PIOTR CHOJNACKI*

POSTAWY ŁÓDZKICH STUDENTÓW KIERUNKÓW EKONOMICZNYCH WOBEC PRACY W CENTRACH USŁUG BIZNESOWYCH (SSC/BPO)

Wstęp

Od kilku lat obserwujemy w Polsce spowolnienie gospodarcze. Stan ten przekłada się negatywnie na sytuację na rynku pracy. Roczna stopa bezrobocia rejestrowanego rosła nieprzerwanie od 2008 r., by na koniec 2012 r. osiągnąć 13,4%. Wskaźnik ten jest wysoki również w ujęciu miesięcznym: w maju wyniósł 13,5% i wzrósł o 0,9 p.p. rok do roku¹.

W najgorszej sytuacji na rynku pracy wydają się być osoby między 25. a 34. rokiem życia. Liczba bezrobotnych w tej grupie wiekowej wzrosła przez ostatnie pięć lat o ponad 200 tys. i osiągnęła w 2012 r. ponad 627 tys. Co więcej, udział tej grupy w całkowitej liczbie bezrobotnych rośnie powoli, lecz niezmienne i w zeszłym roku wyniósł 29,4%².

W sytuacji, gdy wiele sektorów redukuje zatrudnienie, warto zwrócić uwagę na te, które wciąż rozwijają się i tworzą nowe miejsca pracy. Jednym z nich są nowoczesne usługi biznesowe, świadczone przez centra SSC/BPO. Duża część przedsiębiorstw otwierających centra usług rozpoczynała od realizowania prostych procesów, takich jak telefoniczna obsługa klienta. Praca tego rodzaju budzi niekiedy dość negatywne skojarzenia, a jej wykonywanie opisywane bywa jako wykluczające możliwość samodzielnego myślenia, powtarzalne i wyczerpujące emocjonalnie³. Obecnie da się zaobserwować przejście do obsługi bardziej zaawansowanych procesów, wymagających wyższego poziomu kompetencji od pracowników, a co za tym idzie – w większym stopniu umożliwiających samorealizację i odczuwanie satysfakcji⁴. Przedsiębiorstwa, które kilka lat temu otworzyły centra w Polsce, powierzają jednostkom zlokalizowanym w naszym kraju coraz bardziej złożone funkcje. Badania pokazują, iż większość z centrów

* Doktorant, Katedra Pracy i Polityki Społecznej, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny UŁ.

¹ Bank Danych Lokalnych GUS, http://www.stat.gov.pl/bdl/app/strona.html?p_name=indeks (dostęp 25.06.2013).

² *Ibidem*.

³ A. Brożyńska, *Call centers organizacje-maszyny naszych czasów*, „Zarządzanie Zasobami Ludzkimi” 2013, nr 1(89).

⁴ Por. P. Chojnacki, *Zjawisko outsourcingu i jego znaczenie dla współczesnego rynku pracy*, [w:] A. Rogozińska-Pawelczyk, D. Majewski (red.), *Trendy na rynku pracy*, Wydawnictwo UŁ, Łódź [w druku].

SSC/BPO (ok. 60–70%) świadczy usługi finansowo-księgowe⁵. Pojawiają się również opinie, prognozujące gwałtowny rozwój sfery usług świadczonych dla podmiotów z branży finansowej, który sprawi, że Polska będzie jednym z najważniejszych światowych hubów obsługujących te procesy⁶.

Jednym z czynników branych przez inwestorów pod uwagę przy podejmowaniu decyzji o lokalizacji centrum usług jest dostępność wykształconej kadry. W procesie decyzyjnym przyjmuje się przy tym założenie, że nowo powstające organizacje będą atrakcyjnymi miejscami pracy dla dostępnej puli kandydatów. Bardzo ważne jest, czy przedsiębiorstwa, otwierające kolejne centra, lub też rozwijające działalność obecnych, znajdą pracowników z wyższym wykształceniem i odpowiednimi kompetencjami. Zależy to m.in. od tego, jak postrzegana jest atrakcyjność zatrudnienia w centrach usług oraz czy kandydaci mają pełną świadomość zmiany, jaka nastąpiła pod względem złożoności obsługiwanych procesów, specyfiki pracy i korzyści oferowanych przez te przedsiębiorstwa.

Możliwość pozyskania wykształconych i chętnych do pracy kadr jest szczególnie istotna w przypadku Łodzi. Miasto to ma relatywnie niską pozycję konkurencyjną względem innych polskich metropolii. Jego słabe strony obejmują zarówno najwyższe bezrobocie, jak i bardziej niekorzystną strukturę demograficzną⁷. Biorąc pod uwagę, że w strategii rozwoju miasta sektor nowoczesnych usług biznesowych został uznany za kluczowy, a pozyskiwanie inwestycji z tego obszaru przyjęto jako jeden ze sposobów na poprawienie pozycji konkurencyjnej⁸, tym ważniejsze są postawy potencjalnej puli kandydatów wobec pracy w centrach SSC/BPO.

