

maj 2024

polska.

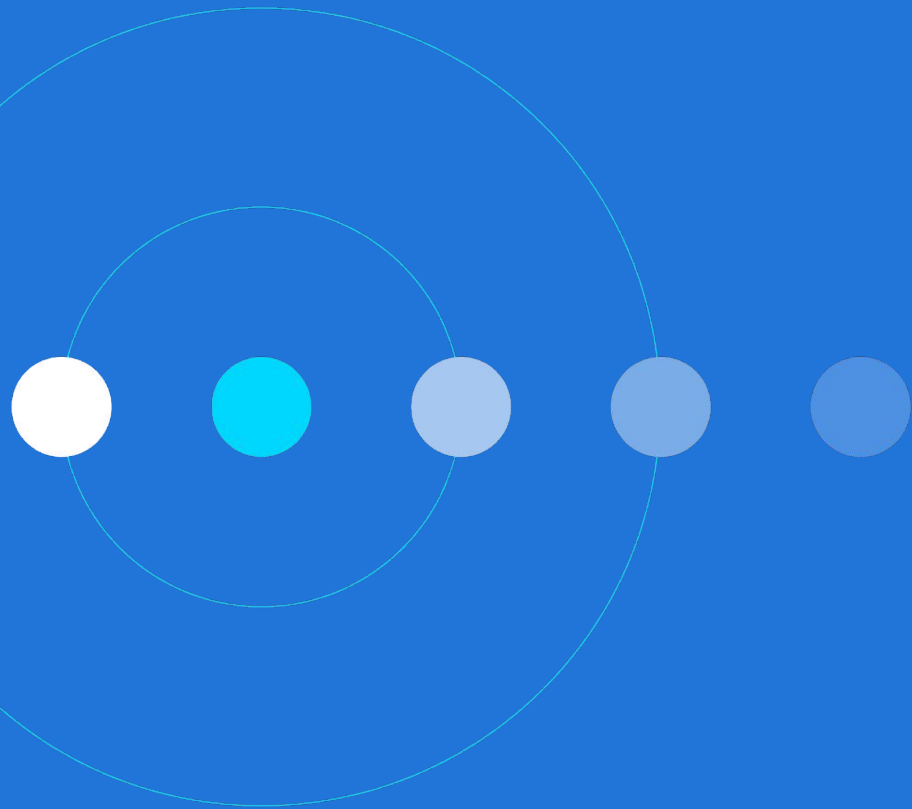
raport krajowy randstad employer
brand research 2024



randstad



partner for talent.



01 wstęp

02 informacje o badaniu

03 czynniki atrakcyjności pracodawców
w polsce

04 rozwój zawodowy

05 zmiany zatrudnienia

06 kanały poszukiwania pracy

07 największe wyzwania pracodawców

08 najbardziej atrakcyjni pracodawcy 2024

09 najbardziej atrakcyjne sektory 2024

wstęp.



kilka słów o raporcie.

Wiele wskazuje na to, że po okresie ciągłych zmian i niepewności, z którym mieliśmy do czynienia w ciągu kilku ostatnich postpandemicznych lat, 2024 rok zapowiada się jako czas względnej stabilizacji sytuacji ekonomiczno-gospodarczej w naszym kraju. Nie oznacza to jednak, że polscy pracodawcy mogą odetchnąć z ulgą. Jak wynika z lektury [najnowszej edycji raportu Randstad Employer Brand Research](#), którą macie właśnie Państwo przed sobą, wzrost znaczenia cyfryzacji i automatyzacji miejsc pracy, utrzymująca się presja płacowa związana z wysokimi kosztami życia i kwestie sprawiedliwości płacowej będą stanowić główną oś wyzwań, z jakimi będą musieli zmierzyć się pracodawcy w nadchodzącym roku.

Dlaczego właśnie te kwestie wysuwają się na pierwszy plan? I w jaki sposób wpływają na postrzeganie pracodawców? Czego oczekują pracownicy od pracodawców w 2024 roku, by czuć się komfortowo w miejscu pracy? Co trzeba wziąć pod uwagę, by budować silną markę pracodawcy i z jej pomocą przyciągać najbardziej obiecujące talenty oraz zatrzymywać w organizacji najlepszych specjalistów?

W uzyskaniu odpowiedzi na te i mnóstwo innych pytań związanych z kadrowymi wyzwaniami pracodawców pomaga [raport Randstad Employer Brand Research 2024](#). Serdecznie zapraszamy do lektury.



informacje
o badaniu.



czym jest randstad employer brand research?

