

| polska.

raport krajowy
randstad
employer brand
research 2023



human forward.



spis treści.

- 01 wstęp
- 02 informacje o badaniu
- 03 czynniki atrakcyjności pracodawców w Polsce
- 04 przyjazna atmosfera pracy
- 05 rozwój zawodowy
- 06 benefity pozapłacowe w 2023 roku
- 07 zmiany zatrudnienia w obliczu kryzysu
- 08 kanały poszukiwania pracy
- 09 wyzwania pracodawców w 2023 roku. Powrót do biur i inkluzywność
- 10 najbardziej atrakcyjni pracodawcy 2023
- 11 najbardziej atrakcyjne branże w Polsce

wstęp.



kilka słów o raporcie.

W dobie kryzysu inflacyjnego i rosnącej niepewności gospodarczej, będących skutkiem niedawno zakończonej pandemii oraz prowadzonych za wschodnią granicą Polski działań wojennych, wielu pracodawców zadaje sobie dziś pytania: jak obecna sytuacja wpływa na oczekiwania pracowników? Jak w trudnych czasach budować silną markę pracodawcy i z jej pomocą przyciągać najbardziej obiecujące talenty oraz zatrzymywać w organizacji najlepszych specjalistów?

W znalezieniu odpowiedzi na te i wiele innych pytań związanych z kadrowymi wyzwaniem pracodawców w obliczu kryzysu pomaga poniższy raport **Randstad Employer Brand Research 2023**.

Tegoroczna edycja naszego opracowania dobitnie pokazuje, że w ciągu ostatnich kilku pandemicznych lat oczekiwania zatrudnionych wobec pracodawców

uległy większej klaryfikacji, a w niepewnych czasach bardziej niż kiedykolwiek wcześniej liczą się wartości, które zwiększają poczucie zawodowo-finansowego bezpieczeństwa pracowników.

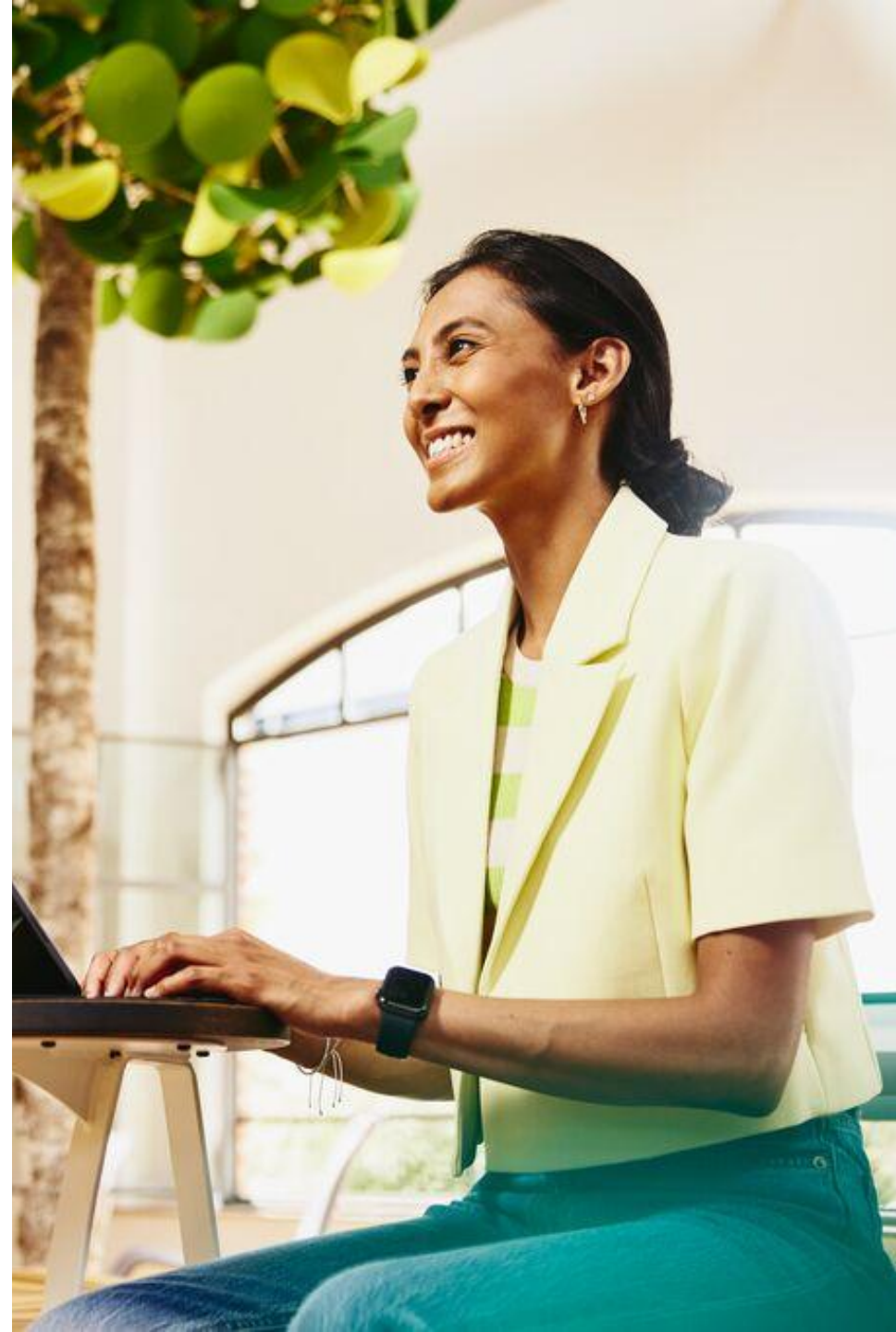
Już nie tylko atrakcyjne wynagrodzenie i benefity, ale także m.in. **możliwość rozwijania kompetencji i doskonalenia umiejętności** w miejscu pracy oraz **przyjazna atmosfera** decydują o chęci zatrudnienia i związania się na dłużej z daną firmą. Na znaczeniu zyskuje także **dobra reputacja pracodawcy** na rynku.

Jak wielokrotnie podkreślaliśmy w poprzednich edycjach raportu, zaspokojenie aktualnych oczekiwań i potrzeb pracowników to klucz do większego zaangażowania i satysfakcji zatrudnionych oraz fundament pod budowę wizerunku godnego zaufania pracodawcy.

wyzwania pracodawców w 2023 roku.

Właśnie dlatego w 2023 roku to sprawna i umiejętna odpowiedź na bardziej sprecyzowane oczekiwania pracowników w zakresie bezpieczeństwa zatrudnienia będzie głównym wyzwaniem, z którym powinny zmierzyć się firmy aspirujące do grona najbardziej atrakcyjnych pracodawców.

Więcej informacji przydatnych w opracowaniu [strategii employer brandingowej](#), która pomoże dokonać tego skutecznie, zawarliśmy na kolejnych stronach tego opracowania.



informacje o badaniu.



czym jest randstad employer brand research.

- To reprezentatywne **badanie marki pracodawcy** opierające się na opiniach ogółu populacji. Bazuje na 23 latach doświadczenia na świecie, jak skutecznie kształtować wizerunek pracodawcy, a od 13 lat w Polsce.
- Niezależne badanie, w którym wzięło udział ponad **160 000 respondentów** oceniających atrakcyjność **6 022 firm** na całym świecie. W Polsce **4 718 respondentów**.
- Odzwierciedlenie atrakcyjności pracodawców w danym kraju dla **150 największych firm** na rynku, znanych przez **co najmniej 10% populacji**.
- Dostarcza **cennych spostrzeżeń**, które pomagają firmom kształtować swoją markę pracodawcy.



Randstad Employer Brand obejmuje już 32 rynki, czyli ponad 75% globalnej gospodarki.

na całym świecie

- niemal 163 000 respondentów
- 6 022 przebadane firmy

próba

- osoby w wieku od 18 do 64 lat
- dobór reprezentatywny ze względu na wiek
- przewaga grupy wiekowej 25 - 44
- składa się ze studentów, osób pracujących oraz bezrobotnych

realizacja badania

- wywiad online
- przeprowadzane między grudniem 2022 a lutym 2023

czas trwania wywiadu

- 16 minut

Polska

- 4 718 respondentów



argenty
australia
austria
belgia
brazylia
chiny
czechy

francja
grecka
hiszpania
holandia
hong kong SAR
indie
japonia

kanada
luksemburg
malezja
meksyk
niemcy
norwegia
nowa zelandia

polska
portugalia
rumunia
singapur
stany zjednoczone
szwajcaria
szwecja

urugwaj
wielka brytania
węgry
włochy

główne założenia randstad employer brand research.

respondent ocenia 30 firm

„czy znasz tę firmę?”
określa znajomość marki.

w odniesieniu do firm znanych

„czy chciałbyś/abyś
pracować dla tej firmy?”
określa atrakcyjność marki.

każda znana firma

ocena poszczególnych
aspektów zatrudnienia
określa źródła atrakcyjności
marki.

aspekty zatrudnienia

każda firma oceniana jest
ze względu na:

- 01 dobrą sytuację finansową firmy
- 02 stabilność zatrudnienia
- 03 możliwość rozwoju kariery
- 04 troskę o sprawy społeczne
- 05 przyjazną atmosferę pracy
- 06 work-life balance
- 07 dobrą reputację
- 08 atrakcyjne wynagrodzenie
i benefits
- 09 lokalizację

dobór losowy

Każdemu badanemu przedstawiono losowo wybrane
30 firm. Ocenę marki pracodawcy dokonywali
wyłącznie Ci badani, którzy zadeklarowali jej
znajomość.

Aby zagwarantować wystarczającą liczbę badanych
mniej znanym firmom, zastosowano metodę
inteligentnego doboru próby. Zgodnie z jej
założeniem firmy o niższej znajomości pokazywane
są częściej. Firmy pojawiające się po raz pierwszy
w badaniu wyświetlane są minimum 1 400 razy.
Dzięki temu Randstad Employer Brand Research
dostarcza bardziej wiarygodnych spostrzeżeń
na temat zarówno mniej, jak i bardziej znanych
marek pracodawców.