Celem tego artykułu jest sprawdzenie, jakie są postawy studentów łódzkich kierunków ekonomicznych wobec pracy w centrach nowoczesnych usług biznesowych. Przeprowadzone badanie dotyczyło zarówno chęci podjęcia zatrudnienia, jak i czynników wpływających na deklarowane wartościowanie pracy w centrach. W dalszej części pracy krótko scharakteryzowany zostanie sektor SSC/BPO, a także zagadnienie postaw.

⁵ E. Banachowicz, *Centra usług wspólnych. Stan obecny i perspektywy rozwojowe*, [w:] A. Szymaniak (red.), *Globalizacja usług. Outsourcing, offshoring i shared services centers*, Wydawnictwo Naukowe INPiD UAM, Poznań 2007, s. 315; Association of Business Sector Leaders in Poland, *Sektor nowoczesnych usług biznesowych w Polsce*, 2013, s. 19, <http://www.absl2013.epublish24.com/> (dostęp 25.06.2013).

⁶ Association of Business Sector Leaders in Poland, *Usługi biznesowe dla sektora finansowego*, maj 2013, <http://raport.finansowy.absl.epublish24.com/#/5/zoomed> (dostęp 25.06.2013).

⁷ Biuro Strategii, Partnerstwa i Funduszy, Oddział Strategii Rozwoju Miasta Urzędu Miasta Łodzi, *Diagnoza strategiczna Łodzi. Synteza*, <http://uml.lodz.pl/get.php?id=5377> (dostęp 25.06.2013).

⁸ Załącznik do uchwały Nr XLIII/824/12 Rady Miejskiej w Łodzi z dnia 25 czerwca 2012 r. w sprawie przyjęcia „Strategii Zintegrowanego Rozwoju Łodzi 2020+”, <http://uml.lodz.pl/get.php?id=3943> (dostęp 25.06.2013).

1. Centra SSC / BPO jako instytucje świadczące usługi w ramach outsourcingu

Centra usług biznesowych zajmują się wykonywaniem zadań w ramach outsourcingu, który można zdefiniować jako „przedsięwzięcie, polegające na wydzieleniu ze struktury organizacyjnej przedsiębiorstwa macierzystego realizowanych przez nie funkcji i przekazanie ich do realizacji innym podmiotom gospodarczym”⁹. Outsourcing jest zjawiskiem bardzo złożonym i można wyróżnić wiele jego rodzajów. Istotnym podziałem jest ten oparty na kryterium formy podporządkowania obu stron relacji. Jeśli wykonawca usług jest niepowiązany kapitałowo ze zleceniodawcą, mamy do czynienia z outsourcingiem kontraktowym, jeśli natomiast powiązania ekonomiczne (lub inne, umożliwiające oddziaływanie właścicielskie) istnieją, jest to outsourcing kapitałowy¹⁰. Pierwszy rodzaj relacji występuje, gdy firma tworzy centrum usług wspólnych (Shared Service Centre – SSC), czyli „wyodrębnioną jednostkę obsługującą powierzone jej procesy wsparcia, posiadającą dedykowane zasoby i działającą jako niezależny biznes”¹¹. Drugi rodzaj relacji występuje w przypadku świadczenia usług przez centrum outsourcingu procesów biznesowych (Business Process Outsourcing Centre – BPO), czyli „wyspecjalizowaną firmę lub jej jednostkę organizacyjną, która na zlecenie innych przedsiębiorstw przejmuje realizację wybranych, nieprodukcyjnych procesów biznesowych”¹².

Obecnie w Polsce działa ponad 400 centrów usług obu typów¹³. Łącznie zatrudniają one ok. 110 tys. osób¹⁴. 88% zatrudnienia w tym sektorze oraz ponad 80% centrów znajduje się w 7 głównych ośrodkach, obejmujących największe polskie miasta. Przybliżoną liczbę pracowników w każdym z nich przedstawia wykres 1.

Łódź jest miastem, które bardzo korzysta na obecności centrów usług. Liczba pracowników zatrudnionych w sektorze wzrosła przez ostatnie dwa lata o ok. 1/4 i stanowi obecnie prawie 9% wszystkich pracowników sektora w Polsce¹⁵. Jest to szczególnie istotne ze względu na stopę bezrobocia, która w Łodzi jest najwyższa spośród wszystkich dużych polskich miast i wynosi obecnie 12,6%¹⁶.

⁹ M. Trocki, *Outsourcing. Metoda restrukturyzacji działalności gospodarczej*, PWE, Warszawa 2001, s. 13.

¹⁰ *Ibidem*, s. 62.

¹¹ E. Banachowicz, *Centra usług wspólnych...*, s. 313.

¹² Association of Business Service Leaders in Poland, *Sektor SSC/BPO w Polsce*, wrzesień 2010, s. 11, <http://absl.pl/reports> (dostęp 25.06.2013).

¹³ W zestawieniach ABSL uwzględnione są tylko centra z udziałem kapitału zagranicznego.

