

Magdalena Kozera-Kowalska, Jarosław Uglis

Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu

**POSTRZEGANIE KARIERY ZAWODOWEJ W AGROBIZNESIE PRZEZ
STUDENTÓW UNIWERSYTETU PRZYRODNICZEGO W POZNANIU
– STUDIUM PRZYPADKU**

*PERCEPTION OF PROFESSIONAL CAREER IN AGRIBUSINESS
BY STUDENTS FROM THE POZNAŃ UNIVERSITY OF LIFE SCIENCES
– CASE STUDY*

Słowa kluczowe: kariera zawodowa, agrobiznes, praca idealna, postrzeganie pracy w agrobiznesie

Key words: professional career, agribusiness, perfect job, perception of work in agribusiness

JEL codes: I23, O39, Q13

Abstrakt. Zaprezentowano wyniki badań nad wpływem wybranych czynników na postrzeganie agrobiznesu jako miejsca pracy i realizacji kariery zawodowej. Przyjęto, że wpływ taki mają wykształcenie (ukończony poziom studiów) oraz płeć. Zgromadzone z użyciem ankiety audytoryjnej dane faktograficzne poddano analizie statystycznej. Na podstawie przeprowadzonych badań stwierdzono, że w opinii studentów idealna praca powinna być zgodna z ich zainteresowaniami, oferować stabilne warunki zatrudnienia, dawać poczucie dumy z jej wykonywania, a także gwarantować wysokie zarobki i jednocześnie odbywać się w przyjaznej atmosferze. Natomiast za niepożądane cechy pracy studenci uznali: nieregularność czasu pracy, wymóg mobilności, tj. cechy związane z dużą liczbą i wysokim tempem wykonywania obowiązków. Na podstawie badań stwierdzono także, że praca na stanowisku przedstawiciela handlowego w agrobiznesie, chociaż daje możliwości rozwoju, nie stanowi atrakcyjnej oferty zatrudnienia dla większości badanych.

Wprowadzenie

Pojęcie kariery zawodowej, zwłaszcza jej planowania w kontekście zatrudnienia w agrobiznesie nie należy do kwestii często opisywanych. Wynika to z kilku powiązanych przyczyn. Pierwszą z nich jest wciąż zbyt wąskie spojrzenie na agrobiznes utożsamiany przede wszystkim z rolnictwem. W tym rozumieniu pominięte zostają pozostałe elementy, które wspólnie z rolnictwem tworzą ten sektor [Kowalczyk 1998, s. 31-32, Kapusta 2008, s. 310]. Drugą z przyczyn jest częste pomijanie faktu, że terminów „agrobiznes” i „gospodarka rolno-żywnościowa” używa się zamiennie, co niemal automatycznie rozszerza zakres powstających skojarzeń. Ponadto, na pomijanie kwestii kariery zawodowej w tym sektorze wpływa odgórne klasyfikowanie podmiotów produkcji i przetwórstwa żywności jako jednostek nie tylko o niższej jakości kapitału ludzkiego, ale też mniej podatnych na absorpcję wiedzy [Kozera-Kowalska, Uglis 2017]. Stereotyp ten dotyczy zwłaszcza części surowcowej sektora [Kozera 2013, Kozera-Kowalska, Kalinowski 2016]. W efekcie obraz agrobiznesu jako atrakcyjnego miejsca zatrudnienia, a także sektora, w którym możliwe jest zaplanowanie i zrealizowanie planów związanych z przyszłą karierą zawodową, zostaje zafałszowany. Przełamanie takiego postrzegania jest szczególnie istotne z punktu widzenia kształcenia kadr na potrzeby gospodarki rolno-żywnościowej na poziomie uniwersyteckim [Uglis, Kozera-Kowalska 2016a]. Polskie uniwersytety o profilu rolniczym, przyrodniczym i techniczno-rolniczym każdego roku przygotowują kadry do podjęcia pracy w tym sektorze. Mimo to w kraju przypadku średnio 11,1 absolwenta kierunków przyrodniczych i technicznych na 1000 mieszkańców, przy średniej dla krajów Unii Europejskiej (UE) na poziomie 12,9 [Piróg 2013]. Wskaźnik ten uznać można za niepokojący, zwłaszcza przy

jednocześnie obserwowanym trendzie spadkowym zainteresowania studiami na kierunkach inżyneryjno-technicznych. Tymczasem zapoczątkowane przed kilkoma laty badania karier absolwentów, w których biorą udział wymienione typy uniwersytetów, nie dają jednoznacznej odpowiedzi na pytanie, czy faktycznie docelowym miejscem ich zatrudnienia jest agrobiznes.