KANTAR TNS_®

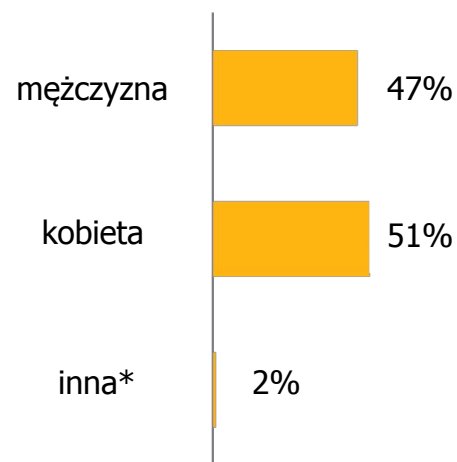
Na potrzeby tego badania Randstad współpracuje z firmą Kantar TNS.
Jedną z największych na świecie agencji badawczych.



charakterystyka próby w polsce

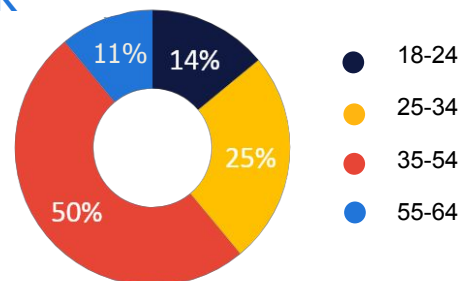
płeć, wiek, region, wykształcenie i status zatrudnienia.

płeć

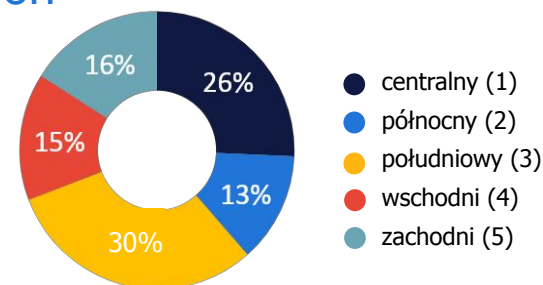


*składa się z niebinarnych, interseksualnych, transpłciowych i płynnych płciowo osób, a także innych tożsamości płciowych niewymienionych powyżej oraz osób, które wolą nie odpowiadać na pytanie

wiek

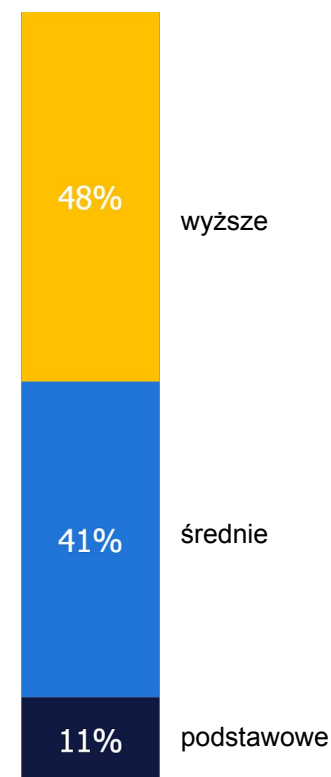


region

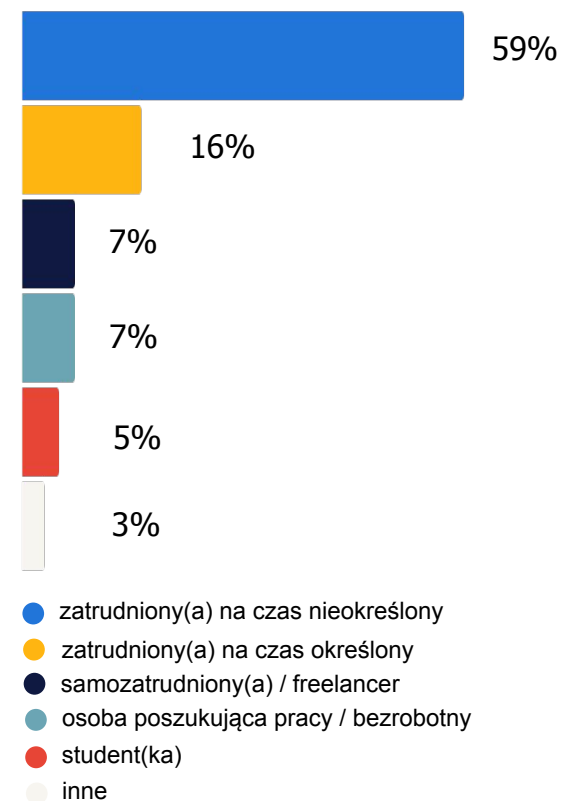


1. Łódzkie, Mazowieckie, Świętokrzyskie
2. Pomorskie, Warmińsko-Mazurskie, Zachodniopomorskie
3. Dolnośląskie, Małopolskie, Opolskie, Śląskie
4. Lubelskie, Podkarpackie, Podlaskie
5. Kujawsko-Pomorskie, Lubuskie, Wielkopolskie

wykształcenie



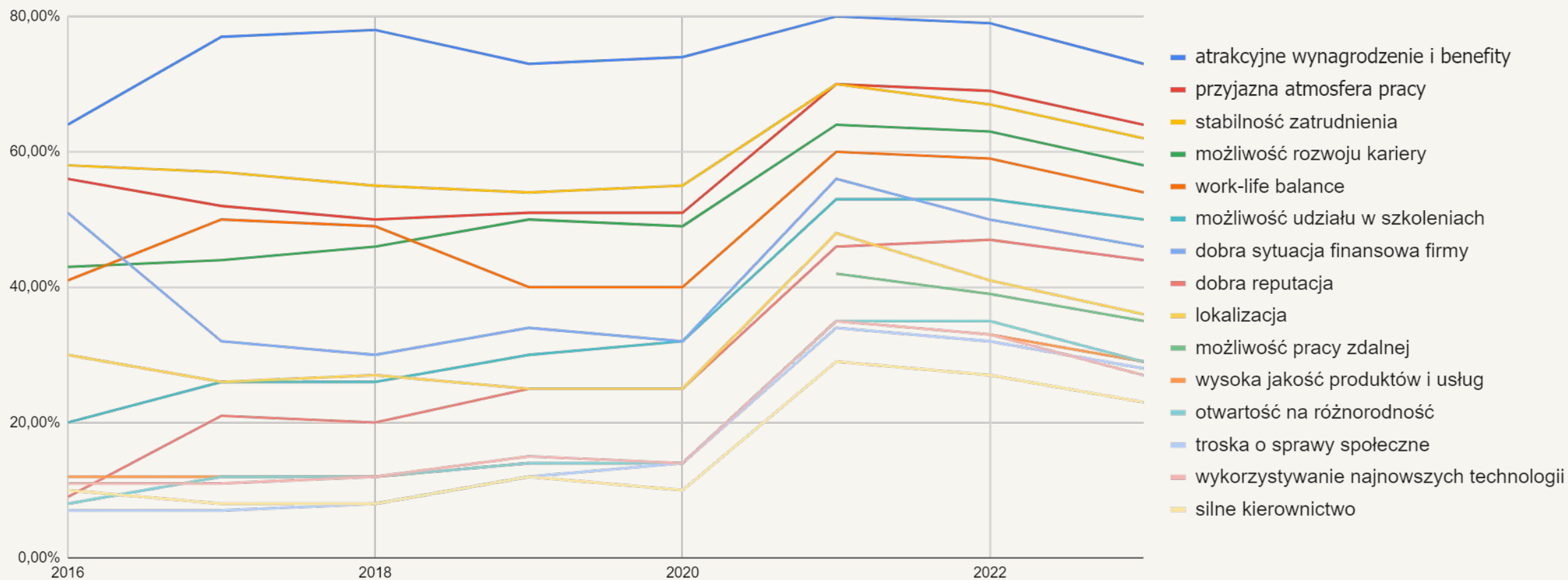
status zatrudnienia



czynniki atrakcyjności pracodawców w polsce.



które czynniki najsilniej decydują o wyborze pracodawcy w 2023 roku?



co powinien oferować pracodawca w 2023 roku?



wynagrodzenie na 1. miejscu

jako ważny aspekt zatrudnienia badani najczęściej wskazywali **atrakcyjne wynagrodzenie i benefity** (73%). Silna pierwsza pozycja tego elementu utrzymuje się w naszych badaniach nieprzerwanie od 2016 roku.

Jednak w ciągu ostatnich trzech lat dystans dzielący ten czynnik od innych wskaźników zauważalnie skrócił się w porównaniu do czasów przed pandemią.



atmosfera i rozwój są coraz ważniejsze

kolejnymi najistotniejszymi dla badanych czynnikami zatrudnienia są **przyjazna atmosfera pracy** (64%), która w ciągu ostatnich lat staje się coraz ważniejszym aspektem wyboru pracodawcy, oraz **stabilność zatrudnienia** (62%).

Szczególną uwagę zwracają czynniki związane z rozwojem pracowników. Dobrą czwartą pozycję zajmuje **możliwość rozwoju kariery** (58%). Pracownicy coraz częściej wskazują także na **możliwość udziału w szkoleniach** – w porównaniu do lat 2016-2018, tegoroczny wynik tego elementu jest dwukrotnie wyższy (50% vs. 20-26%).



znaczenie reputacji pracodawcy

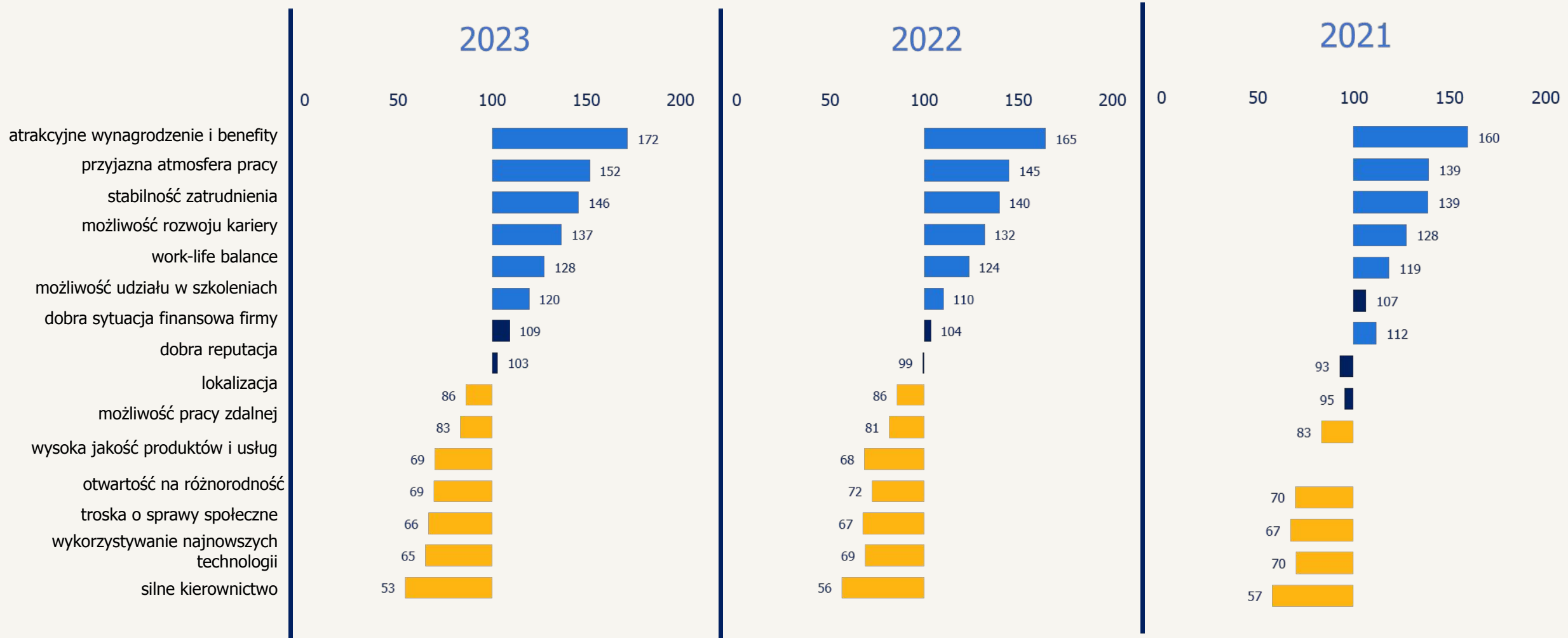
czynnikiem, który zanotował w tym roku zauważalny wzrost liczby wskazań, jest **dobra reputacja pracodawcy** (44%).

Przed pandemią był to jeden z rzadziej wybieranych czynników atrakcyjności zatrudnienia (9-25% w latach 2016-2019).