¹⁴ ABSL, *Sektor nowoczesnych usług...*, 2013, s. 11.

¹⁵ *Ibidem*, s. 12–13; ABSL, *Sektor nowoczesnych usług biznesowych w Polsce*, Warszawa 2012, s. 19, <http://www.absl2012.epublish24.com/index.html#/II/> (dostęp 25.06.2013).

¹⁶ Bank Danych Lokalnych GUS, http://www.stat.gov.pl/bdl/app/strona.html?p_name=indeks (dostęp 25.06.2013).

Wykres 1. Liczba pracowników w centrach usług w największych polskich miastach

Źródło: opracowanie własne na podstawie: ABSL, *Sektor nowoczesnych usług biznesowych w Polsce*, 2013, s. 12–13.

W Łodzi działają liczne centra usług. Za przykład mogą posłużyć obecny od lat Infosys, otwarte w marcu 2009 r. Fujitsu Global Delivery Center¹⁷ czy powstałe w 2012 r. Globalne Centrum Biznesowe Hewlett-Packard. Wszystkie z nich deklarują chęć zwiększenia w niedługim czasie liczby pracowników, łącznie o co najmniej kilkaset osób¹⁸. Badanie przeprowadzone na potrzeby tego artykułu ma za zadanie zdiagnozować postawy łódzkich studentów kierunków ekonomicznych wobec pracy w centrach tego rodzaju. W następnej części opracowania krótko przedstawione zostanie zagadnienie postaw.

2. Definicja postaw

Postawa (*attitude*) wobec obiektu jest to „względnie trwała tendencja do pozytywnego lub negatywnego wartościowania tego obiektu przez człowieka”¹⁹. Obiektem może być osoba, wydarzenie, idea czy też klasa sytuacji. Wartościowanie to polega na usytuowaniu danego obiektu na wymiarze określającym nasz stosunek do niego, gdzie skrajnymi biegunami jest podejsie bardzo pozytywne

¹⁷ <http://www.fujitsu.com/pl/about/local/lodz/> (dostęp 25.06.2013).

¹⁸ <http://mlodziwlodzi.pl/praca-w-lodzi-ktore-firmy-zatrudniaja-kogo-szukaja/#more-26211> (dostęp 25.06.2013); <http://mlodziwlodzi.pl/jezyki-i-twarda-wiedza-po-tych-studiach-bedzie-praca/#more-26140> (dostęp 25.06.2013).

¹⁹ J. Strelau, D. Doliński (red.), *Psychologia. Podręcznik akademicki*, t. 2, GWP, Gdańsk 2008, s. 336.

i bardzo negatywne. Może ono dotyczyć aspektu emocjonalnego („nie cierpię makaronu pełnoziarnistego”), jak też poznawczego („uważam, że spożywanie makaronu pełnoziarnistego jest korzystne dla zdrowia”).

Dawniejsze opracowania wyróżniały trzy aspekty postaw, tj. komponent afektywny (emocje wobec obiektu), poznawczy (jego ocena) oraz behawioralny (tendencja do zachowań wobec niego)²⁰. Badania pokazują jednak, iż w przypadku diagnozowania postaw za pomocą deklaracji respondentów wymienione powyżej trzy aspekty zlewają się, a nastawienie sprowadza się do jednowymiarowego wartościowania²¹.

Postawy charakteryzują się określonym znakiem (pozytywnym bądź negatywnym), natężeniem, ważnością, wewnętrzną zgodnością czy też stopniem powiązania z innymi postawami. Na ich powstawanie mogą wpływać emocje odczuwane wobec obiektu, przekonania o jego własnościach oraz nasze zachowania wobec niego. Obecnie przyjmuje się, że to właśnie emocje pełnią kluczową rolę w kształtowaniu postaw²².

Jednym z mechanizmów kształtowania postawy jest tworzenie skojarzeń między jej obiektem a określoną reakcją emocjonalną. Prowadzi do tego proces warunkowania ewaluatywnego (*evaluative conditioning*). Polega on na ekspozowaniu obiektu postawy w towarzystwie innego obiektu, który, w zależności od efektu, jaki chcemy uzyskać, powinien być oceniany pozytywnie lub negatywnie. Ten rodzaj warunkowania najlepiej sprawdza się w przypadku obiektów ocenianych neutralnie, na temat których nie posiadamy zbyt dużo informacji ani przekonań. Skojarzenia mogą również być tworzone w drodze warunkowania sprawczego (*operant conditioning*), „które polega na uczeniu się znaczenia pierwotnie obojętnej reakcji dzięki temu, że zwykle z jej powodu pojawiają się pozytywne lub negatywne zdarzenia dla jednostki”²³. Przykładem tego mechanizmu mogą być nagradzające reakcje otoczenia w postaci uznania oraz podzielenia naszej opinii, w odpowiedzi na wyrażanie przez nas aprobaty dla planowanych przez daną partię polityczną działań ekonomicznych, których do końca nie rozumiemy, przez co są dla nas obojętne.