- To reprezentatywne badanie marki pracodawcy opierające się na opiniach ogółu populacji. Bazuje na **24 latach doświadczenia na świecie**, jak skutecznie kształtować wizerunek pracodawcy, **a od 14 lat w Polsce**.
- Niezależne badanie, w którym wzięło udział ponad **173 000 respondentów** oceniających atrakcyjność **6 084 firm na całym świecie**. W Polsce pytaliśmy o zdanie **6 794 respondentów**.
- Odzwierciedlenie atrakcyjności pracodawców w danym kraju dla **150 największych firm na rynku**, znanych przez co najmniej 10% populacji, oraz **firm dodatkowych** niezbędnych do utrzymania benchmarku w sektorach.
- Dostarcza cennych spostrzeżeń, które pomagają firmom kształtować swoją markę pracodawcy.

173,000
respondentów



randstad employer brand research obejmuje już 32 rynki, czyli ponad 75% globalnej gospodarki.

próba

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

realizacja badania

- wywiad online
- przeprowadzone w styczniu 2024

czas trwania wywiadu

- 14 minut

Polska

- 6 794 respondentów



argentina
australia
austria
belgia
brazylia
chiny
czechy

francja
grecja
hiszpania
holandia
hong kong SAR
indie
japonia

kanada
luksemburg
malezja
meksyk
niemcy
norwegia
nowa zelandia

polska
portugalia
rumunia
singapur
stany zjednoczone
szwajcaria
szwecja

urugwaj
węgry
wielka brytania
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 środowisko oraz zaangażowanie społeczne
- 05 przyjazną atmosferę pracy
- 06 work-life balance
- 07 dobrą reputację
- 08 atrakcyjne wynagrodzenie i benefity
- 09 lokalizację
- 10 interesujące treści pracy

dobór losowy

Każdemu badanemu przedstawiono losowo wybrane 30 firm. Oceny 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 większej liczbie osób. Dzięki temu Randstad Employer Brand Research dostarcza bardziej wiarygodnych spostrzeżeń zarówno na temat mniej, jak i bardziej znanych marek pracodawców.

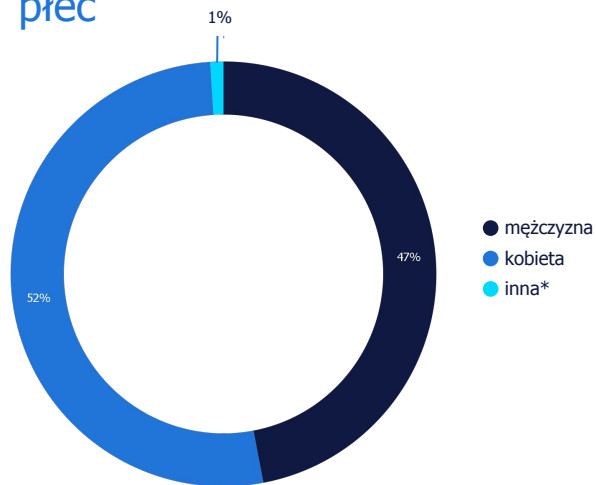
KANTAR TNS

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



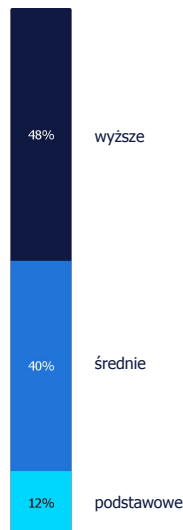
charakterystyka próby w polsce: płeć, wiek, region, wykształcenie i status zatrudnienia.

płeć

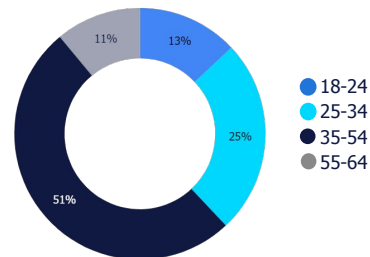


* składa się z niebinarnych, interseksualnych, transpłciowych i płynnych płciowo osób, a także innych tożsamości płciowych niewymienionych powyżej oraz osób, które wolą nie odpowiadać na pytanie