Jednak od 2020 roku staje się w opinii pracowników coraz bardziej istotnym argumentem wyboru danego pracodawcy.

co ważne, w tym roku wszystkie czynniki atrakcyjności zatrudnienia otrzymały niższe oceny w porównaniu z poprzednią edycją badania, a każdy ankietowany wskazywał mniej elementów niż przed rokiem. Oznacza to, że potrzeby pracowników stają coraz bardziej sprecyzowane.

co jest najważniejsze dla pracowników?



jak czytać powyższe zindeksowane wyniki:

150: czynnik jest wybierany jako ważny o 50% częściej niż przeciętnie (średnia = 100)

75: czynnik jest wybierany jako ważny o 25% rzadziej niż przeciętnie (średnia = 100)

co sądzą pracownicy o ofercie obecnego pracodawcy?

Największy odsetek uczestników naszego badania jest zdania, że ich pracodawcy oferują takie czynniki decydujące o atrakcyjności miejsca pracy jak: [stabilność zatrudnienia](#), [lokalizacja](#), [dobra sytuacja finansowa firmy](#) oraz [przyjazna atmosfera pracy](#).

ocena obecnego pracodawcy

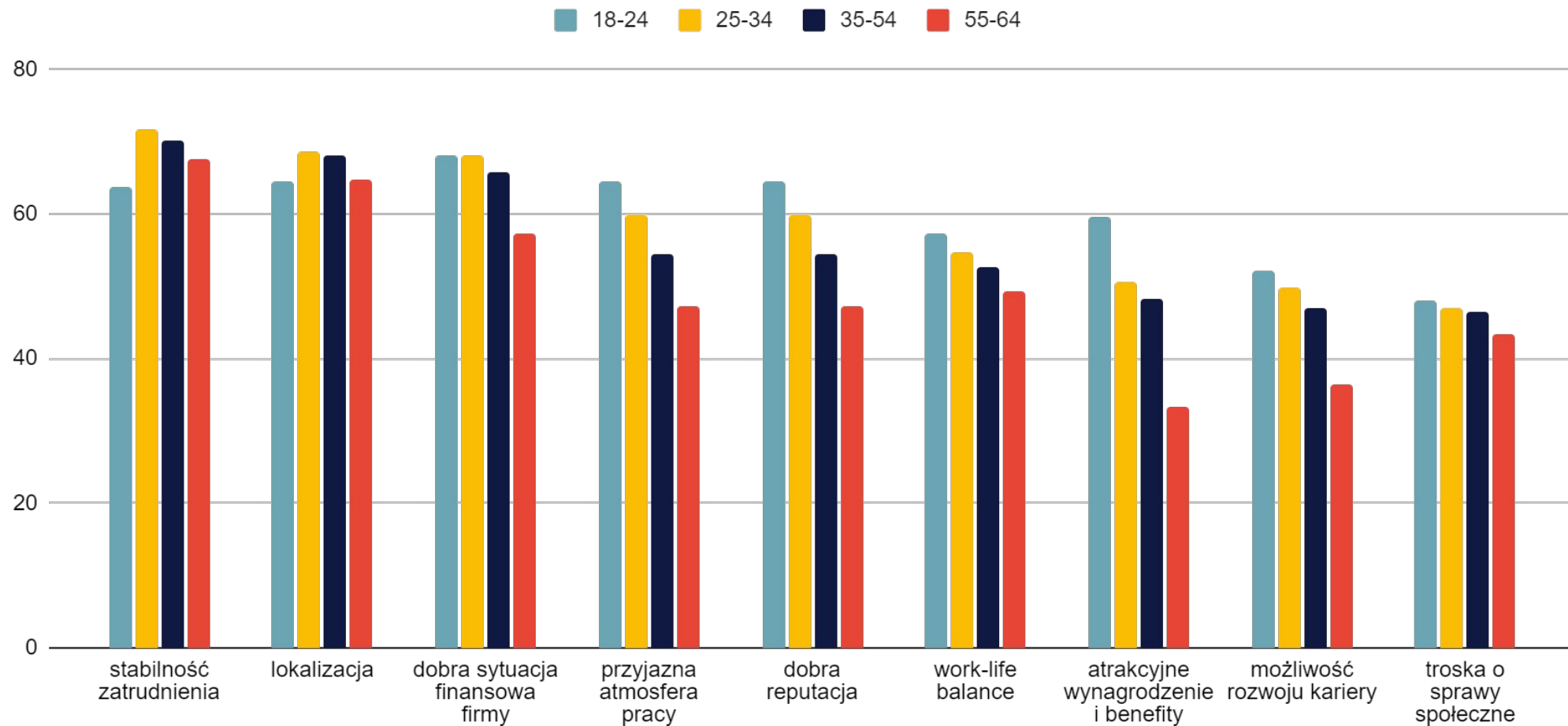
1.	stabilność zatrudnienia	70%
2.	lokalizacja	68%
3.	dobra sytuacja finansowa firmy	66%
4.	przyjazna atmosfera pracy	56%
5.	dobra reputacja	55%
6.	work-life balance	53%
7.	atrakcyjne wynagrodzenie i benefity	48%
8.	możliwość rozwoju kariery	47%
9.	troska o sprawy społeczne	46%

czy potrzeby pracowników są spełnione?

Warto zwrócić uwagę na dwa elementy: [atrakcyjne wynagrodzenie i benefity](#) oraz [możliwość rozwoju kariery](#).

Są oceniane stosunkowo nisko, podczas gdy zajmują wysokie miejsca w rankingu czynników atrakcyjności pracodawców i po pandemii stają się dla pracowników coraz ważniejszymi aspektami zatrudnienia.

różnice pokoleniowe w ocenie obecnego pracodawcy.



różne pokolenia, różne perspektywy.

Wyniki nie różnią się znacząco w zależności od płci, poziomu wykształcenia i rodzaju zatrudnienia naszych respondentów. Interesujące różnice w odpowiedziach możemy jednak zauważyć, gdy spojrzymy na **wiek badanych**.

- 64% osób z **pokolenia Z** uważa, że ich obecny pracodawca oferuje **przyjazną atmosferę pracy**. Tę opinię podziela zaledwie 47% **baby boomersów**.
- Pokoleniowy rozdźwięk w opiniach kształtuje się w podobny sposób w przypadku **atrakcyjnego wynagrodzenia i benefitów** – niemal 60% osób w wieku **18-24 lata** i tylko 33% osób w wieku **55-64 lata** uważa, że ich pracodawca zapewnia ten element zatrudnienia.



oczekiwania pracowników a oferta obecnego pracodawcy: najważniejsze wnioski.

W tegorocznej edycji badania zauważamy, że w oczekiwaniach pracowników zaczyna wyodrębniać się nowa grupa potrzeb. W czasach postpandemicznych oczekiwania pracowników stopniowo stają się coraz bardziej konkretne i sprecyzowane.

Jednocześnie badani wskazują mniej czynników atrakcyjności zatrudnienia, ale wybierają tylko te, które mają dla nich naprawdę duże znaczenie.



rośnie rola rozwoju zawodowego i doskonalenia umiejętności. Pracownicy zauważają, że rozwój zapewnia większą stabilność i wyższe zarobki – co jest szczególnie ważne w czasach szalejącej inflacji i kryzysu. To dla pracodawców istotna informacja zwłaszcza w kontekście działań o charakterze employer brandingowym.



pandemia przyczyniła się do zwiększenia świadomości pracowników w zakresie znaczenia czynników pozapłacowych w ofercie zatrudnienia. Liczy się już nie tylko pensja i benefity, ale także m.in. przyjazna atmosfera pracy, która już drugi rok z rzędu plasuje się na drugim miejscu w rankingu czynników decydujących o atrakcyjności zatrudnienia.



pracownicy coraz częściej zdają sobie sprawę z faktu, że dobra reputacja pracodawcy może zagwarantować większe bezpieczeństwo zatrudnienia, wpływa pozytywnie na dobrą atmosferę w pracy i wiąże się z etycznymi działaniami firmy wobec pracowników. Ten zwrot widoczny jest zwłaszcza po 2020 roku.

przyjazna
atmosfera
pracy.



przyjazna atmosfera pracy.

czym właściwie jest ten istotny dla pracowników czynnik wyboru pracodawcy?

Przyjazna atmosfera pracy to drugi, po wynagrodzeniu, najchętniej wskazywany przez naszych badanych czynnik decydujący o wyborze pracodawcy. Zauważamy, że w ciągu ostatnich dwóch lat znaczenie tego elementu wyraźnie wzrosło w porównaniu do czasów przed pandemią.

Ale czym tak właściwie jest przyjazna atmosfera pracy? Jakie konkretnie aspekty zatrudnienia mają na myśli pracownicy, gdy mówią o przyjaznej atmosferze pracy?

Odpowiedź na to pytanie przynoszą wyniki 51. edycji badania Monitor Rynku Pracy Instytutu Badawczego Randstad (marzec 2023).



czym jest przyjazna atmosfera pracy?

czym jest dla Ciebie przyjazna atmosfera pracy?*



- Przyjazna atmosfera pracy oznacza dla większości badanych **życzliwy i wspierający zespół współpracowników**. Duża grupa respondentów zwraca z kolei uwagę na to, że istotną rolę w tym aspekcie zatrudnienia odgrywa **docenienie przez przełożonych**.
- **Wzajemne zaufanie oraz równe traktowanie** – to w opinii niemal co trzeciej badanej osoby przejaw przyjaznej atmosfery w pracy.

dlaczego warto dbać o przyjazną atmosferę pracy?

Wzrost znaczenia atmosfery pracy jako istotnego czynnika zatrudnienia można określić jako konsekwencję ostatnich kilku pandemicznych lat. W tym czasie w dużej części firm dominował zdalny model pracy. Wielomiesięczna społeczna izolacja i brak osobistego kontaktu ze współpracownikami sprawiły, że dziś – gdy większość pracowników całkowicie lub częściowo wróciła do pracy w biurach — zatrudnieni zaczęli bardziej doceniać ten czynnik zatrudnienia, który istotnie ucierpiał podczas pracy zdalnej.

co to oznacza dla pracodawców?

Mimo że najczęściej wskazywanym aspektem wyboru pracodawcy niezmiennie pozostaje wynagrodzenie, silna pozycja przyjaznej atmosfery w pracy to dla pracodawców klarowny sygnał: pracownicy bardziej niż kiedykolwiek wcześniej oczekują od firm zdecydowanych działań w tym zakresie. Aby móc pozyskiwać najlepsze talenty na rynku, z sukcesem dbać o efektywność zatrudnionych oraz ograniczyć rotację kadr, warto umieścić dbałość o przyjazną atmosferę wysoko na liście HR-owych priorytetów organizacji.



rozwój zawodowy.



rozwój zawodowy: jakie ma znaczenie?

Blisko dwóch na trzech respondentów ocenia rozwój zawodowy jako czynnik, który jest dla nich bardzo ważny lub ważny. Co istotne, w każdej grupie wiekowej tę opinię podziela podobna liczba osób. A to znaczy, że **pracownicy z wszystkich generacji chcą dziś rozwijać swoje umiejętności**.