Postawy bywają także traktowane jako rezultat przekonań, czyli naszych sądów dotyczących obiektów. Zgodnie z tym podejściem, reakcja emocjonalna wobec nich jest rezultatem naszej oceny poznawczej plusów i minusów danego obiektu²⁴.

²⁰ T. Mądrzycki, *Psychologiczne prawidłowości kształtowania się postaw*, Państwowe Zakłady Wydawnictw Szkolnych, Warszawa, 1977, [za:] J. Strelau, D. Doliński (red.), *Psychologia...*, s. 336.

²¹ S. Chaiken, C. Stangor, *Attitudes and attitude change*, „Annual Review of Psychology” 1987, vol. 38, [za:] J. Strelau, D. Doliński (red.), *Psychologia...*, s. 336.

²² B. Wojciszke, *Psychologia społeczna*, Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR, Warszawa 2011, s. 204.

²³ *Ibidem*, s. 206.

²⁴ J. Strelau, D. Doliński (red.), *Psychologia...*, s. 337.

Kolejnym czynnikiem wpływającym na kształtowanie się postaw są nasze zachowania wobec ich obiektów, co opisuje teoria autopercepcji²⁵. Mówi ona, że ludzie obserwują, czy odnoszą się do danych obiektów pozytywnie, czy też nie, i na tej podstawie wyrabiają sobie zdanie na temat swojego stosunku do nich. Zgodnie z tą teorią, dodatkowo muszą być spełnione dwa warunki: początkowa postawa powinna być słaba lub obojętna, a samo zachowanie postrzegane jako niewymuszone przez czynniki sytuacyjne.

W opisywanym badaniu zbierano deklaracje respondentów na temat chęci podjęcia pracy w centrach SSC/BPO, a także pytano o czynniki wpływające na taką odpowiedź. W związku z korzystaniem z deklaracji osób badanych jako źródła informacji, analizowane postawy będą miały charakter jednowymiarowy, czyli dotyczący pozytywnego lub negatywnego wartościowania. Pominięty zostanie komponent emocjonalny, który należałoby diagnozować za pomocą wskaźników fizjologicznych, oraz behawioralny, który należy oceniać na podstawie rzeczywistych zachowań²⁶.

3. Charakterystyka próby

W badaniu wzięło udział 157 osób. 87 z nich studiuje ekonomię, a 70 analitykę gospodarczą. Badaniu poddano studentów pierwszego roku pierwszego stopnia, oraz drugiego roku drugiego stopnia. Liczebność poszczególnych grup przedstawia wykres 2.

Wykres 2. Liczba respondentów w podziale na kierunek i rok studiów

Źródło: opracowanie własne.

²⁵ D. J. Bem, *Self-perception theory*, „Advances in Experimental Social Psychology” 1972, vol. 6, [za:] J. Strelau, D. Doliński (red.), *Psychologia...*, s. 340.

²⁶ J. Strelau, D. Doliński (red.), *Psychologia...*, s. 336.

W badaniu wzięło udział 116 kobiet i 38 mężczyzn. Trzy osoby nie zaznaczyły płci w kwestionariuszu. Proporcje płci są podobne na obu kierunkach: studenci ekonomii to w 74% kobiety, a w 26% mężczyźni. Dla analityki gospodarczej odsetki te wynoszą odpowiednio 77% i 23%. Liczebności na poszczególnych latach i kierunkach studiów w podziale ze względu na płeć przedstawia wykres 3.

Wykres 3. Liczba respondentów w podziale na kierunek studiów i płeć

Źródło: opracowanie własne.

4. Doświadczenie zawodowe

Większość badanych studentów ma bardzo krótkie doświadczenie zawodowe. W przypadku 73% osób nie przekracza ono 6 miesięcy. Liczba osób posiadających dłuższy staż jest przedstawiona na wykresie 4. Nie ma zależności pomiędzy kierunkiem studiów, a długością doświadczenia zawodowego: prawdopodobieństwo uzyskane w dokładnym teście Fishera wynosi 0,587²⁷.

Jedynie 37 badanych osób nigdy nie pracowało, natomiast jeszcze mniejsza liczba respondentów (28) była zatrudniona na podstawie umowy o pracę, co stanowi kolejne potwierdzenie trudnej sytuacji młodych ludzi na rynku pracy. Procentowy udział osób, które wybrały poszczególne odpowiedzi przedstawia wykres 5²⁸.

²⁷ Do oceny zależności wybrano test nieparametryczny, ponieważ 7 komórek ma liczebność oczekiwaną mniejszą niż 5.

²⁸ Badani mieli możliwość wybrania więcej niż jednej odpowiedzi, więc procenty nie sumują się do 100.

Wykres 4. Liczba respondentów w podziale na długość doświadczenia zawodowego (pominięto osoby z doświadczeniem poniżej 6 miesięcy)

Źródło: opracowanie własne.

Wykres 5. Respondenci pracujący w centrach usług na podstawie różnych typów umów

Źródło: opracowanie własne.