Celem opracowania jest określenie wpływu poziomu kształcenia (pierwszy i drugi stopień studiów) oraz płci na percepcję pracy w agrobiznesie i wiązanie z nim perspektyw przyszłej kariery zawodowej. Prezentowane wyniki rozwijają prowadzone wcześniej badania przyczynkowe nad agrobiznesem jako miejscem pracy i samozatrudnienia [Uglis, Kozera-Kowalska 2016a, 2016b].

Material i metodyka badań

Dążąc do realizacji założonego celu badania, przygotowano i przeprowadzono kwerendę literaturową, a także zebrano materiały za pomocą kwestionariusza ankiety. Zastosowanym narzędziem badań była ankieta audytoryjna, którą uznaje się za szczególnie przydatną w badaniach wśród studentów [Kaczmarczyk 2014, s. 262]. Uzyskano w ten sposób materiał teoretyczny stanowiący tło rozważań oraz materiał o charakterze pierwotnym. Na potrzeby badania zaadaptowano kwestionariusz zastosowany przez Marlenę Bednarską [2014] w badaniach w sektorze HoReCa. Respondenci poddali ocenie łącznie 29 cech opisujących pięć wymiarów wizerunku miejsca pracy, odnosząc je do dwóch kategorii, tj. idealnej pracy oraz pracy w charakterze przedstawiciela handlowego w agrobiznesie¹. Badania przeprowadzono w latach 2016 i 2017 wśród studentów ostatniego semestru (przed egzaminem dyplomowym) kierunku zootechnika studiów stacjonarnych i niestacjonarnych pierwszego i drugiego stopnia Uniwersytetu Przyrodniczego w Poznaniu.

Zgromadzony materiał poddano analizie wstępnej, a następnie analizie statystycznej niezależności. Dla scharakteryzowania natężenia badanych zjawisk wykorzystano metody statystyki opisowej. Analizę statystyczną danych przeprowadzono za pomocą programu STATISTICA 13.1.

Wyniki badań

Badania empiryczne przeprowadzono na próbie 126 studentów kierunku zootechnika. Udział w nich był dobrowolny i anonimowy. W badanej zbiorowości, mimo specyfiki badanego kierunku, przeważały kobiety (78,6%), co potwierdza rosnące zainteresowanie tematyką chowu i hodowli zwierząt wśród kobiet (tab. 1).

Tabela 1. Struktura badanej próby

Table 1. Structure of the sample survey

Wyszczególnienie/ <i>Specification</i>	Kategoria/ <i>Category</i>	Udział / <i>Participation</i> [%]
Płeć/ <i>Sex</i>	kobiety/ <i>female</i>	78,6
	mężczyźni/ <i>male</i>	21,4
Doświadczenie zawodowe – staż pracy ogółem/ <i>Job experience – total work time</i>	brak/ <i>inexperience</i> do 12 miesięcy/ <i>to 12 months</i>	31,0
	powyżej 12 miesięcy/ <i>more than 12 months</i>	33,3
Gotowość uruchomienia własnej działalności gospodarczej po ukończeniu studiów/ <i>Ready to start own business after graduation the University</i>	tak/ <i>yes</i>	28,6
	nie/ <i>no</i>	71,4

Źródło: badania własne

Source: own research

¹ Treść pracy (10 cech), korzyści ekonomiczne (4 cechy), możliwości rozwoju (5 cech), relacje społeczne (5 cech) oraz reputację (4 cechy). Szczegółowy wykaz badanych cech zamieszczono w pracy [Uglis, Kozera-Kowalska 2016a, s. 107-120].