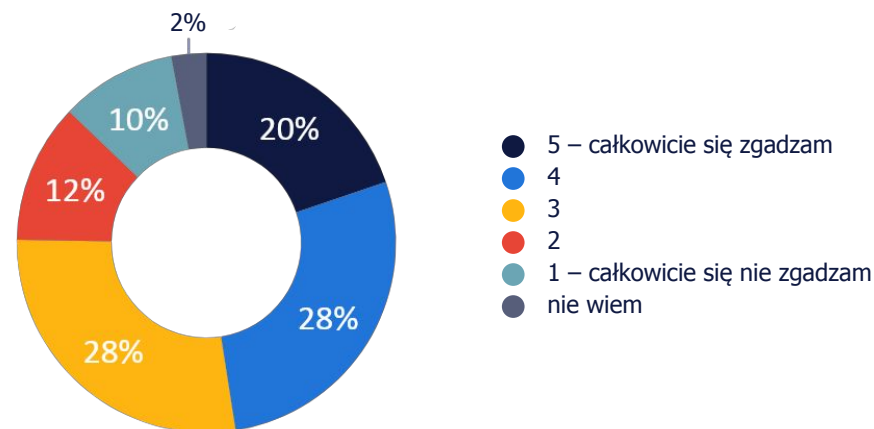
Czy potrzeba rozwoju zawodowego jest **dostrzeżona i zaspokojona przez pracodawców?**

Z naszego badania wynika, że **zasadniczo tak**. Spora część respondentów – bez względu na wiek, płeć, wykształcenie i formę zatrudnienia – jest zdania, że ich obecni pracodawcy zapewniają im wystarczające możliwości, aby mogli rozwijać się na swoich stanowiskach. Jednak warto mieć na uwadze, że co dziesiąty pracownik uważa, że w jego aktualnym miejscu pracy zdecydowanie **brakuje szans na rozwój**.

znaczenie możliwości rozwoju zawodowego



czy obecny pracodawca zapewnia wystarczające możliwości rozwoju by rozwijać się na stanowisku?



podnoszenie kwalifikacji i możliwość przekwalifikowania się.

75%

ankietowanych jest zdania, że podniesienie kwalifikacji to bardzo ważny lub ważny aspekt zatrudnienia. Tę opinię podziela zbliżona liczba osób w każdej grupie wiekowej.

46%

badanych, dla których podnoszenie kwalifikacji jest bardzo ważne, zaznacza, że ich pracodawca oferuje za małe możliwości w tym zakresie. To właśnie ta grupa pracowników może być szczególnie skłonna do szukania nowego miejsca pracy, w którym będzie mogła się rozwijać.

64%

badanych uważa, że pracodawca powinien zapewniać pracownikom możliwości przekwalifikowania się.

35%

osób, które wysoko cenią możliwość przekwalifikowania się, twierdzi, że ich obecny pracodawca nie zapewnia takiej szansy.

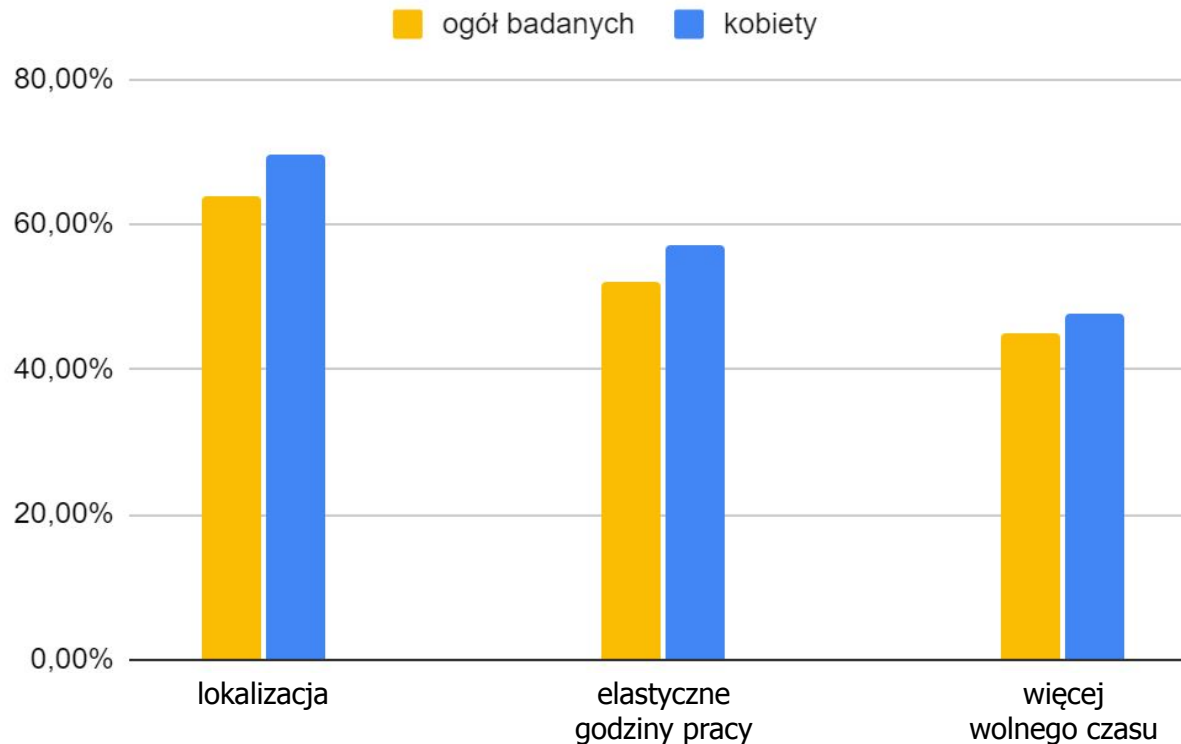
Znacząca większość badanych jest zdania, że pracodawca powinien oferować zatrudnionym możliwość podnoszenia kwalifikacji oraz przekwalifikowania się. Wśród pracowników rośnie świadomość faktu, że dywersyfikacja umiejętności zapewnia większe bezpieczeństwo zawodowe i finansowe w kryzysowych i niepewnych czasach.

benefity pozapłacowe w 2023 roku.



benefity pozapłacowe kto ceni je najbardziej?

najważniejsze benefity dla kobiet

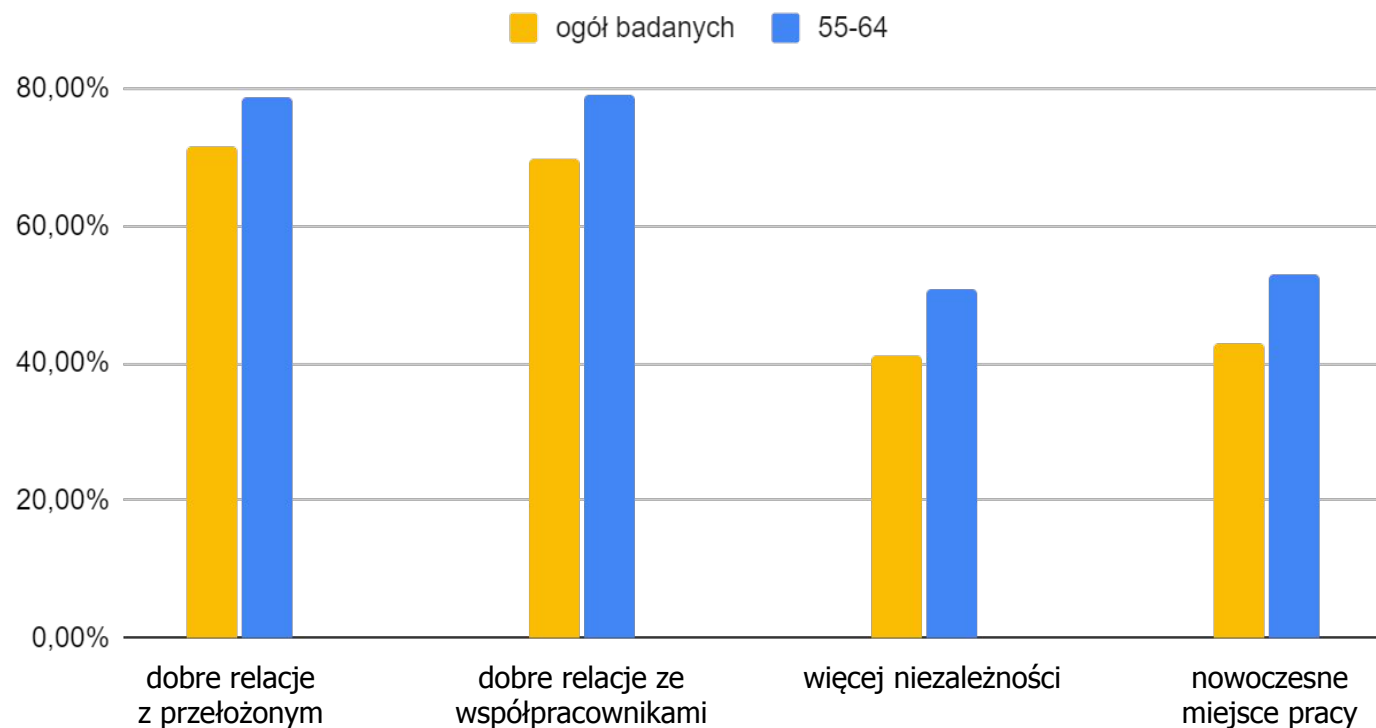


Obserwujemy wyjątkową atrakcyjność poszczególnych benefitów pozapłacowych dla określonych grup pracowników.

Kobiety najbardziej doceniają dogodną lokalizację, elastyczne godziny pracy czy możliwość pracy na pół etatu – benefity, z pomocą których mogą na co dzień łatwiej łączyć aktywność zawodową z obowiązkami rodzinnymi.

które benefity są najważniejsze?

najważniejsze benefity dla osób w wieku 55-64 lat



Warto uważnie przyjrzeć się również potrzebom, jakie wskazują w zakresie benefitów **najstarsi pracownicy**. Są to:

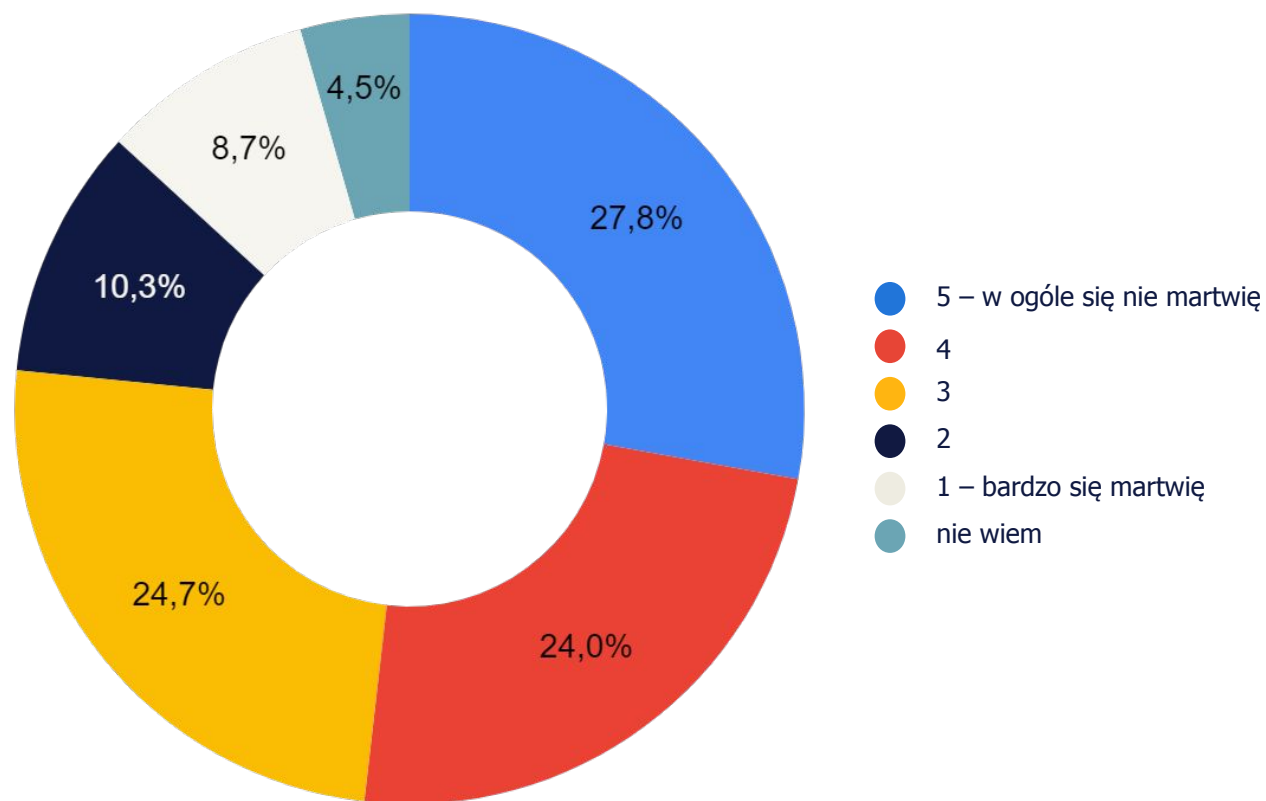
- komfortowe, nowoczesne miejsce pracy,
- dobre relacje ze współpracownikami i przełożonym,
- duża niezależność.