Po obliczeniu różnic występujących między płciami okazuje się, iż jedynie 15 kobiet (13%) pracowało kiedykolwiek na podstawie umowy o pracę, natomiast w przypadku mężczyzn doświadczenie takie ma 11 z nich (29%, różnica istotna na poziomie $p = 0,027$). Dodatkowo, aż 33 (28%) kobiety nie mają żadnego doświadczenia zawodowego, podczas gdy jedynie 4 z 38 mężczyzn jest w tej samej sytuacji.

Między studentami ekonomii i analityki nie występują żadne istotne różnice, jeśli chodzi o doświadczenie zawodowe zgromadzone do momentu badania.

Kolejne pytanie dotyczyło zagadnienia, czy respondenci pracują w momencie przeprowadzania badania. Okazuje się, że ponad 80% nie ma aktualnie żadnego zatrudnienia. Umowę o pracę posiada 6 osób, umowy cywilno-prawne – 18, a na czarno pracuje 9 badanych.

Odpowiedź na to pytanie jest związana z rokiem studiów. Umowę o pracę ma 13% studentów piątego roku i żaden pierwszego (różnica istotna na poziomie $p = 0,001$). W przypadku umów cywilno-prawnych odsetki te wynoszą odpowiednio 23% i 6% ($p = 0,004$), natomiast nie pracuje obecnie odpowiednio 62% i 88%.

5. Doświadczenie w sektorze

Większość osób badanych nigdy nie była zatrudniona w sektorze SSC/BPO. Troje studentów analityki pracowało kiedyś w centrum usług, natomiast obecnie pracuje dwoje. Dla ekonomistów wartości te wynoszą odpowiednio 2 oraz 0.

6. Postawy studentów wobec pracy w centrach usług

6.1. Chęć podjęcia pracy

Jedno z pytań brzmiało: „Czy byłbyś/byłabyś skłonny/a podjąć pracę w centrum nowoczesnych usług biznesowych?” Osoby badane miały do wyboru następujące odpowiedzi:

- 1) Tak.
- 2) Tak, ale tylko w obszarze związanym z moim kierunkiem studiów.
- 3) Tak, ale tylko jeśli nie znajdę innej pracy.
- 4) Nie.

Wyniki badania pokazują, że większość respondentów jest zainteresowana pracą w sektorze usług dla biznesu. 54,8% osób byłoby zainteresowane taką możliwością bez dodatkowych warunków (odpowiedź 1), natomiast 33,1% wyraża chęć wykonywania zadań związanych ze studiowanym kierunkiem

(odpowieź 2). Odsetek osób skłonných podjąć zatrudnienie w centrach usług tylko w ostateczności (odpowieź 3) oraz zdecydowanie przeciwnych tej możliwości (odpowieź 4) wynosi odpowiednio 7% i 5,1%.

Przeanalizowano również, czy kierunek studiów różnicuje preferencje respondentów względem podjęcia pracy w centrach usług. 63% ekonomistów podjęłoby taką pracę bezwarunkowo, a 25% z nich – tylko w obszarze swoich studiów. Dla analityków wartości procentowe wynoszą odpowiednio 44% i 43%. Dla porównania, tylko 6% ekonomistów traktuje tego rodzaju zatrudnienie jako ostateczność, a kolejne 6% w ogóle nie wyobraża sobie tej możliwości. W tym przypadku odsetek analityków deklarujących te odpowiedzi wynosi odpowiednio 9% i 4%. Mimo, iż odpowiedzi wydają się różnić pomiędzy studentami obu badanych kierunków, zależność ta okazuje się nieistotna statystycznie ($p = 0,09$). Liczbę poszczególnych odpowiedzi w podziale na kierunek studiów przedstawia wykres 6.

Wykres 6. Chęć podjęcia pracy w centrach usług w podziale na kierunki studiów
Źródło: opracowanie własne.

Zbadano także, czy preferencje dotyczące pracy w centrach usług zmieniają się w zależności od płci respondenta. Zaobserwowane różnice w liczebnościach okazały się istotne statystycznie ($p = 0,009$). Prawie 60% kobiet chce pracować w sektorze bezwarunkowo, natomiast 34% w obszarze związanym

ze studiami. Dla mężczyzn wartości te wynoszą odpowiednio prawie 40% oraz również 34%. Liczbę poszczególnych odpowiedzi w podziale na płeć przedstawia wykres 7.

Wykres 7. Chęć podjęcia pracy w centrach usług w podziale na płeć

Źródło: opracowanie własne.

6.2. Powody deklarowanej chęci podjęcia pracy

Osoby badane zostały również zapytane o powody, dla czego chciałyby pracować w centrach usług²⁹. Większość respondentów (95) wybrała możliwości rozwoju, kolejnymi z zaznaczanych odpowiedzi były wysokie zarobki (59) oraz praca w międzynarodowym środowisku (46). Procent wskazań poszczególnych odpowiedzi przedstawia wykres 8³⁰.