Realia rynku sprawiają, że coraz częściej czas studiów to nie tylko nauka, ale także zdobywanie pierwszych doświadczeń zawodowych, które stają się atutem po zakończeniu edukacji, w czasie poszukiwania pracy [Kozera 2012, s. 101-109]. Przeprowadzone badania wykazały, że zdecydowana większość respondentów zdobyła takie doświadczenie w trakcie trwania studiów. Pozostali, około 1/3 ankietowanych osób, zadeklarowali, że czas studiów przeznaczyli tylko na zdobywanie gruntownej wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych zgodnych ze studiowanym kierunkiem. Obliczona wartość mediany posiadanego stażu pracy wyniosła 12 miesięcy ($Q_3 = 24$), przy czym dłuższym stażem pracy legitymowali się studenci studiów niestacjonarnych. Spostrzeżenie to pozostaje w zgodzie zarówno z ideą prowadzenia tego typu studiów, jak i realiami rynku pracy, które często skłaniają do sformalizowania posiadanej wiedzy i umiejętności (m.in. przez zdobycie dyplomu uniwersyteckiego).

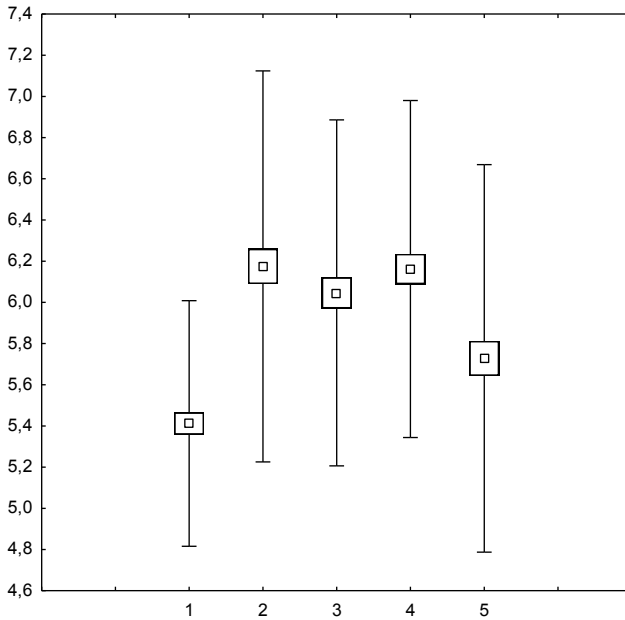
Dążąc do określenia wpływu poziomu kształcenia na sposób, w jaki absolwenci postrzegają pracę w agrobiznesie, przeanalizowano odpowiedzi udzielone przez absolwentów studiów licencyjnych oraz studiów magisterskich. Założono, że ukończony stopień studiów, podobnie jak staż pracy oraz płeć, wpływa na indywidualną ocenę sektora, w którym studenci podejmą pracę zawodową. Respondentów poproszono o subiektywną ocenę sektora agrobiznesu jako idealnego do podjęcia pracy. Jednocześnie poproszono o ocenę pracy w charakterze przedstawiciela handlowego w agrobiznesie, przyjmując na podstawie przeprowadzonego wcześniej *desk research*, że jest to jedna z najliczniej występujących w sektorze ofert pracy.

Analiza zgromadzonej wiedzy faktualnej w zakresie oceny idealnej pracy wykazała stosunkowo niską zmienność udzielanych odpowiedzi, co potwierdza obliczona wartość współczynnika zmienności ($M_e = 20,2\%$, $Q_3 = 24,9\%$). W przypadku percepcji pracy na stanowisku przedstawiciela handlowego uzyskane wyniki były bardziej zróżnicowane ($M_e = 44,1$, $Q_3 = 50,5\%$). Istotne zróżnicowanie oceny wszystkich 29 badanych cech w obu analizowanych zakresach potwierdził test kolejności par Wilcozona ($p < 0,05$), co daje podstawę do odrzucenia hipotezy zerowej zakładającej brak różnicy między zmiennymi. Obserwacja ta wskazuje, że między postrzeganiem najliczniejszej z dostępnych oferty pracy w sektorze, tj. stanowiskiem przedstawiciela handlowego a idealną pracą, występują różnice.

Na podstawie przeprowadzonych badań stwierdzono, że idealna praca powinna być zgodna z zainteresowaniami ankietowanych (6,76), oferować stabilne warunki zatrudnienia (6,50), dawać poczucie dumy z wykonywanej pracy (6,46), gwarantować wysokie zarobki (6,40), a jednocześnie cechować się przyjazną atmosferą w miejscu pracy. Stwierdzono również, że jej cechami niepożądanymi są: nieregularność czasu pracy (3,52), konieczność mobilności (3,76), co wiąże się z dużą liczbą i wysokim tempem wykonywania obowiązków (4,90).