Pracodawcy, którzy chcą skuteczniej zadbać o dobre samopoczucie i efektywność tej lojalnej, doświadczonej grupy pracowników, powinni zwrócić szczególną uwagę na dostępność i jakość tych elementów w miejscu pracy.

zmiany zatrudnienia w obliczu kryzysu.



czy polscy pracownicy obawiają się utrąty pracy w 2023 roku?



W zbiorowej świadomości widmo kryzysu od zawsze kojarzy się z możliwymi trudnościami na rynku pracy, obawami o przyszłość i stabilność zatrudnienia. Jednak największa część respondentów naszego badania twierdzi, że w 2023 roku w ogóle **nie martwi się o utratę pracy** (27,8%). I nie widać tu znaczących różnic w częstości wskazywania tej odpowiedzi ze względu na rodzaj zatrudnienia, wiek, płeć i wykształcenie badanych.

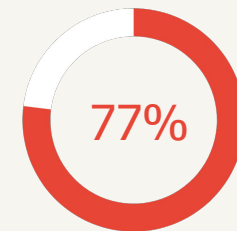
Tylko 8,7% pracowników przyznaje, że **bardzo martwi się o utratę zatrudnienia**. Takie obawy najczęściej wyrażają osoby w wieku 55-64 lata.

ilu pracowników zmieniło pracę w ciągu ostatnich 6 miesięcy 2022 roku?

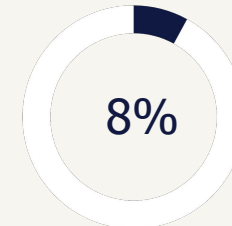
Zdecydowana większość badanych, niezależnie od wieku, **nie zmieniła pracy** w drugim półroczu 2022 roku.

Najwięcej osób, które dokonały w tym czasie zmiany miejsca zatrudnienia, to badani z grupy wiekowej 18-24 lata. Najmłodszy pracownicy szukają swojej ścieżki kariery, bardzo istotne jest dla nich także zdobywanie różnorodnego doświadczenia, co może przekładać się na częstsze niż w pozostałych grupach wiekowych decyzje o zmianie pracodawcy.

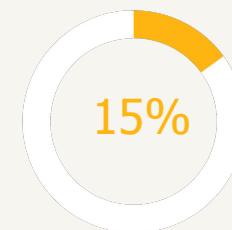
Najrzadziej zmiany pracy dokonały w zeszłym roku osoby z grupy wiekowej 55-64 lata. Najstarsi pracownicy o wiele częściej niż pozostali zatrudnieni wybierają stabilność zatrudnienia. Tym samym wykazują się największą lojalnością wobec pracodawcy. To wszystko sprawia, że warto zwracać szczególną uwagę na potrzeby tej grupy pracowników i właściwie ją doceniać.



badanych nie zmieniło pracy w ciągu ostatnich 6 miesięcy 2022 roku



badanych zmieniło stanowisko w ramach tej samej organizacji w drugiej połowie 2022 roku

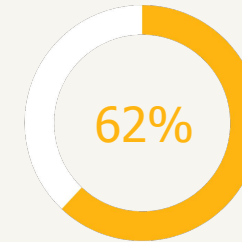
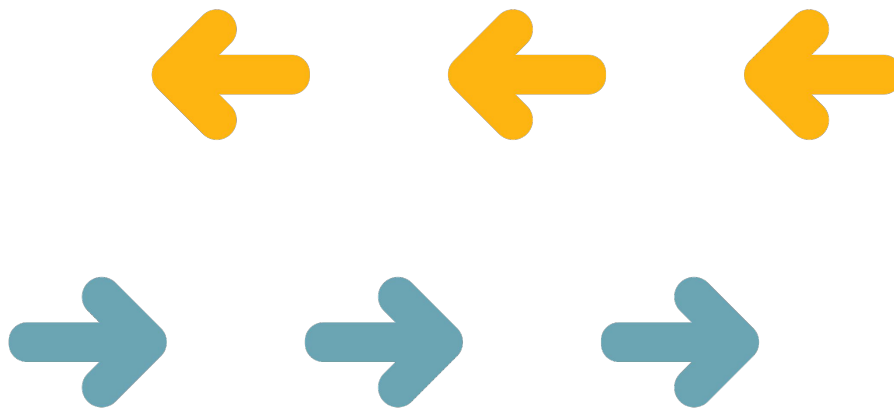


respondentów zmieniło pracodawcę w ciągu drugiego półrocza 2022 roku

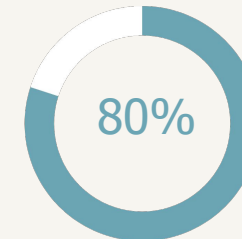
ile osób planuje zmienić pracę w pierwszej połowie 2023 roku?

Większość badanych nie planuje zmieniać pracy w pierwszej połowie 2023 r. Najbardziej otwarci na taką możliwość są jednak pracownicy z grup wiekowych 18-24 i 25-34 lata – co trzeci rozważa taką opcję.

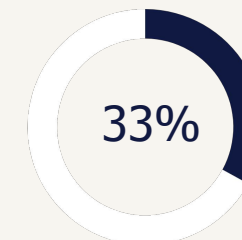
Najmniej popularną opcją, niezależnie od grupy wiekowej, jest zmiana pracy w ramach tej samej organizacji. Przy czym niemal żadna osoba po 55. roku życia nie chce zmieniać swojego stanowiska – taką gotowość zgłasza jedynie 5% badanych z tej grupy.



pracowników nie planuje zmienić miejsca zatrudnienia w perspektywie kolejnych 6 miesięcy

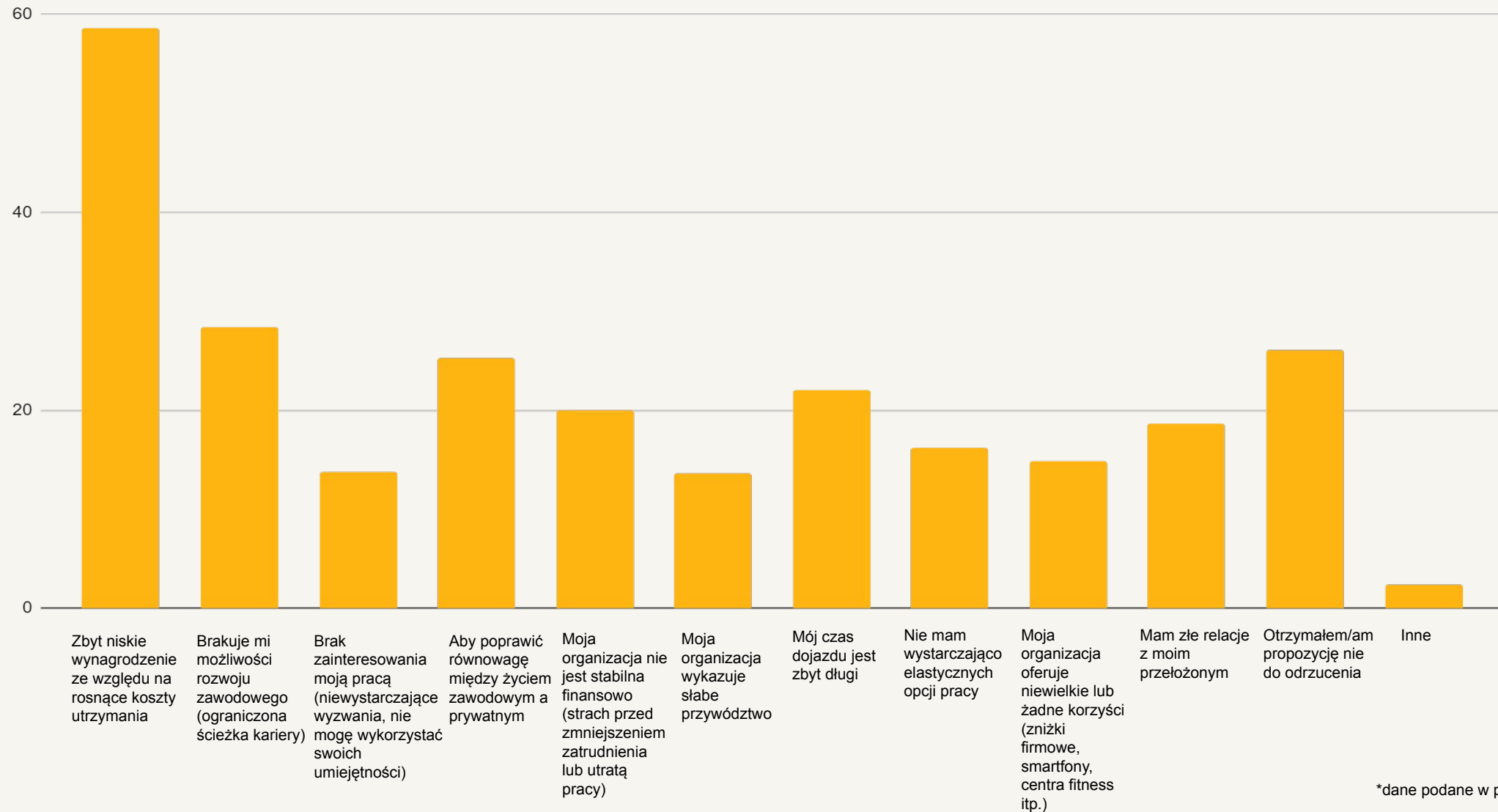


najstarszych pracowników (w wieku 55-64 lata) nie planuje zmienić pracy w pierwszej połowie 2023 roku



najmłodszych badanych (w wieku 18-24 i 25-34 lata) planuje zmienić firmę w ciągu kolejnego pół roku

dla czego pracownicy decydują się na odejście z pracy?



*dane podane w procentach

3 najczęstsze powody odejścia z pracy

zbyt niskie wynagrodzenie

Zbyt niskie wynagrodzenie jest najistotniejszym motywem zmiany miejsca zatrudnienia. Ten powód wskazało aż 59% wszystkich respondentów. W badaniu czynnik ten częściej wskazywany jest przez kobiety, osoby starsze i pracowników z wyższym wykształceniem.

brak możliwości rozwoju zawodowego

Na ograniczoną ścieżkę kariery jako powód do odejścia z pracy zwraca uwagę 28% wszystkich badanych. To przyczyna szczególnie istotna dla najmłodszych pracowników (37%), którzy są na początku swojej ścieżki zawodowej i jednocześnie najmniej istotna dla osób między 55. a 64. rokiem życia, które znajdują się u schyłku swojej kariery (20%).

chęć poprawienia równowagi między życiem zawodowym a prywatnym

25% wszystkich badanych jest zdania, że niewłaściwy work-life balance może przyczynić się do podjęcia decyzji o zmianie pracy. Warto podkreślić, że równowagę pomiędzy życiem prywatnym a zawodowym niezwykle często zaburza dziś praca zdalna i hybrydowa – modele pracy, które najmocniej zyskały na popularności w trakcie pandemii.



kanały poszukiwania pracy.



gdzie pracownicy szukają ofert zatrudnienia?