wykształcenie

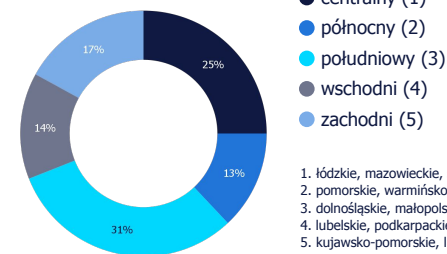


wiek



- 18-24
- 25-34
- 35-54
- 55-64

region

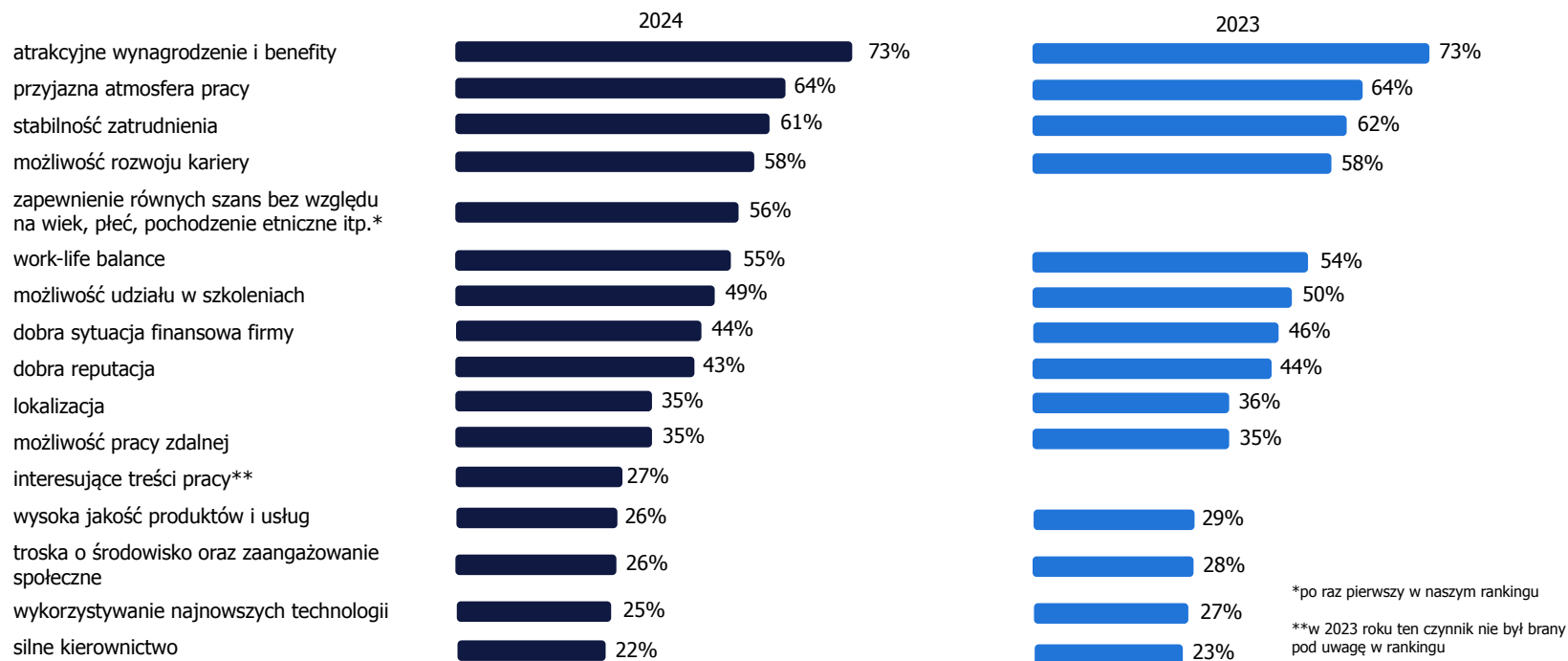


1. łódzkie, mazowieckie, świętokrzyskie
2. pomorskie, warmińsko-mazurskie, zachodniopomorskie
3. dolnośląskie, małopolskie, opolskie, śląskie
4. lubelskie, podkarpackie, podlaskie
5. kujawsko-pomorskie, lubuskie, wielkopolskie

czynniki atrakcyjności pracodawców w polsce.



które czynniki najsilniej decydują o wyborze pracodawcy w 2024 roku?



co powinien oferować pracodawca w 2024 roku?



wynagrodzenie wciąż numerem jeden

Podobnie jak w zeszłorocznej edycji naszego badania, największym zainteresowaniem pracowników cieszy się **atrakcyjne wynagrodzenie i benefity**. Niezmiennie 73% badanych wskazuje je jako ważny czynnik przy podejmowaniu decyzji o wyborze pracodawcy.

Co ciekawe, nie wszystkie grupy wiekowe oceniają ten czynnik równie wysoko. Atrakcyjne wynagrodzenie i benefity ważne są dla 68% najmłodszych pracowników (18-24 lata), 72-74% pracowników w wieku 25-54 lata i aż dla 78% najstarszych pracowników (55-64 lata).



przyjazna atmosfera istotna zwłaszcza dla młodych

Drugim najważniejszym czynnikiem zatrudnienia jest w tym roku **przyjazna atmosfera** panująca w miejscu pracy. Wskazało ją 64% badanych – a więc dokładnie tylu, co rok temu. Co więcej, przyjazna atmosfera w miejscu pracy to najważniejszy element decydujący o wyborze pracodawcy wśród najmłodszej grupy badanych, a więc osób w wieku 18-24 lata.



pracownicy szukają stabilności, rozwoju i równych szans

Kolejne miejsca w rankingu czynników atrakcyjności pracodawcy zajęły: **stabilność zatrudnienia** (61%), **możliwość rozwoju kariery** (58%) oraz **zapewnienie równych szans zatrudnienia bez względu na wiek, płeć czy pochodzenie** (56%) – ostatni z tych elementów szczególnie często wybierali najmłodsi i najstarsi pracownicy.

co sądzą pracownicy o ofercie obecnego pracodawcy?

