study on policy measures to improve the attractiveness of the teaching profession in Europe: Final report. *Publications Office of the European Union*, 1, s. 12–13, DOI: 10.2766/408272013.
10. Crocker, J., Luhtanen, R.K., Cooper, M.L., Bouvrette, A. (2003). Contingencies of self-worth in college students: theory and measurement. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85(5), s. 894–908.
11. Davey, G. (2005). *Encyclopedic Dictionary of Psychology*. Kent: Hodder Arnold.
12. Domański, H. (2010). Prestiż zawodów w obliczu zmian społecznych: 1958–2008. *Studia Socjologiczne*, 4, s. 79–121.
13. Dymkowski, M. (1993). *O samowiedzy i powstawaniu siebie*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
14. Fecenec, D. (2008). *Wielowymiarowy Kwestionariusz Samooceny MSEI*. Warszawa: Pracownia Testów Psychologicznych PTP.
15. Greenwald, A.G., Banaji, M.R. (1995). Implicit social cognition: attitudes, self-esteem, and stereotypes. *Psychological Review*, 102(1), s. 4–27.
16. Hersey, P., Blanchard, K. H. (1969). Life cycle theory of leadership. *Training & Development Journal*, 23(5), s. 26–34.
17. Hoge, D.R., Smit, E.K., Crist, J.T. (1995). Reciprocal effects of self-concept and academic achievement in sixth and seventh grade. *Journal of Youth and Adolescence*, 24(3), s. 295–314, DOI: 10.1007/BF01537598.
18. James, W. (1892/2002). *Psychologia. Kurs skrócony*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
19. Judge, T.A., Erez, A., Bono, J.E., Thoresen, C.J. (2002). Are measures of self-esteem, neuroticism, locus of control, and generalized self-efficacy indicators of a common core construct? *Journal of Personality and Social Psychology*, 83(3), s. 693–710.
20. Kernis, M.H. (2003). Toward a Conceptualization of Optimal Self-Esteem. *Psychological Inquiry*, 14(1), s. 1–26.
21. Kernis, M.H., Grannemann, B.D., Barclay, L.C. (1992). Stability of self-esteem: Assessment, correlates, and excuse making. *Journal of Personality*, 60(3), s. 621–644.