- Miejscem poszukiwania ofert zatrudnienia, które cieszy się największą popularnością wśród wszystkich badanych – bez względu na ich wiek, płeć, wykształcenie – są [portale z ofertami pracy](#). Korzysta z nich co najmniej 69% osób w każdej grupie wiekowej.
- Najistotniejszą różnicę pokoleniową można zauważyć w liczbie wskazań dotyczących korzystania z [poleceń i znajomości](#) podczas szukania zatrudnienia. Tę formę wybiera ponad połowa osób w wieku 55-64 lat i co trzeci ankietowany poniżej 24. roku życia. Zainteresowanie tym rozwiązaniem spada wraz z wiekiem badanych.
- [Social media](#) to z kolei źródło ofert pracy, którym najbardziej zainteresowana jest najmłodsza grupa pracowników oraz kobiety.

5 najpopularniejszych miejsc poszukiwania pracy

- Portale z ofertami pracy (70%)
- Polecenia i znajomości (41%)
- Social media (41%)
- Publiczne Służby Zatrudnienia (np. urzędy pracy) (28%)
- Google (27%)

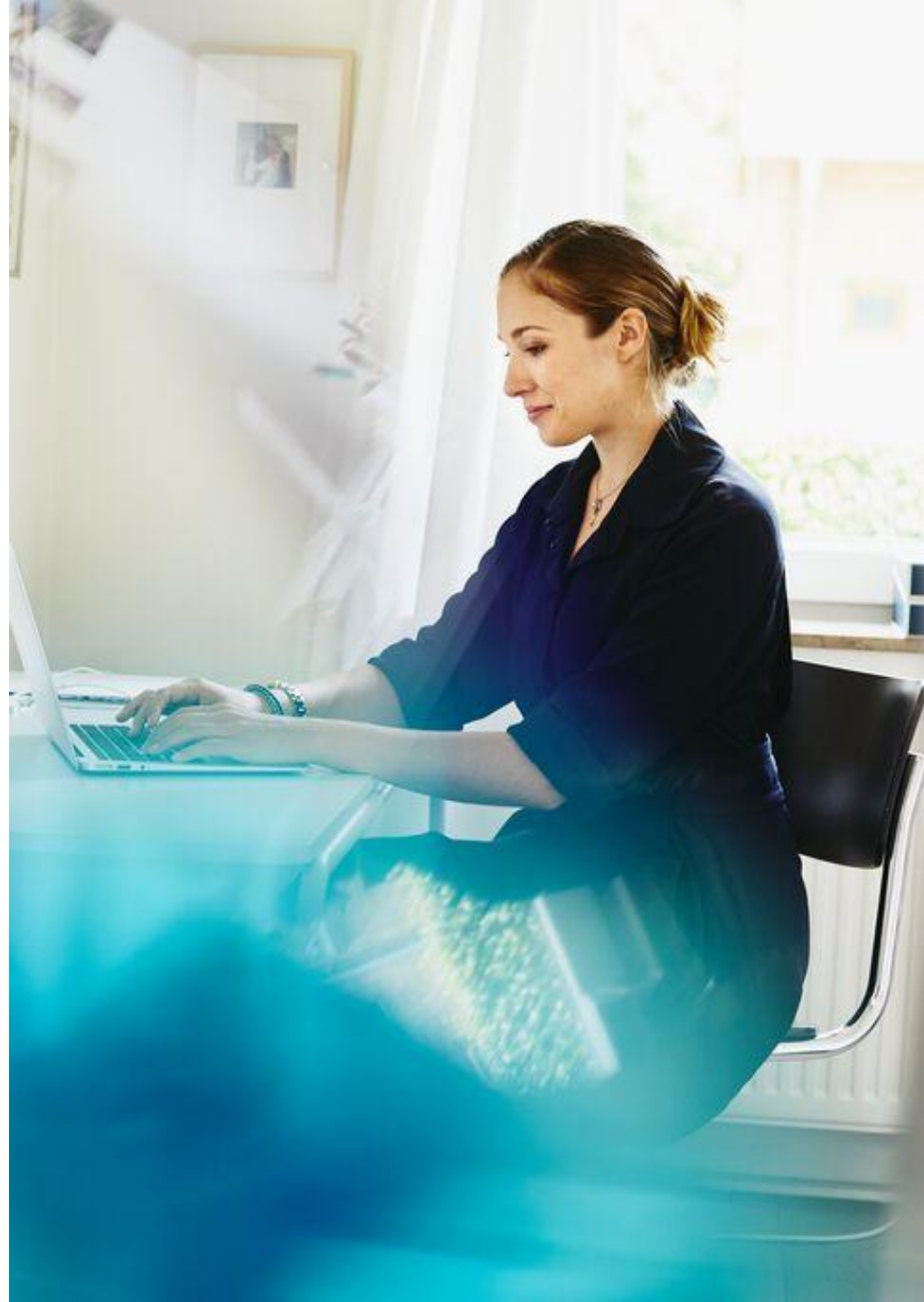


udane poszukiwania.

z jakich źródeł ofert pracy najczęściej korzystali pracownicy, którzy znaleźli zatrudnienie?

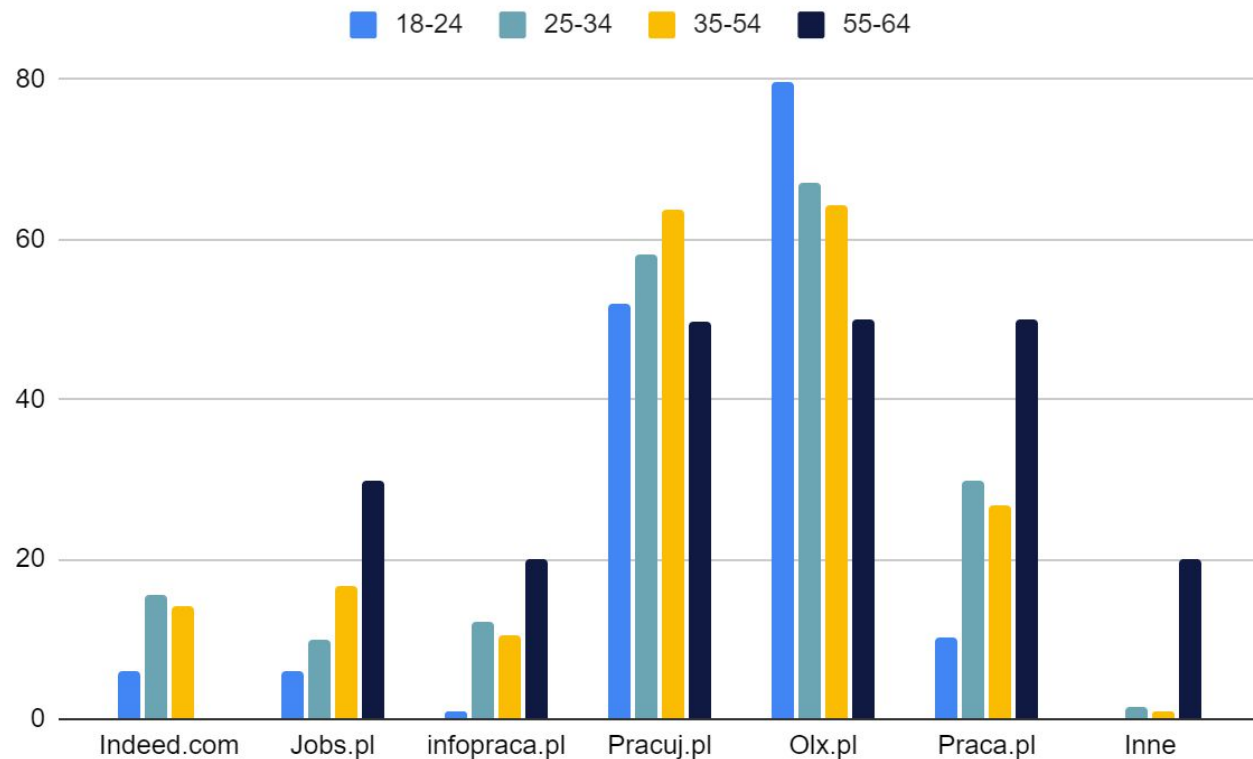
Ponad dwukrotnie większa liczba ankietowanych mężczyzn (20%) niż kobiet (9%), którym udało się znaleźć zatrudnienie, korzystała w tym celu z pomocy agencji rekrutacyjnych. Najskuteczniejszym sposobem poszukiwania zatrudnienia w przypadku obu płci okazały się portale z ofertami pracy. Używało ich 47% mężczyzn i 54% kobiet.

Warto zwrócić szczególną uwagę na preferencje dotyczące źródeł ofert pracy w podziale na wiek respondentów. Co ciekawe, osoby w wieku 55-64 lat, którym udało się znaleźć zatrudnienie, częściej wykorzystywały do tego celu media społecznościowe niż osoby młodsze (29% vs. 18-20% w pozostałych grupach wiekowych). Z kolei najmłodsi pracownicy 1,5 raza częściej używali portali z ofertami pracy niż najstarsi respondenci (60% w grupie 18-24 vs. 42% w grupie 55-64 lata).



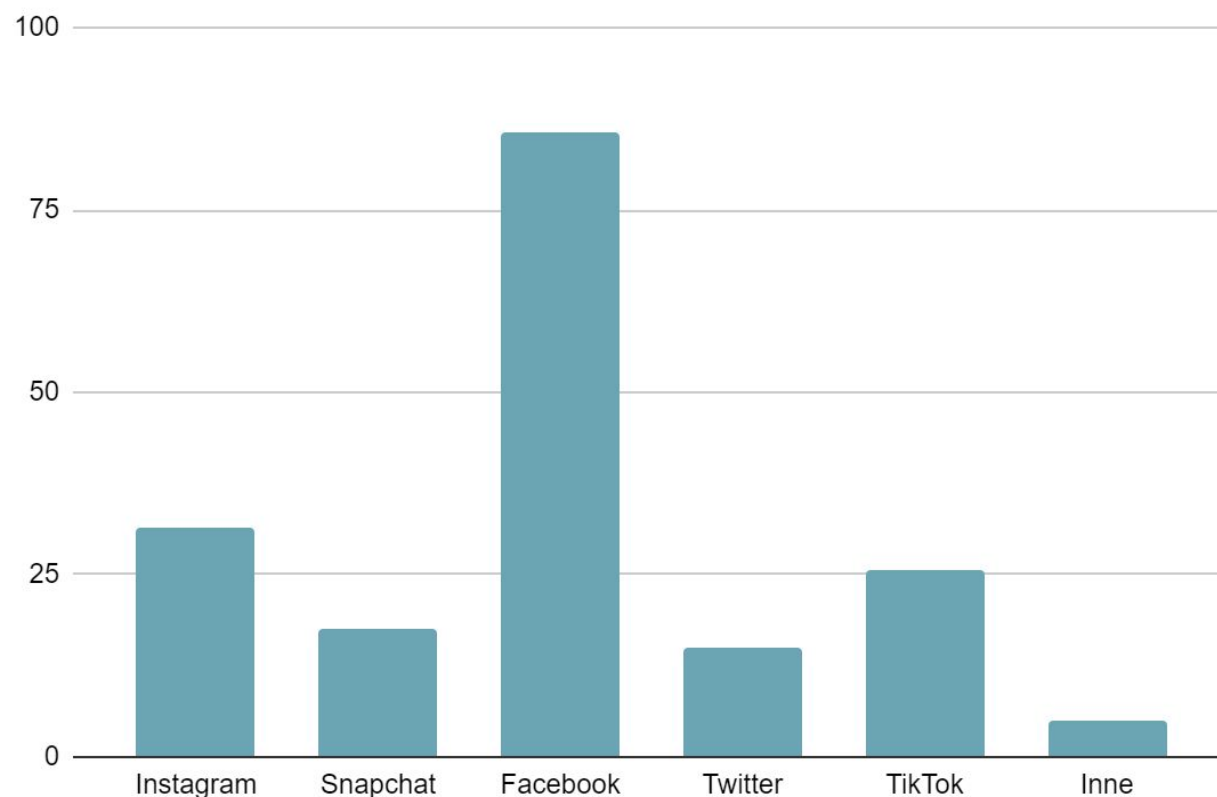
najpopularniejsze portale z ofertami pracy.