Największy odsetek przebadanych przez nas pracowników twierdzi, że ich pracodawcy zapewniają im **stabilność zatrudnienia**. Najmocniej zauważają to najstarsi pracownicy, najmniej – najmłodsi. Na kolejnych miejscach znalazły się: **dobra lokalizacja miejsca pracy, dobra sytuacja finansowa firmy i przyjazna atmosfera**.

ocena obecnego pracodawcy

1. stabilność zatrudnienia
2. lokalizacja
3. dobra sytuacja finansowa firmy
4. przyjazna atmosfera pracy
5. dobra reputacja
6. work-life balance
7. interesujące treści pracy
8. atrakcyjne wynagrodzenie i benefity
9. możliwość rozwoju kariery
10. troska o środowisko oraz zaangażowanie społeczne

profil idealnego pracodawcy

1. atrakcyjne wynagrodzenie i benefity
2. przyjazna atmosfera pracy
3. stabilność zatrudnienia
4. możliwość rozwoju kariery
5. zapewnienie równych szans bez względu na wiek, płeć, pochodzenie etniczne itp.*
6. work-life balance
7. możliwość udziału w szkoleniach
8. dobra sytuacja finansowa firmy
9. dobra reputacja
10. możliwość pracy zdalnej

*po raz pierwszy w naszym rankingu

czy potrzeby pracowników są spełnione?

Jako najrzadziej obecne w ich miejscach pracy czynniki zatrudnienia pracownicy wskazywali możliwość rozwoju kariery, atrakcyjne wynagrodzenie i benefity, troskę o środowisko oraz zaangażowanie społeczne pracodawcy. Warto na te dane zwrócić szczególną uwagę, ponieważ **atrakcyjne wynagrodzenie i benefity** oraz **możliwość rozwoju kariery** są w opinii pracowników rzadko oferowane przez ich obecnych pracodawców, podczas gdy zajmują wysokie miejsca w rankingu czynników atrakcyjności pracodawców.

czy oczekiwania polaków wobec pracodawców różnią się w zależności od pokolenia?

W porównaniu z zeszłorocznymi wynikami naszego badania, obecne potrzeby pracowników i kandydatów znacząco się nie zmieniły. Możemy uznać, że wciąż się krystalizują. Pracownicy wiedzą, czego chcą i jasno wyznaczają swoje oczekiwania względem potencjalnych pracodawców.

Największe różnice w oczekiwaniach widzimy jednak, gdy spojrzymy na poszczególne pokolenia. **Różne grupy wiekowe wyrażają odmienne potrzeby wobec miejsca pracy.** Właśnie dlatego priorytetem pracodawców w 2024 roku powinno być projektowanie ofert zatrudnienia w oparciu o to, jakie potrzeby zgłaszają kandydaci z grupy wiekowej, do której jest kierowana propozycja danej pracy.



potrzeby pracowników zmieniają się wraz z wiekiem.

18-24 lata

Dla najmłodszych pracowników najważniejszym aspektem zatrudnienia jest [przyjazna atmosfera w miejscu pracy](#), która ustępuje miejsca nawet atrakcyjnemu wynagrodzeniu i benefitom. To pokolenie częściej niż inne grupy poszukuje u pracodawców [możliwości pracy zdalnej i rozwoju kariery](#), zwraca też większą uwagę na [kwestie równości w miejscu pracy](#).

Pokolenie Z znacznie lepiej niż pozostali pracownicy ocenia swoich obecnych pracodawców pod względem przyjaznej atmosfery pracy i możliwości rozwoju zawodowego. Czyli właśnie tych aspektów, które są dla niego istotne.

25-34 lata

Pokolenie milenialsów na pierwszym miejscu stawia [atrakcyjne wynagrodzenie](#) oferowane przez pracodawcę (72%), ale ważna jest dla niego również [przyjazna atmosfera i możliwości rozwoju kariery](#) (oba po 63%).

W porównaniu ze swoimi starszymi współpracownikami częściej zależy im na [możliwości udziału w szkoleniach](#), widząc przemiany zachodzące na rynku pracy wraz z rozwojem nowych technologii.

35-54 lata

Dla tego pokolenia najważniejszym aspektem zatrudnienia jest [atrakcyjne wynagrodzenie i benefity](#) zapewniane przez pracodawcę (74%) i [stabilność zatrudnienia](#) oraz [przyjazna atmosfera w pracy](#) (62%).

Ta grupa pracowników zauważalnie rzadziej niż młodsze generacje zwraca uwagę na możliwość pracy zdalnej (33% vs. 38-41% wśród młodych pracowników).