Ponadto, uczestniczący w badaniu studenci zapytani o ocenę pracy na stanowisku przedstawiciela handlowego wskazali na jej związek z dużą zmiennością lokalizacyjną (6,06) oraz wysokim tempem wykonywanych obowiązków (4,92). Jednocześnie przyznali, że jest to praca zapewniająca korzystanie z nowoczesnych urządzeń, które są niezbędne do wykonywania powierzonych zadań (4,79), co daje możliwość podnoszenia kwalifikacji zawodowych (4,63) oraz gwarantuje wysokie wynagrodzenie (4,50). Okazuje się jednak, że dla większości zapytanych praca ta nie była zgodna z zainteresowaniami (3,06), nie dawała poczucia dumy z wykonywanych obowiązków (3,14), a także nie dawała możliwości wpływu na decyzje ważne dla przedsiębiorstwa (3,21). Jak wynika z tej analizy, mimo że praca handlowca należy do najczęściej oferowanych w agrobiznesie, nie stanowi atrakcyjnej oferty zatrudnienia dla wielu z badanych absolwentów.

W tym kontekście interesujących informacji dostarcza badanie oczekiwań studentów wobec pracodawców. Zarówno oczekiwania, jak i opinie o zatrudnieniu w agrobiznesie traktowanym jako idealne miejsce pracy, były zróżnicowane (rys. 1 i 2). Studenci jako najbardziej pożądane atrybuty przyszłej pracy wskazali: korzyści ekonomiczne, pozytywne relacje społeczne oraz możliwości rozwoju zawodowego. Biorąc pod uwagę wartość testu Kruskala-Wallisa $H = 98,397$ oraz poziom testowego $p = 0,000$, stwierdzono istotne statystycznie zróżnicowanie opinii respon-

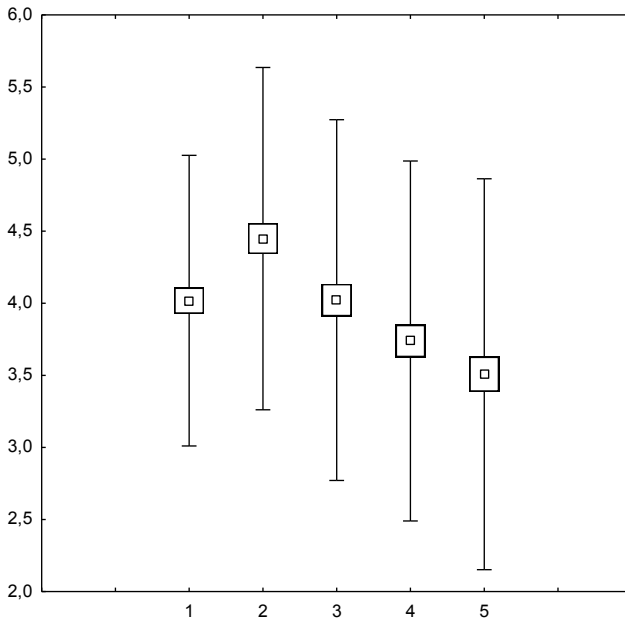


Rysunek 1. Oczekiwania studentów wobec idealnego miejsca pracy
Figure 1. Expectations of students to their ideal job

Źródło: badania własne
Source: own research

1. treść pracy/work content,
2. korzyści ekonomiczne/economic benefits,
3. możliwości rozwoju/possibilities of development,
4. relacje społeczne/social relations,
5. reputacja/reputation

□ średnia/mean
 □ średnia ± błąd standardowy/
mean ± standard error
 T średnia ± odchylenie standardowe/
mean ± standard deviation



Rysunek 2. Postrzeganie pracy przedstawiciela handlowego przez studentów
Figure 2. Perception of sales representative job by students

Źródło: badania własne
Source: own research

1. treść pracy/work content,
2. korzyści ekonomiczne/economic benefits,
3. możliwości rozwoju/possibilities of development,
4. relacje społeczne/social relations,
5. reputacja/reputation