Portale z ofertami pracy okazały się w naszym badaniu najczęściej wskazywanym przez respondentów miejscem poszukiwania zatrudnienia, dlatego zapytaliśmy badanych o preferowane przez nich serwisy.



- Portal z ogłoszeniami [OLX.pl](#) okazuje się najczęściej wybieraną opcją wśród pracowników młodego pokolenia (80% wskazań w grupie 18-24). Najmniej – wśród najstarszych uczestników badania (50%).
- Z kolei pracownicy w wieku 55-64 lata zauważalnie chętniej niż pozostali respondenci korzystają z takich portali jak [praca.pl](#), [infopraca.pl](#) czy niezwykle popularny w tej grupie wiekowej [jobs.pl](#).
- Serwis [pracuj.pl](#) cieszy się największym zainteresowaniem osób w wieku 35-54 lata (64% wskazań) i 25-34 lata (58%).

które social media pomagają dziś w szukaniu pracy?



- Social media to nie tylko źródło rozrywki i kanał komunikacji. Media społecznościowe odgrywają obecnie coraz większą rolę jako narzędzia służące do poszukiwania pracy.
- Najczęściej wykorzystywanym w tym celu serwisem jest **Facebook**. Wskazało go aż 86% naszych respondentów – zwłaszcza najmłodszych osób.
- Na drugim miejscu pod względem popularności znalazł się **Instagram**. Korzysta z niego co trzeci badany. Co ciekawe, aplikacja ta jest najczęściej wybierana do szukania pracy przez osoby w wieku 55-64 lata (43% wskazań w tej grupie).
- Podium zamyka **TikTok** z wynikiem 26%.

wyzwania pracodawców w 2023 roku.

powrót do biur
i inkluzywność.



praca zdalna po trzech latach

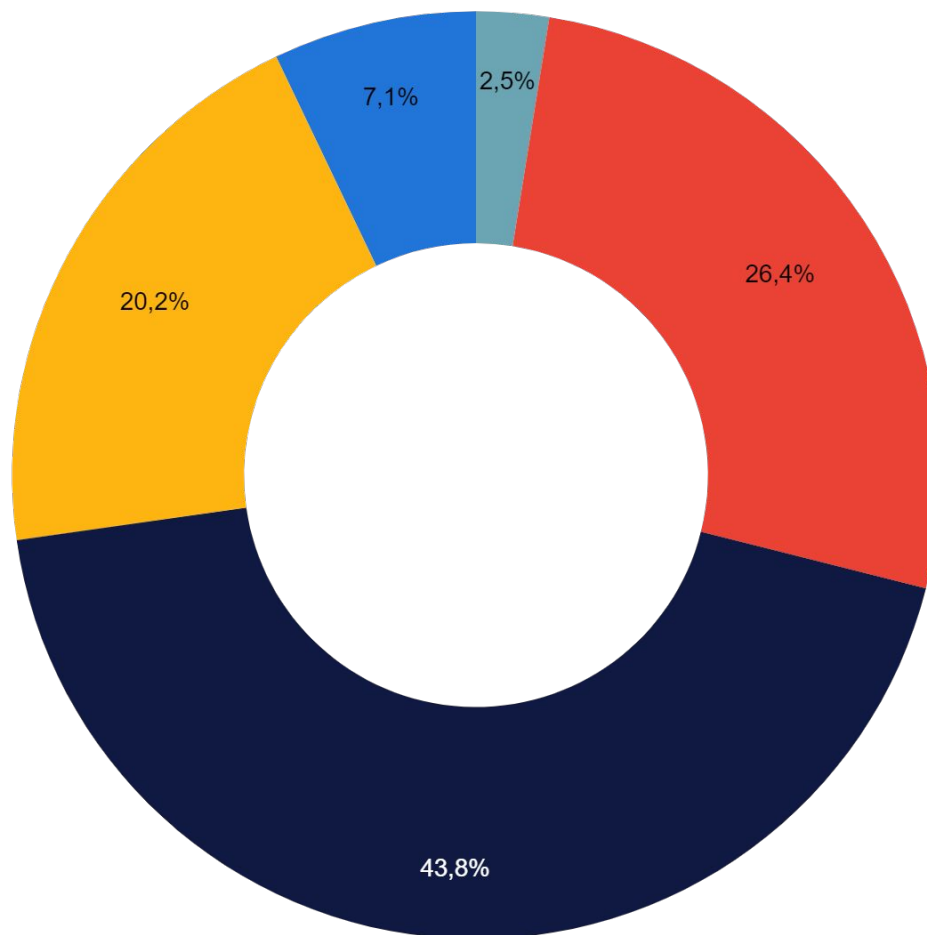
od wybuchu pandemii.

Mimo że na początku pandemii obserwowaliśmy wzrost popularności pracy zdalnej i hybrydowej (w 2021 roku nawet 44% badanych wykonywało swoje obowiązki zawodowe, pracując częściowo lub całkowicie z domu), dziś w ten sposób pracuje blisko co czwarty respondent.

Największa liczba badanych (44%) obecnie pracuje wyłącznie na terenie zakładu pracodawcy, 20% – hybrydowo, a jedynie 7% – w pełni zdalnie. Sytuacja uległa więc niemal całkowitemu odwróceniu.



powrót do biur: wyzwanie dla pracodawców.



(5) Chcę pracować zdalnie, ale mój pracodawca nie pozwala na to (4) W moim zawodzie nie mogę/ nie mam możliwości pracować z domu (3) Nie, pracuję tylko na terenie zakładu pracodawcy (2) tak, pracuję hybrydowo (1) Tak, pracuję tylko zdalnie

Ponowne upowszechnianie się pracy stacjonarnej sprawia, że po trzech latach od wprowadzenia pierwszych obostrzeń pandemicznych wielu pracowników bardziej niż kiedykolwiek wcześniej zwraca uwagę na **przyjazną atmosferę w miejscu pracy** – a więc czynnik zatrudnienia, który w tegorocznej edycji badania zauważalnie zyskał na znaczeniu.

Aby odpowiednio zadbać o **dobre samopoczucie i motywację pracowników po powrocie do biur**, pracodawcy powinni w szczególności zwrócić uwagę na ten właśnie aspekt zatrudnienia. To jedno z najważniejszych wyzwań na postpandemiczne czasy.

różnorodność i inkluzywność w miejscu pracy.

Wsparcie dla różnorodności i inkluzywność miejsca pracy to jeden z aspektów zatrudnienia znacząco wpływających na dobre samopoczucie i efektywność pracowników. To również czynnik odgrywający istotną rolę w budowaniu silnej marki pracodawcy. Jak postrzeganie tego elementu przez zatrudnionych wygląda w praktyce?

- Dla 46% respondentów ważne jest, aby pracować dla firmy, która aktywnie wspiera równość, różnorodność i integrację. Tymczasem tylko co piąty badany zdecydowanie wskazuje, że jego pracodawca zajmuje stanowisko w sprawie równości i integracji.
- 31% badanych chciałoby pracować w miejscu, które oferuje wsparcie w zakresie zdrowia psychicznego i dobrego samopoczucia. Jedynie 16% pracowników jest całkowicie pewnych, że ich pracodawca zapewnia wsparcie w tym zakresie.

- Przeważająca liczba badanych nie ma zdecydowanego zdania w kwestii działań prośrodowiskowych i związanych ze wsparciem osób LGBT+ podejmowanych przez pracodawców. Większość osób udzieliła tu odpowiedzi „nie wiem” lub wykazała neutralny stosunek do tematu.
- Wyraźnie rysuje się z kolei kwestia równości w wynagrodzeniach. Co czwarty pracownik uważa, że w jego miejscu pracy prowadzi się politykę wynagrodzeń, która nie dyskryminuje ze względu na płeć i pochodzenie.



co w praktyce oznacza to dla pracodawców?

Różnorodność i inkluzyjność w miejscu pracy wciąż jest w Polsce stosunkowo nowym tematem. Właśnie dlatego wyniki naszego badania są w tym obszarze dość mocno rozproszone. Trudno wyodrębnić jasny trend i kierunek, w którym działania i oczekiwania w zakresie różnorodności będą rozwijać się w najbliższych latach.

Pewne jest natomiast jedno: **pracownikom zależy na tym, aby pracować dla firm, które wspierają równość, inkluzyjność i różnorodność oraz dbają o ich dobre samopoczucie i zdrowie mentalne.**



najbardziej atrakcyjni pracodawcy 2023.



najbardziej atrakcyjni pracodawcy w polsce.

top 10

2023

1.	EMC Instytut Medyczny SA
2.	LS Airport Services SA
3.	Fujitsu Technology Solutions Sp. z o.o.
4.	Volvo Polska Sp. z o.o.
5.	Signify Sp. z o.o. (dawniej: Philips)
6.	Toyota Motor Manufacturing Poland Sp. z o.o.
7.	BSH Sprzęt Gospodarstwa Domowego Sp. z o.o.
8.	Flextronics International Poland Sp. z o.o.
9.	Volkswagen Poznań Sp. z o.o.
10.	Pratt & Whitney Rzeszów S.A.

2022

1.	Volvo Polska Sp. z o.o.
2.	Fujitsu Technology Solutions Sp. z o.o.
3.	ABB Sp. z o.o.
4.	KGHM Polska Miedź SA
5.	BSH Sprzęt Gospodarstwa Domowego Sp. z o.o.
6.	Toyota Motor Manufacturing Poland Sp. z o.o.
7.	Polska Spółka Gazownictwa Sp. z o.o.
8.	EMC Instytut Medyczny S.A.
9.	LS Airport Services SA
10.	Signify Sp. z o.o. (dawniej: Philips)

2021

1.	Samsung Electronics Polska Sp. z o.o.
2.	Volvo Polska Sp. z o.o.
3.	Polskie Linie Lotnicze LOT S.A.
4.	Kompania Piwowarska S.A.
5.	Toyota Motor Manufacturing Poland Sp. z o.o.
6.	Pratt & Whitney Rzeszów S.A.
7.	KGHM Polska Miedź SA
8.	Neuca S.A.
9.	Fujitsu Technology Solutions Sp. z o.o.
10.	BSH Sprzęt Gospodarstwa Domowego Sp. z o.o.

najważniejsze czynniki zatrudnienia kojarzone z 5 najbardziej atrakcyjnymi pracodawcami.