55-64 lata

„Baby boomersi” to grupa, w której największy odsetek osób zwraca uwagę na [atrakcyjne wynagrodzenie](#) (78%). I nic w tym dziwnego: wiele osób z tej grupy, przygotowując się na nadchodzącą emeryturę, stara się zadbać o swoje bezpieczeństwo finansowe. Tym bardziej istotny jest fakt, że to właśnie w tej grupie najmniej osób uważa, że ich obecny pracodawca zapewnia im atrakcyjne wynagrodzenie.

To pokolenie ma zdecydowanie odmienne potrzeby niż młodsze generacje przede wszystkim w kwestiach [stabilności zatrudnienia](#) (67%), [równych szans](#) (60%), [work-life balance](#) (59%). „Boomersi” zdecydowanie stawiają na stabilizację i poczucie bezpieczeństwa w miejscu pracy.

rozwój
zawodowy.



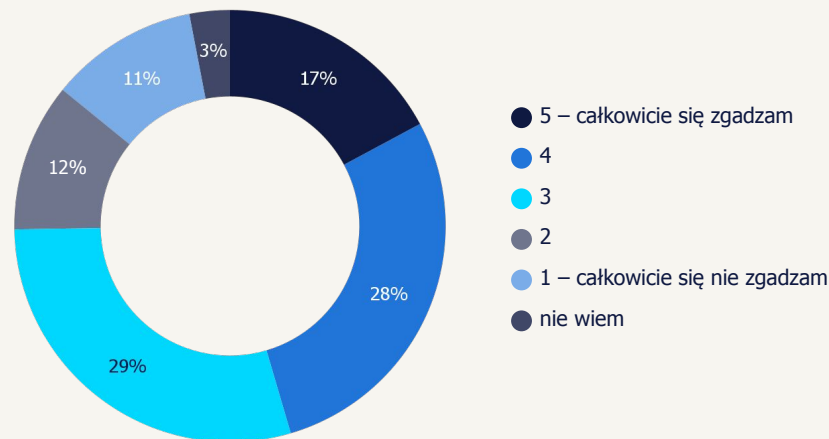
rozwój zawodowy: jakie ma znaczenie?

Rozwój zawodowy to w tegorocznym badaniu czwarty najważniejszy element decydujący o wyborze pracodawcy. Szczególnie mocno zwracają na niego uwagę najmłodsi pracownicy – **pokolenie Z i milenia I**. A jednocześnie brak możliwości rozwoju zawodowego to druga najczęstsza przyczyna decyzji o odejściu z pracy – również przede wszystkim w przypadku najmłodszych grup pracowników. **Oznacza to, że rozwój zawodowy staje się obecnie bardzo istotnym elementem zatrudnienia.** Szczególnie dla osób, które są na początku swojej ścieżki zawodowej.

A czy potrzeba rozwoju zawodowego jest dostrzeżona i zaspokojona przez pracodawców?

Z naszego badania wynika, że tak. Większość respondentów – bez względu na wiek i płeć – jest zdania, że **ich obecni pracodawcy zapewniają im wystarczające możliwości, aby mogli rozwijać się na swoich stanowiskach.** Tylko co dziesiąty pracownik uważa, że w jego aktualnym miejscu pracy zdecydowanie brakuje szans na rozwój. Z możliwości rozwoju u obecnego pracodawcy częściej niezadowolona jest najstarsza grupa respondentów.

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



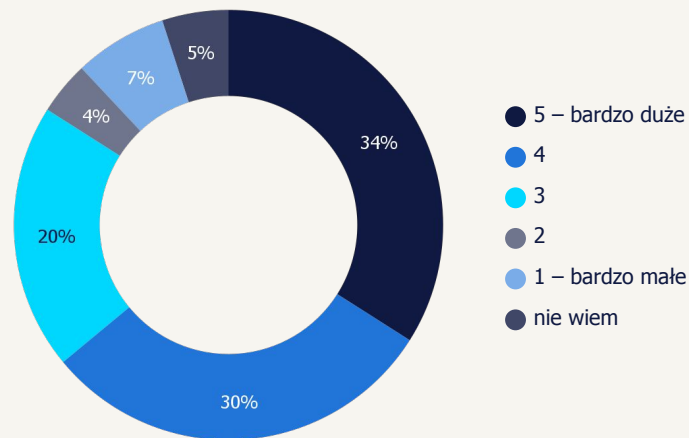
czy pracownicy chcą mieć możliwość przekwalifikowania się?

64%

uczestników naszego badania uważa za bardzo ważne lub ważne, by pracodawca dawał pracownikom możliwość przekwalifikowania się, aby pomóc im w dalszym rozwoju kariery. **Szczególnie mocno tę potrzebę zgłaszają tzw. „zetki” i milenialsi**, a zdecydowanie mniej – osoby w wieku 55-64 lata.