□ średnia/mean
 □ średnia ± błąd standardowy/
mean ± standard error
 T średnia ± odchylenie standardowe/
mean ± standard deviation

dentów dotyczące poszczególnych wymiarów oczekiwań względem idealnej pracy. Natomiast w przypadku oceny postrzegania pracy w agrobiznesie, najwyższe noty przypisano korzyściom ekonomicznym, treści pracy oraz możliwości rozwoju zawodowego. Przeprowadzona analiza testem Kruskala-Wallisa ($H = 38,890$, $p = 0,000$) również wykazała istotne zróżnicowanie postrzegania badanych wymiarów pracy w agrobiznesie na stanowisku przedstawiciela handlowego. Z kolei analiza korelacji przeprowadzona przy użyciu współczynnika tau Kendalla

Tabela 2. Atrakcyjność pracy w agrobiznesie
Table 2. Attractiveness of job in agribusiness sector

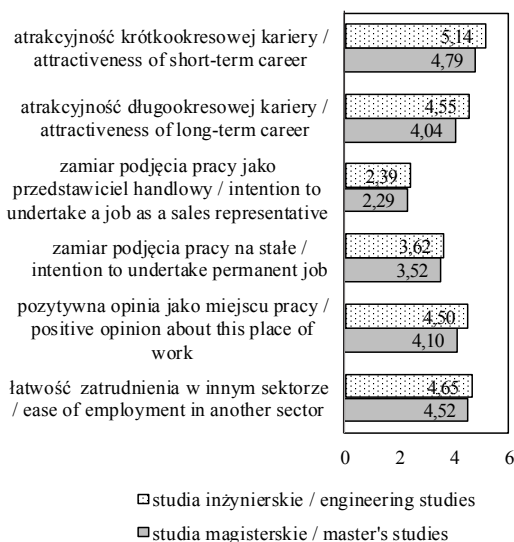
Wyszczególnienie/Specification	Mediana/ Median	Średnia/ Mean	Odczylenie standardowe/ Standard deviation
Uważam, że praca w agrobiznesie byłaby interesującym etapem kariery zawodowej/ <i>I think that job in agribusiness would be an interesting stage of professional career</i>	5	4,99	1,63
Uważam, że związanie kariery zawodowej na stałe z agrobiznesem jest interesującą opcją/ <i>I think that connecting job career with agribusiness permanently is an interesting option</i>	4	4,34	1,78
Zamierzam podjąć pracę jako przedstawiciel handlowy w agrobiznesie/ <i>I am going to undertake a job as a sales representative in agribusiness</i>	2	2,35	1,67
Chcę zwiazać swoją karierę zawodową na stałe z agrobiznesem/ <i>I want to tie my professional career permanently with agribusiness</i>	4	3,58	1,94
Często pozytywnie wypowiadam się o agrobiznesie jako miejscu pracy/ <i>I often talk about agribusiness positively as a place of work</i>	4	4,33	1,85
Myślę, że bez problemu znajdę zatrudnienie poza agrobiznesem na podobnych lub lepszych warunkach/ <i>I think I will find employment out agribusiness on similar or better terms</i>	4	4,60	1,43

Źródło: badania własne
Source: own research

wskazała na istotną dodatnią korelację o zróżnicowanej sile związku. Na uwagę zasługuje wysoka siła zależności pomiędzy możliwością rozwoju a korzyściami ekonomicznymi oraz reputacją zajmowanego stanowiska. Wysoką siłą związku odnotowano również między oczekiwanymi korzyściami ekonomicznymi a relacjami społecznymi.

W dalszej części badania poproszono respondentów o opinię na temat atrakcyjności pracy w agrobiznesie oraz potencjalnego zatrudnienia na stanowisku przedstawiciela handlowego w tym sektorze (tab. 2).

Uczestniczący w badaniu studenci w większości ($Q_3 = 6$) uznali pracę w agrobiznesie za interesujący etap ich kariery zawodowej, a nawet potencjalnie bardzo dobry sektor dla stałego zatrudnienia ($Q_3 = 6$). Towarzyszy temu przekonanie, że bez większych problemów znajdą pracę poza agrobiznesem, tj. w innych sektorach gospodarki. Mimo wcześniejszych wskazań na walory pracy na stanowisku przedstawiciela handlowego, dającym możliwości awansu zawodowego, w ostatecznym rozrachunku



Rysunek 3. Nastawienie do związania kariery zawodowej z agrobiznesem

Figure 3. Attitude to connecting job career with agribusiness sector

Źródło: badania własne
Source: own research

respondenci uznali, że praca taka nie budzi ich zainteresowania. Można domniemywać, że aspiracje i oczekiwania studentów są wyższe, co powiązać można zarówno z faktem studiowania na kierunku zootechnicznym ocenianym jako najlepszy w Polsce (ocena wyróżniająca²), jak i z brakiem weryfikacji oczekiwań z praktyką rynku pracy.