²⁹ Instrukcja wskazywała, iż na pytanie to mają odpowiedzieć osoby, które zadeklarowały chęć pracy w centrach usług, zarówno bezwarunkowo, jak i tylko w obszarze związanym z kierunkiem studiów.

³⁰ W pytaniu możliwe były wielokrotne odpowiedzi, więc wartości nie sumują się do stu procent; procenty policzone są jako stosunek liczby osób wybierających daną odpowiedź w odniesieniu do całej badanej populacji, tj. 157 respondentów.

Wykres 8. Deklarowane powody chęci podjęcia pracy w centrach usług (procent wskazań)

Źródło: opracowanie własne.

6.3. Różnice między kierunkami

Różnice między kierunkami studiów w powodach chęci podjęcia pracy w centrach usług ujawniły się w przypadku odpowiedzi numer 7 („Praca w międzynarodowym środowisku”) oraz 8 („Możliwość używania języków obcych w codziennej pracy”). Możliwości te były zaznaczane istotnie rzadziej ekonomistów: odpowiedź numer 7 wybrało 18 z nich (21% studentów tego kierunku), a numer 8 – 13 (15%). W przypadku analityków wartości te wynosiły odpowiednio 28 (40%) oraz 21 (30%).

6.4. Różnice między płciami

Różnice pod względem powodów chęci pracy w centrach usług uwidoczniły się również między płciami. Ponad jedna trzecia kobiet (35%) deklaruje chęć pracy w międzynarodowym środowisku, podczas gdy tak samo odpowiedziało jedynie 5 z 38 mężczyzn. Różnica ta jest istotna na poziomie $p = 0,01$.

6.5. Znajomość języków obcych wśród studentów

Badając, czy możliwość używania języków obcych jest powodem deklarowanej chęci podjęcia pracy w centrach usług, warto sprawdzić, jak przedstawia się znajomość języków w badanej populacji. Respondenci mieli możliwość oszacować znajomość sześciu języków europejskich (angielski, niemiecki, francuski, hiszpański, włoski i rosyjski) na sześciostopniowej skali: brak znajomości (0), podstawowa (1), komunikatywna (2), średniozaawansowana (3), zaawansowana (4), biegła (5). Badani mieli również możliwość dopisać kolejne języki, natomiast zrobiło tak jedynie sześć osób.

Wykres 9. Deklarowany poziom znajomości języka angielskiego

Źródło: opracowanie własne.

Najwięcej osób zadeklarowało znajomość języka angielskiego. Liczbę poszczególnych wskazań przedstawia wykres 9. Na rysunku pominięto brak znajomości (2 odpowiedzi) oraz znajomość podstawową (5 odpowiedzi).

Znajomość pozostałych języków jest znacznie słabsza. Drugie miejsce zajmuje niemiecki, którym w stopniu podstawowym posługuje się 65 osób, komunikatywnym – 33, a średniozaawansowanym – 8. Dodatkowo 9 respondentów zna go w stopniu zaawansowanym, a 2 – biegle. Deklarowaną znajomość pozostałych języków przedstawia wykres 10.

Wykres 10. Deklarowana znajomość popularnych języków europejskich

Źródło: opracowanie własne.

Zbadano także, czy występują różnice w znajomości języków obcych pomiędzy ekonomistami i analitykami. Okazuje się, że ci pierwsi posługują się angielskim istotnie gorzej (średnia 3,02 w porównaniu z 3,59 przy $p < 0,0005$).

Badani mogli też zadeklarować, iż możliwość używania języków obcych w codziennej pracy jest dla nich jednym z powodów chęci podjęcia pracy w centrach usług: była to odpowiedź h w kwestionariuszu. Sprawdzone, czy osoby tak deklaruujące znają języki obce lepiej niż respondenci, którzy tej odpowiedzi nie zaznaczyli (tabela 1)³¹.

Tabela 1. Znajomość języków obcych w podziale na osoby, które wybrały i nie wybrały możliwości ich używania w pracy jako powodu chęci pracy w centrach

Rodzaj odpowiedzi	N	Angielski	Niemiecki	Francuski	Hiszpański	Włoski	Rosyjski
Niezaznaczona odp. h	123	3,16	1,27	0,19	0,17	0,05	0,33
Zaznaczona odp. h	34	3,68	1,32	0,38	0,41	0,15	0,59

Źródło: opracowanie własne.

³¹ Wartości różniące się w sposób istotny statystycznie zostały pogrubione.

Średnia znajomość języków jest wyższa wśród osób, które wybierały możliwość ich używania w codziennej pracy jako argument przemawiający za pracą w centrach usług, natomiast jedynie różnica znajomości angielskiego okazała się być istotna statystycznie na poziomie $p = 0,006$.

6.6. Niechęć do podjęcia pracy w centrach usług

Jedynie 12,1% badanych zadeklarowała, że podjęłaby pracę w centrach usług w ostateczności lub całkowicie wykluczyła tę możliwość. Najczęściej podawanym powodem takiej decyzji jest niechęć do zatrudnienia w korporacji, którą zaznaczyło 12 osób. Liczbę wskazań poszczególnych wariantów odpowiedzi przedstawia wykres 11.