A to oznacza, że młodszy pracownicy mają dziś coraz większą świadomość faktu, że w dobie dynamicznego rozwoju nowych technologii – zwłaszcza rozwiązań opartych na sztucznej inteligencji i robotyzacji – rośnie konieczność elastycznego dopasowywania się do zmiennych warunków rynku pracy.

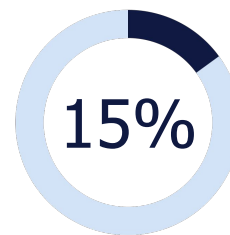
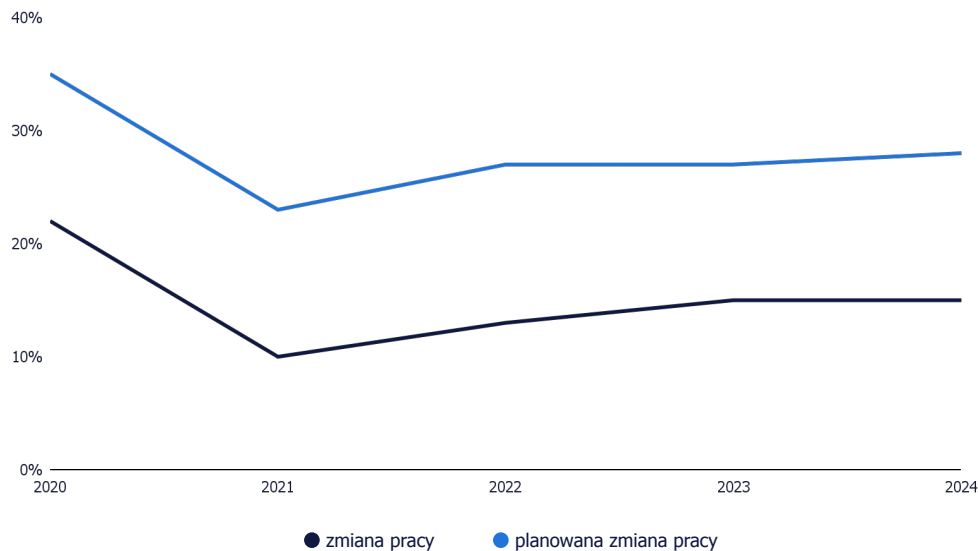
jakie znaczenie ma dla ciebie możliwość przekwalifikowania się?



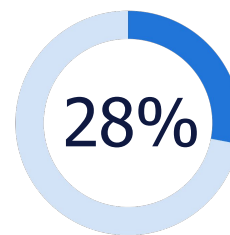
zmiany zatrudnienia.



ilu pracowników zmieniło pracę w ciągu ostatnich 6 miesięcy 2023 roku, a ilu planuje to zrobić w 2024 roku?



respondentów
zmieniło pracę
w ciągu ostatnich
6 miesięcy 2023 roku



respondentów planuje
zmienić pracę w ciągu
pierwszych
6 miesięcy 2024 roku

kto najczęściej zmienia pracę?

zmiana pracy w 2023 roku

Zdecydowana większość badanych (79%) niezależnie od wieku, **nie zmieniła pracy w drugim półroczu 2023 roku**. Jednym z kluczowych zadań pracodawców jest więc zadbanie o potrzeby tej grupy pracowników – tak, by w ten sposób podtrzymać jej dotychczasową lojalność.

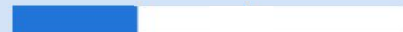
Największa liczba osób, które dokonały w ostatnim czasie zmiany miejsca zatrudnienia, **to badani z grupy wiekowej 18-24 lata**. Najmłodszy pracownicy starają się odnaleźć swoją drogę na rynku pracy, dlatego przykładają dużą wagę do zdobywania różnorodnych doświadczeń zawodowych. W konsekwencji mogą częściej niż pozostałe grupy wiekowe zmieniać pracodawców.

plany na 2024 rok

Ponad połowa badanych (63%) **nie planuje zmieniać pracy** w pierwszym półroczu 2024 roku. Najbardziej otwarci na taką zmianę są **najmłodszy pracownicy** – taką gotowość najczęściej zgłaszają osoby z grup wiekowych 18-24 i 25-34 lata. Co trzecia z nich rozważa taką opcję.

Najmniej popularną możliwością, niezależnie od grupy wiekowej, jest zmiana pracy w ramach tej samej organizacji. Przy czym niemal żaden pracownik po 55 r.ż. nie chce zmieniać swojego stanowiska – taką gotowość zgłasza jedynie 4% badanych z tej grupy.

33%



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

79%



najstarszych pracowników (w wieku 55-64 lata) nie planuje zmienić pracy w I. poł. 2024 r.

3 najczęstsze powody odejścia z pracy

zbyt niskie wynagrodzenie

Zbyt niskie wynagrodzenie jest najczęstszą motywacją do zmiany miejsca zatrudnienia. Ten powód wskazało 56% wszystkich respondentów, najczęściej – osoby starsze (60%).