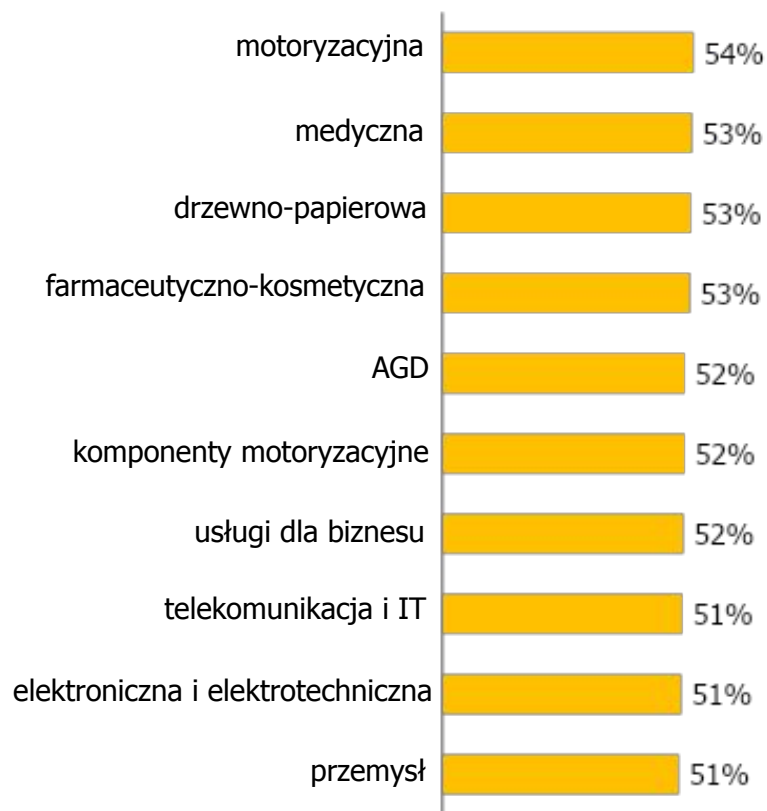
nazwa firmy		1.	2.	3.
1.	EMC Instytut Medyczny SA	dobra sytuacja finansowa firmy	możliwość rozwoju kariery	stabilność zatrudnienia
2.	LS Airport Services SA	dobra sytuacja finansowa firmy	atrakcyjne wynagrodzenie i benefits	możliwość rozwoju kariery
3.	Fujitsu Technology Solutions Sp. z o.o.	dobra sytuacja finansowa firmy	atrakcyjne wynagrodzenie i benefits	dobra reputacja
4.	Volvo Polska Sp. z o.o.	dobra sytuacja finansowa firmy	dobra reputacja	możliwość rozwoju kariery
5.	Signify Sp. z o.o. (dawniej: Philips)	możliwość rozwoju kariery	dobra sytuacja finansowa firmy	stabilność zatrudnienia

najbardziej
atrakcyjne
branże
w polsce.



atrakcyjność branż w 2023 roku.

10 najatrakcyjniejszych branż w polsce



branża
motoryzacyjna

54%

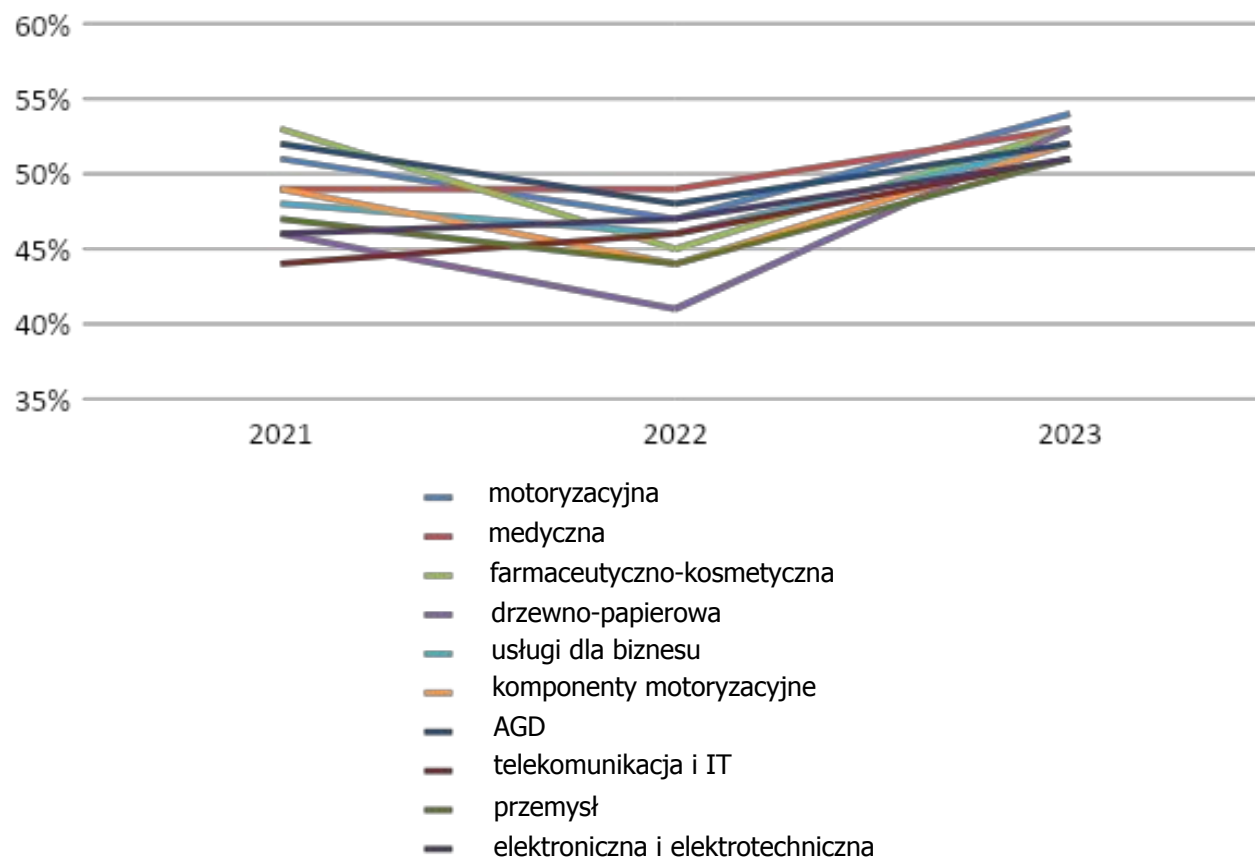
zajmuje pierwsze
miejsce w rankingu



główne wnioski

- Branża motoryzacyjna zajmuje pierwsze miejsce w rankingu, a o jej popularności świadczą trzy firmy z branży motoryzacyjnej, które znalazły się w pierwszej dziesiątce najlepszych pracodawców.
- Atrakcyjność 10 najlepszych sektorów jest bardzo do siebie zbliżona, a tylko 3 pkt. procentowe dzielą górne i dolne miejsca w rankingu. Konkurencja o nowe talenty, tocząca się pomiędzy różnymi sektorami, będzie zatem stosunkowo wysoka.

atrakcyjność branż na przestrzeni ostatnich lat.



top 10 w zaciętym wyścigu

- Dystans między 10 najbardziej atrakcyjnymi sektorami zmniejszył się do zaledwie 3% między pierwszym a dziesiątym miejscem, ponieważ wszystkie sektory odnotowały wzrost w porównaniu z ubiegłym rokiem. Co ciekawe, sektory o niższej wartości wzrosły najbardziej.
- Ponieważ różnice w atrakcyjności są tak niewielkie, ranking jest bardziej podatny na zmiany. W tym roku sektor motoryzacyjny zastąpił medycynę i zajął pierwsze miejsce, a branża drzewno-papierowa przesunęła się z ostatniego miejsca na trzecie.
- Telekomunikacja i IT oraz elektronika i elektrotechnika to jedyne czołowe sektory, które wykazały stabilny wzrost od 2021 roku, ponieważ wszystkie inne branże odnotowały spadek atrakcyjności w 2022 r.

najlepsze firmy w polsce z podziałem na branże.

top 3 firmy w danej branży

1/2

branża	1.	2.	3.
1. motoryzacyjna	Volvo Polska Sp. z o.o.	Toyota Motor Manufacturing Poland Sp. z o.o.	Volkswagen Poznań Sp. z o.o.
2. medyczna	EMC Instytut Medyczny S.A.	Neuca S.A.	Lux Med Sp. z o.o.
3. farmaceutyczna i kosmetyczna	EMC Instytut Medyczny S.A.	Neuca S.A.	Grupa TZMO
4. drzewno-papierowa	Nowy Styl Sp. z o.o.	Ikea Industry Poland Sp. z o.o.	Fabryki Mebli Forte S.A.
5. usługi dla biznesu	Fujitsu Technology Solutions Sp. z o.o.	BSH Sprzęt Gospodarstwa Domowego Sp. z o.o.	Capgemini Polska Sp. z o.o.
6. komponenty motoryzacyjne	Pratt & Whitney Rzeszów S.A.	Pilkington (NSG Group w Polsce)	Opel Manufacturing Poland Sp. z o.o.
7. AGD	BSH Sprzęt Gospodarstwa Domowego Sp. z o.o.	Electrolux Poland Sp. z o.o.	Whirlpool Company Polska Sp. z o.o.
8. telekomunikacja i IT	Fujitsu Technology Solutions Sp. z o.o.	Atos Poland Global Services	Comarch S.A.
9. przemysł	Volvo Polska Sp. z o.o.	Signify Sp. z o.o. (dawniej: Philips)	Toyota Motor Manufacturing Poland Sp. z o.o.
10. elektroniczna i elektrotechniczna	Flextronics International Poland Sp. z o.o.	ABB Sp. z o.o.	Euro Net Sp. z o.o.
11. sektor energetyczny	PGE Polska Grupa Energetyczna S.A.	Operator Gazociągów Przesyłowych Gaz System S.A.	Grupa Tauron

najlepsze firmy w polsce z podziałem na branże.

top 3 firmy w danej branży

2/2

branża	1.	2.	3.
12. chemiczna	Synthos S.A.	Grupa Azoty S.A.	Boryszew S.A.
13. budowlana	Polimex-Mostostal S.A.	Grupa Strabag Sp. z o.o.	Skanska S.A.
14. e-commerce	Ikea Retail	Amazon Fulfillment Poland	
15. surowce i paliwa	KGHM Polska Miedź SA	Polski Koncern Naftowy Orlen S.A.	PGNiG SA
16. transport i logistyka	LS Airport Services SA	Fm Polska Sp. z o.o.	Grupa Raben Sp. z o.o.
17. fmcg	Grupa TZMO	Kampania Piwowarska S.A.	Nestle Polska S.A.
18. bankowość i ubezpieczenie	Citibank Europe Plc	mBank S.A.	PZU S.A.
19. bezpieczeństwo	G4S Security SP z o.o.	Konsalnet Ochrona Sp. z o.o.	Ekotrade Sp. z o.o.
20. spożywcza	Kampania Piwowarska S.A.	Nestle Polska S.A.	Maspex Wadowice Group
21. sprzedaż hurtowa	PPHU Specjał Sp z o.o.	Transgourmet Polska Sp. z o.o. (wcześniej Selgros)	Makro Cash and Carry S.A.
22. handel detaliczny	PPHU Specjał Sp z o.o.	LPP	Ikea Retail



porozmawiajmy.

Mają Państwo pytania dotyczące treści raportu? Chętnie na nie odpowiemy.

Pomożemy Państwu również w pełni zapoznać się z naszym dokumentem i podzielimy się przemyśleniami.

Zachęcam do kontaktu z nami,

Ewa Wawszczak

General HR Manager
Randstad Polska

K +48 501 333 815

E ewa.wawszczak@randstad.pl