Ostatnim badanym elementem był wpływ poziomu studiów oraz płci respondentów na opinię na temat pracy w agrobiznesie. Wyniki badań nastawienia do pracy w tym sektorze przedstawiono na rysunku 3. Ich interpretacja graficzna uwidacznia wyższe oceny atrakcyjności pracy w tym sektorze wśród studentów pierwszego stopnia (studia inżynierskie) niż wśród studentów studiów drugiego stopnia. Jednak analiza statystyczna nie wykazała istotnego zróżnicowania przyznanych not.

Biorąc pod uwagę wpływ płci respondentów na percepcję pracy w agrobiznesie, odkryto istotne statystycznie (test U Manna-Whitneya) zróżnicowanie w zakresie chęci związania swojej kariery zawodowej na stałe z agrobiznesem oraz zamiarem podjęcia pracy na stanowisku przedstawiciela handlowego po ukończeniu edukacji na poziomie wyższym.

Podsumowanie

W sytuacji coraz częściej podnoszonej kwestii niskiej absorpcji wiedzy sektora agrobiznesu, zwłaszcza jego elementów o charakterze surowcowym, niezbędne jest rozpoznanie potencjalnych źródeł zasilenia go w kadry o wysokich kwalifikacjach zawodowych. Do kadr takich bez wątpienia należą absolwenci uczelni wyższych ukierunkowanych na kształcenie kadr dla agrobiznesu (uniwersytetów o profilu rolniczym, przyrodniczym i techniczno-rolniczym itp.). Rozpoznanie ich postaw, sposobu postrzegania pracy w sektorze oraz zamiarów podjęcia w nim pracy należy do zagadnień bardzo aktualnych i ważnych. Analizy z tego zakresu dają bowiem nie tylko pogląd o szansach na poprawę jakości kapitału ludzkiego w agrobiznesie, ale także informują o pozamerytorycznym przygotowaniu absolwentów do konfrontacji z rzeczywistością rynku pracy w tym sektorze (tj. subiektywnym postrzeganiu sytuacji rynku pracy oraz szans zatrudnienia). Przeprowadzone badania wskazały wyraźnie, że o ile sama praca w sektorze oceniana jest bardzo pozytywnie, a pogląd ten wyrażają respondenci niezależnie od poziomu edukacji oraz płci, o tyle praca w charakterze przedstawiciela handlowego, mimo bycia potencjalnie korzystną drogą rozwoju zawodowego, oceniana jest znacznie niżej. Może to wskazywać na brak znajomości realiów rynku pracy, na którym zapotrzebowanie na handlowców jest ogromne i ma tendencję rosnącą. Z drugiej jednak strony może to również oznaczać świadomość posiadanych wysokich i dedykowanych agrobiznesowi kompetencji zawodowych, takich które są pożądanymi na bardziej intratnych stanowiskach.

Podsumowując, warto dodać, że ukończenie edukacji na poziomie wyższym predysponuje absolwentów do rozwoju wielorakich form aktywności gospodarczej. Również to spostrzeżenie potwierdzono w prowadzonych badaniach. Niemal 29% pytanym studentów zootechniki zamierza rozpocząć własną działalność gospodarczą bezpośrednio po studiach. To znacznie więcej niż 7-8% wskazywane przez analityków rynku pracy.

² Uchwała Nr 64/2017 Prezydium Polskiej Komisji Akredytacyjnej z dnia 23 lutego 2017 r.