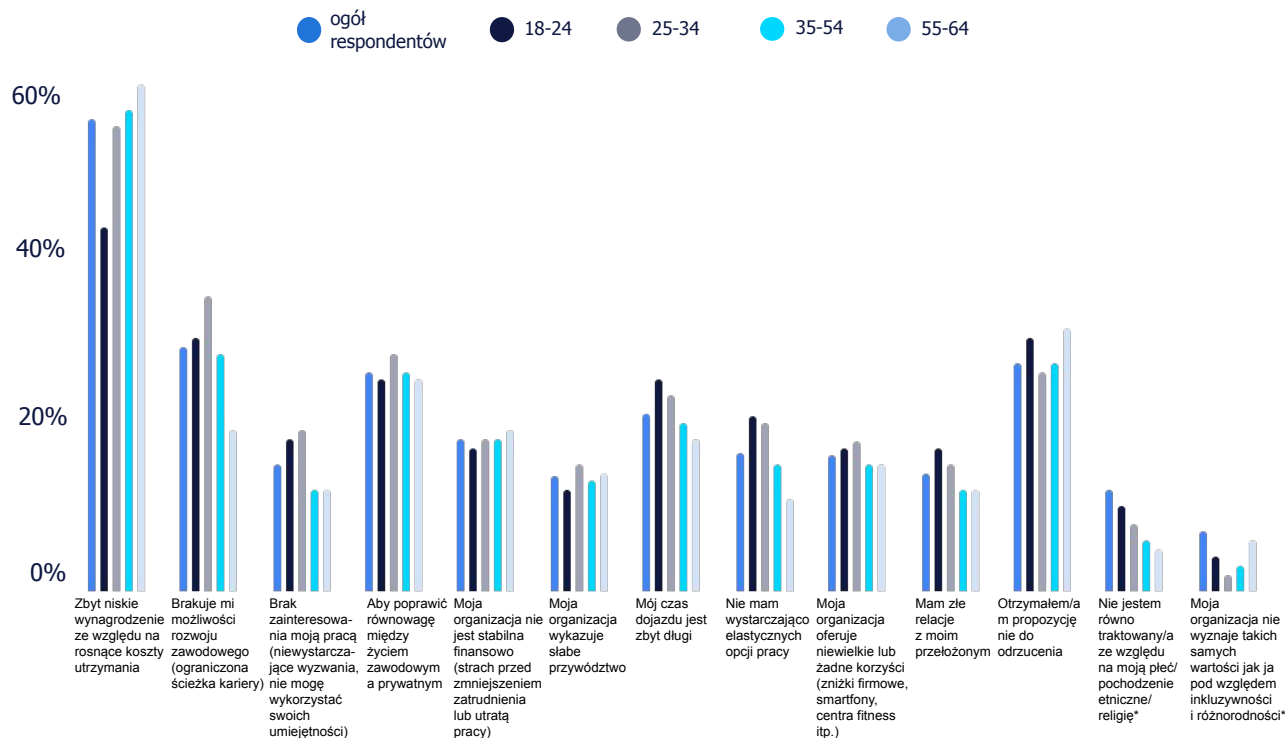
ograniczona ścieżka kariery

Na brak perspektyw rozwoju zawodowego jako powód do odejścia z pracy zwraca uwagę 29% pracowników, którzy wzięli udział w badaniu. To przyczyna szczególnie często wskazywana przez mileniśców (35%) i najmniej istotna dla osób między 55 a 64 r.ż. (19%).

chęć poprawienia równowagi między życiem zawodowym a prywatnym

26% badanych uważa, że brak równowagi między życiem zawodowym a prywatnym to czynnik, który mógłby skłonić ich do odejścia z pracy. Najczęściej wskazują go osoby w wieku 25-34 lata, a więc pokolenie mileniśców.

dlaczego polacy decydują się na zmianę pracy?



*po raz pierwszy w naszym badaniu

kanały poszukiwania pracy.



gdzie pracownicy szukają ofert zatrudnienia?

Zdecydowana większość (niemal trzy czwarte) uczestników naszego badania szuka nowego zatrudnienia [na portalach z ofertami pracy](#). Najchętniej tę opcję wybierają [najmłodsi pracownicy](#) (75%) oraz [kobiety](#) (77%).

Kolejne źródło ofert to [media społecznościowe](#) – tę opcję wskazała niemal połowa osób. Podobnie jak w przypadku portali z ofertami pracy, również social media cieszą się większym zainteresowaniem młodych pracowników oraz kobiet.

Nieco mniej powszechne, ale wciąż chętnie używane kanały poszukiwania pracy to [urzędy pracy](#), [LinkedIn](#) oraz [firmy rekrutacyjne i strony kariery konkretnych pracodawców](#). Z pomocy firm rekrutacyjnych i urzędów pracy znacznie chętniej korzystają najstarsi pracownicy. To również oni najczęściej liczą na moc osobistych kontaktów i poleceń w poszukiwaniach pracy.