Wykres 11. Powody niechęci do podjęcia pracy w centrach usług

Źródło: opracowanie własne.

7. Podsumowanie wyników

Większość (76%) łódzkich studentów kierunków ekonomicznych zgromadziła już jakieś doświadczenie zawodowe, co stanowi dobrą informację z punktu widzenia ich atrakcyjności na rynku pracy. Z drugiej strony, w przypadku 73% z nich jest ono bardzo krótkie i nie przekracza sześciu miesięcy.

Przy podziale na płeć okazuje się, że tylko 13% kobiet miało kiedykolwiek umowę o pracę, a 28% z nich nigdy nie pracowało. W przypadku mężczyzn odsetki te wynoszą odpowiednio 29% i 11%. Pokazuje to, iż już na etapie

studiów kobiety znajdują się w gorszej sytuacji na rynku pracy, gdyż oprócz kompetencji pracodawcy cenią również posiadanie doświadczenia zawodowego.

Analiza doświadczenia w sektorze pokazuje, że aż 96% badanych nigdy w nim nie pracowało. Z drugiej strony chęć podjęcia pracy w centrach usług deklaruje aż 87,9% – 54,8% bezwarunkowo, a 33,1% tylko w obszarze związanym z kierunkiem studiów.

Chęć pracy w sektorze deklaruje istotnie więcej kobiet: 60% z nich chce pracować w nim bezwarunkowo. Dla porównania, odpowiedzi takiej udzieliło niespełna 40% mężczyzn. Chęć pracy w centrach usług w obszarze związanym z kierunkiem studiów zadeklarowało 34% zarówno kobiet, jak i mężczyzn.

Pytanie o powody chęci podjęcia pracy w sektorze SSC/BPO pozwala na pośrednie opisanie wizerunku centrów usług wśród łódzkich studentów kierunków ekonomicznych. Okazuje się, że są one postrzegane jako miejsca pracy oferujące możliwości rozwoju, wysokie zarobki, pracę w międzynarodowym środowisku, możliwość używania języków obcych w ramach codziennych obowiązków oraz prestiż.

Praca w międzynarodowym środowisku oraz możliwość używania języków obcych to powody znacznie częściej wybierane przez studentów analityki: zaznaczyło je odpowiednio 40% i 30% z nich. W przypadku ekonomistów odsetki te wynoszą 21% i 15%. Rozpatrywanie używania języków jako powodu chęci pracy wiąże się prawdopodobnie z ich znajomością, która jest lepsza wśród studentów analityki.

Poziom znajomości języków wśród łódzkich studentów jest zróżnicowany. 85% badanych deklaruje znajomość angielskiego na poziomie średniozaawansowanym i wyższym. Biorąc pod uwagę wymagania centrów, można przyjąć, że mógłby to być poziom wystarczający na podjęcie w nich pracy. Z drugiej strony, znajomość pozostałych głównych języków europejskich jest na poziomie znacznie niższym. Centra usług rozwijają się w kierunku obsługi klientów w różnych krajach, co przekłada się na wymagania wobec potencjalnych kandydatów. Obecnie angielski jest najczęściej traktowany jako środek komunikacji wewnątrz firmy, natomiast zadania wykonywane są w innych językach. Może to oznaczać, że większość łódzkich studentów kierunków ekonomicznych będzie mogła znaleźć zatrudnienie przy ograniczonej części procesów, świadczonych tylko dla klientów anglojęzycznych, co zmniejsza ich atrakcyjność z punktu widzenia pracodawców i wpływa na niższy poziom pensji³².

³² W centrach usług pensja często jest ściśle uzależniona od posiadanych kompetencji, zwłaszcza znajomości języków. Każdy kolejny język przekłada się na podwyżkę wynoszącą nawet kilka-set złotych.

Zakończenie

Na podstawie przeprowadzonego badania można stwierdzić, że większość łódzkich studentów kierunków ekonomicznych ma bardzo pozytywne postawy wobec pracy w sektorze SSC/BPO. Dodatkowo, widzą oni centra usług jako przedsiębiorstwa oferujące liczne korzyści, takie jak możliwości rozwoju, wysokie zarobki czy pracę w międzynarodowym środowisku. Jest to bardzo istotna informacja z punktu widzenia pracodawców z tego sektora, gdyż pozwala przypuszczać, że nie będą oni mieli problemów z pozyskaniem licznej puli kandydatów na tworzone właśnie stanowiska. Badanie pokazuje także, że centra usług zbudowały bardzo pozytywny wizerunek w Łodzi jako potencjalni pracodawcy, zrywając jednocześnie z powstałymi niegdyś niekorzystnymi skojarzeniami.