22. Konjer, M., Mutz, M., Meier, H. E. (2019). Talent alone does not suffice: erotic capital, media visibility and global popularity among professional male and female tennis players. *Journal of Gender Studies*, 28(1), s. 3–17.
23. Kurek, D. (2023). *Doświadczenia zawodowe pracujących Polaków a poczucie atrakcyjności zawodowej – wyniki badań empirycznych*. Acta Universitatis Lodziensis. Folia Oeconomica, s. 1–22. DOI: 10.18778/0208-6018.364.01
24. Lachowicz-Tabaczek, K., Śniecińska, J. (2009). Samowiedza i samoocena – wzajemne relacje. W: Niedźwieńska, A., Neckar, J. (ed.), *Poznaj samego siebie, czyli o źródłach samowiedzy*, s. 238–270. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
25. Łukaszeński, W. (1974). *Osobowość: Struktura i funkcje regulacyjne*. Warszawa: PWN.
26. Macholak, P., Rzeszutek, M., Bobrowski, J., Krupa, A., Macholak, S., Malinowski, M., Pietrzak, N. (2021). *Postrzeganie atrakcyjności wykonywanego zawodu przez nauczycieli w Polsce*. Zeszyty Naukowe Polskiego Towarzystwa Ekonomicznego w Zielonej Górze, 15, s. 135–161, DOI: 10.26366/PTE.ZG.2021.207.
27. Marici, M., Runcan, R., Iosim, I., Haisan, A. (2023). The effect of attire attractiveness on students' perception of their teachers. *Frontiers in Psychology*, 13, 1059631. DOI: 10.3389/fpsyg.2022.1059631
28. Meier, H.E., Mutz, M. (2020). *Does Attractiveness Lead to or Follow From Occupational Success? Findings From German Associational Football*. SAGE Open, 10(1), s. 1–8, DOI: 10.1177/2158244020903413.
29. Mitra, A. (2001). Effects of physical attributes on the wages of males and females. *Applied Economics Letters*, 8(11), s. 731–735.
30. Mruk, C.J. (2013). Defining self-esteem as a relationship between competence and worthiness: How a two-factor approach integrates the cognitive and affective dimensions of self-esteem. *Polish Psychological Bulletin*, 44(2), s. 157–164.
31. Mwangi, L. W., Kitainge, K., Nyabuto, E. (2023). Relationship between Self Esteem and Student Academic Performance in Public Secondary Schools in Nyeri County, Kenya. *Elixir Psychology*, 176, s. 56756–56764.
32. Niebrzydowski, L. (1976). *O poznawaniu i ocenianiu samego siebie na przykładzie młodzieży dorastającej*. Warszawa: Nasza Księgarnia.
33. Obidigbo, G.C.E., Onyekuru, B.U. (2012). *You and your self-concept*. Enugu: Sages Communication.
34. Parks F.R., Kennedy J.H. (2007). The impact of race, physical attractiveness, and gender on education majors' and teachers' perceptions of student competence. *Journal of Black Studies*, 37(6), s. 936–943.
35. Pfeifer, C. (2012). Physical attractiveness, employment and earnings. *Applied Economics Letters*, 19(6), s. 505–510.
36. Rosenberg, M. (1979). *Conceiving the Self*. New York: Basic Books.
37. Rosenberg, M., Schooler, C., Schoenbach, C. (1995). *Global Self-Esteem and Specific Self-Esteem: Different Concepts, Different Outcomes*. American Sociological Review, 60(1), s. 141–156, DOI: 10.2307/2096350
38. Scholz, J. K., Sicinski, K. (2015). Facial attractiveness and lifetime earnings: Evidence from a Cohort Study. *Review of Economics and Statistics*, 97(1), s. 14–27.
39. Shrauger, J., Sorman, P.B. (1977). Self-evaluations, initial success and failure, and improvement as determinants of persistence. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 45, s. 784–795.

40. Stets, J.E., Burke, P.J. (2014). Self-Esteem and Identities. *Sociological Perspectives*, 57(4) s. 409–433.
41. Szałkowski, A. (ed.). (2002). *Rozwój personelu*. Kraków: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej.
42. Szewczuk, W. (1985). *Słownik psychologiczny*. Wiedza Powszechna, Warszawa.
43. Szpitalak, M., Polczyk, R. (2015). *Samoocena. Geneza, struktura, funkcje i metody pomiaru*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
44. Taylor, S.E., Brown, J.D. (1988). Illusion and well-being: A social psychological perspective on mental health. *Psychological Bulletin*, 103(2), s. 193–210.
45. Thompson, G., Glasø, L. (2018). Situational leadership theory: a test from a leader-follower congruence approach. *Leadership & Organization Development Journal*, 36(5), s. 527–544, DOI: 10.1108/LODJ-01-2018-0050.
46. Tobiasz-Adamczyk, B., Bajka, J., Marmon, G. (1996). *Wybrane elementy socjologii zawodów medycznych*. Kraków: Collegium Medicum UJ.
47. U.D.O, B., Joyce, N. (2014). The Role of the Teacher in Improving Students Self Esteem. *International Journal of Academic Research in Progressive Education and Development*, 3(1), DOI: 10.6007/IJARPEd/v3-i1/615.
48. *Wielki Słownik Języka Polskiego*, <https://wsjp.pl/haslo/podglad/36059/atrakcyjnosc>, (pobrano 19.01.2024).
49. Wojciszke, B. (2002). *Człowiek wśród ludzi. Zarys psychologii społecznej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.

dr Dorota Kurek

Akademia Sztuki Wojennej, Instytut Zarządzania