Literatura/Bibliography

- Bednarska Marlena. 2014. Kariera zawodowa w hotelarstwie w opinii studentów – implikacje dla współpracy praktyki gospodarczej z systemem edukacji (Students' attitudes towards a career in the hospitality industry – implications for cooperation between the hospitality sector and educational institutions). *Studia Oeconomica Posnaniensia* 2 (1): 152-167.
- Kaczmarczyk Stanisław. 2014. *Badania marketingowe. Podstawy metodyczne* (Marketing research. Methodological basis). Warszawa: PWE.
- Kapusta Franciszek. 2008. *Agrobiznes* (Agribusiness). Warszawa: Wydawnictwo Difin.
- Kowalczyk Stanisław. 1998. Agrobiznes. Ogniwo wiodące w agrobiznesie. [W] *Encyklopedia agrobiznesu* (Agribusiness. A link that is leading in agribusiness. [In] *Agrobusiness Encyclopedia*), ed. A. Woś, 31-32. Warszawa: Wydawnictwo Fundacja Innowacja, Wyższa Szkoła Społeczno-Ekonomiczna.
- Kozera Magdalena. 2012. Pierwsza praca – wyobrażenia i rzeczywistość w opinii studentów (A first job : expectations and reality in as seen by students). *Zarządzanie Zasobami Ludzkimi* 2: 101-109.
- Kozera Magdalena. 2013. Uwarunkowania transferu wiedzy w polskim rolnictwie (Determinants of knowledge transfer in Polish agriculture). *Roczniki Naukowe SERiA XV* (3): 170-174.
- Kozera-Kowalska Magdalena, Kalinowski Sławomir. 2016. Wiedzołchłonność obszarów wiejskich w dobie zrównoważonego rozwoju (Knowledge-intensiveness of rural areas in conditions of sustainable development). *Handel Wewnętrzny* 4: 80-100.
- Kozera-Kowalska Magdalena, Uglis Jarosław. 2017. Differentiation of employment in agriculture - case study the Visegrad Group countries. *Hradec Economic Days, Hradec Kralove* 7 (1): 469-477.
- Piróg Danuta. 2013. Absolwenci szkół wyższych na rynku pracy w warunkach kryzysu (Higher education graduates on the labour market in times of an economic crisis). *Przedsiębiorczość – Edukacja* 9: 302-316.
- Uglis Jarosław, Kozera-Kowalska Magdalena. 2016a. Kariera zawodowa w agrobiznesie w opinii studentów Uniwersytetu Przyrodniczego w Poznaniu – przyczynek do badań. [W] *Przedsiębiorczość na obszarach wiejskich – koncepcje, realizacje, kierunki rozwoju* (Career in agribusiness in the opinion of students of the University of Life Sciences in Poznan – a contribution to the research. [In] *Entrepreneurship in rural areas – concepts, realizations, directions of development*), ed. R.G. Nowicki, J. Kosmaczewska, M. Barczak, 107-120. Bydgoszcz: Wydawnictwo Uczelniane Wyższej Szkoły Gospodarki.
- Uglis Jarosław, Kozera-Kowalska Magdalena. 2016b. Kształcenie kadr dla turystyki wiejskiej. [W] *Turystyka wiejska. Tom 1. Zagadnienia ekonomiczne i marketingowe* (Personnel training for rural tourism. [In] *Rural tourism. Vol. 1. Economic and marketing issues*), ed. A. Jęczyński, J. Uglis, M. Maćkowiak, 32-39. Poznań: Wydawnictwo Wieś Jutra.

Summary

This paper includes the results of examination on the impact of selected factors on the perception of agribusiness as a place of work and career achievement of graduates. It was assumed that such influence have: education (level of completed studies) and sex. Collected data were obtained using an audit questionnaire which were analyzed statistically. Based on the research, it has been found that, in the opinion of the students, the ideal work should be in line with their interests, offer stable employment conditions, give pride to its performance, and guarantee high earnings and at the same time be in a friendly atmosphere. For the undesirable features of this work, the students considered: irregularity of working time, mobility requirement, it means features connected with high number and high pace of performance of duties. Based on the research, it was also found that working as a sales representative in agribusiness, while giving development opportunities, is not an attractive job offer for most of the respondents.

Adres do korespondencji
dr inż. Magdalena Kozera-Kowalska (orcid.org/0000-0002-9245-0548)
dr inż. Jarosław Uglis (orcid.org/0000-0001-6653-2745)
Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu
Katedra Ekonomiki Przedsiębiorstw Agrobiznesu, Katedra Turystyki Wiejskiej
ul. Wojska Polskiego 28, 60-637 Poznań
e-mail: mkozera@up.poznan.pl, uglis@up.poznan.pl