Posiadanie licznej puli chętnych do pracy kandydatów jest oczywiście istotne. Z drugiej strony, kolejnym, nie mniej ważnym, elementem są kwalifikacje tych osób. Z badania płyną również wnioski wskazujące studentom kierunki rozwoju. Przede wszystkim powinni oni poświęcić więcej uwagi nauce języków obcych, traktując jako minimum angielski i inny język europejski. Bardzo istotne jest również zdobywanie doświadczenia zawodowego już w trakcie studiów, gdyż ten element jest również brany pod uwagę przez potencjalnych pracodawców, nie tylko z sektora usług biznesowych.

Literatura

- Association of Business Service Leaders in Poland, *Sektor nowoczesnych usług biznesowych w Polsce*, 2012, <http://www.absl2012.epublish24.com/index.html#/II/>.
- Association of Business Sector Leaders in Poland, *Sektor nowoczesnych usług biznesowych w Polsce*, 2013, <http://www.absl2013.epublish24.com/>.
- Association of Business Service Leaders in Poland, *Sektor SSC/BPO w Polsce*, wrzesień 2010, <http://absl.pl/reports>.
- Association of Business Sector Leaders in Poland, *Usługi biznesowe dla sektora finansowego*, maj 2013, <http://raport.finansowy.absl.epublish24.com/#/5/zoomed>.
- Bank Danych Lokalnych GUS, http://www.stat.gov.pl/bdl/app/strona.html?p_name=indeks.
- Banachowicz E., *Centra usług wspólnych. Stan obecny i perspektywy rozwojowe*, [w:] A. Szymaniak (red.), *Globalizacja usług. Outsourcing, offshoring i shared services centers*, Wydawnictwo Naukowe INPiD UAM, Poznań 2007.
- Bem D. J., *Self-perception theory*, „Advances in Experimental Social Psychology” 1972, vol. 6.
- Biuro Strategii, Partnerstwa i Funduszy, Oddział Strategii Rozwoju Miasta Urzędu Miasta Łodzi, *Diagnoza strategiczna Łodzi. Synteza*, <http://uml.lodz.pl/get.php?id=5377>.
- Brożyńska A., *Call centers organizacje-maszyny naszych czasów*, „Zarządzanie Zasobami Ludzkimi” 2013, nr 1(89).
- Chaiken S., Stangor C., *Attitudes and attitude change*, „Annual Review of Psychology” 1987, vol. 38.
- Chojnacki P., *Zjawisko outsourcingu i jego znaczenie dla współczesnego rynku pracy*, [w:] A. Rogozińska-Pawelczyk, D. Majewski (red.), *Trendy na rynku pracy*, Wydawnictwo UŁ, Łódź [w druku].

- Mądrzycki T., *Psychologiczne prawidłowości kształtowania się postaw*, Państwowe Zakłady Wydawnictw Szkolnych, Warszawa 1977.
- Strelau J., Doliński D. (red.), *Psychologia. Podręcznik akademicki*, t. 2, GWP, Gdańsk 2008.
- Trocki M., *Outsourcing. Metoda restrukturyzacji działalności gospodarczej*, PWE, Warszawa 2001, s. 13.
- Wojciszke B., *Psychologia społeczna*, Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR, Warszawa 2011.
- Załącznik do uchwały Nr XLIII/824/12 Rady Miejskiej w Łodzi z dnia 25 czerwca 2012 r. w sprawie przyjęcia „Strategii Zintegrowanego Rozwoju Łodzi 2020+”, <http://uml.lodz.pl/get.php?id=3943>.

<http://www.fujitsu.com/pl/about/local/loasz/>.

<http://mlodziwlodzi.pl/jezyki-i-twarda-wiedza-po-tych-studiach-bedzie-praca/#more-26140>.

<http://mlodziwlodzi.pl/praca-w-lodzi-ktore-firmy-zatrudniaja-kogo-szukaja/#more-26211>.

Streszczenie

Badanie zostało przeprowadzone wiosną 2013 r. i objęło 157 studentów kierunków ekonomicznych Uniwersytetu Łódzkiego. Wyniki pokazują, że większość z nich ma pozytywny stosunek wobec pracy w centrach SSC / BPO, zwłaszcza kobiety. Powody rozpoczynania pracy w tych centrach obejmowały możliwości rozwoju, wysokie wynagrodzenie i możliwość pracy w międzynarodowym środowisku. Artykuł kończy opis wizerunku centrów jako pracodawcy oraz wskazówki dla studentów dotyczące sugerowanych kierunków rozwoju kompetencji.

Summary

THE ATTITUDES OF STUDENTS OF BUSINESS FACULTIES IN ŁÓDŹ TOWARDS WORK IN BUSINESS SERVICE CENTERS (SSC / BPO)

The study was conducted in spring 2013 and included 157 business faculty students from Łódź University. It showed that a great majority of them have a positive attitude towards work in SSC / BPO centers, and even more so in the case of women. The reasons for starting such work included the possibilities of development, high salaries and the possibility to work in an international environment. The paper ends with a description of the image of SSC / BPO centers as an employer and suggestions for students with regard to the areas they should further develop.