5 najpopularniejszych miejsc poszukiwania pracy:

Portale z ofertami pracy (72%)



Social media (43%)



Urzędy pracy (28%)



LinkedIn (25%)

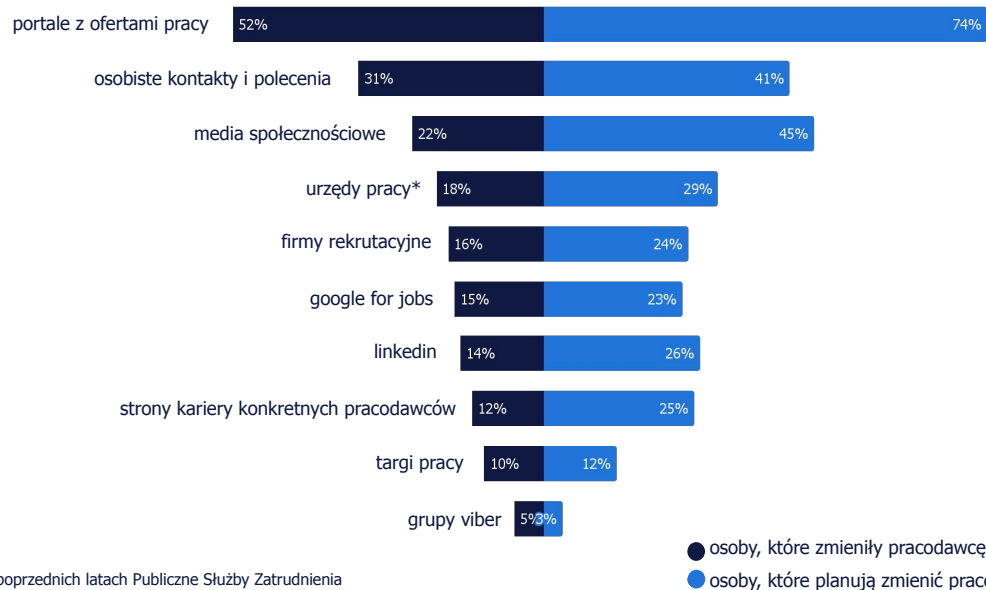


Firmy rekrutacyjne oraz strony kariery konkretnych pracodawców (24%)



udane poszukiwania pracy.

źródła ofert pracy



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

Blisko połowa badanych, którzy znaleźli w ubiegłym roku pracę, wykorzystała do tego celu **portale z ofertami pracy**. Niemal co trzeciemu pracownikowi udało się zdobyć nową pracę z pomocą **osobistych kontaktów i poleceń**, a co piątemu – **mediów społecznościowych**. Media społecznościowe dwa razy częściej pomagały w poszukiwaniach pracy najmłodszym pracownikom niż najstarszym (23% w pierwszej z tych grup i 11% - w drugiej).

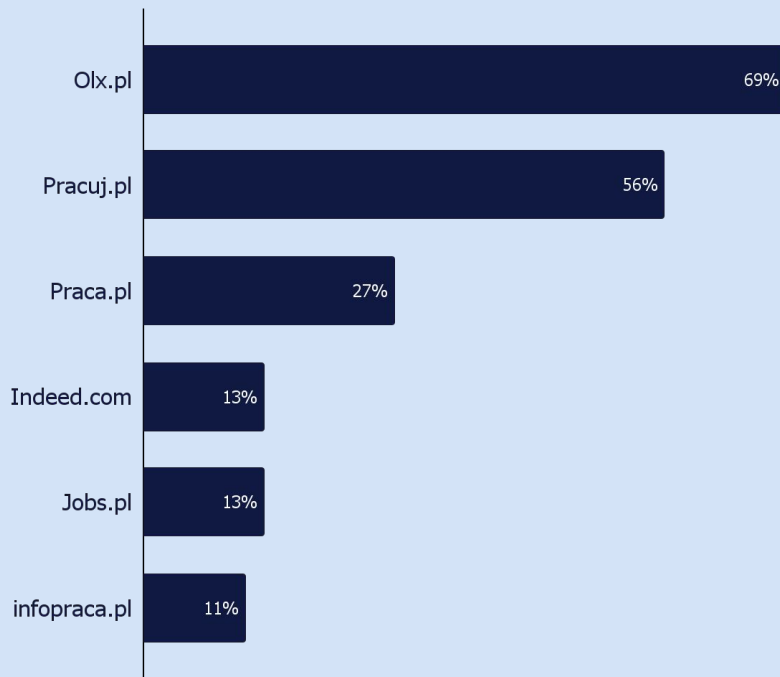
W porównaniu z ubiegłoroczną edycją naszego badania niemal dwukrotnie zwiększyła się **liczba kobiet, które z sukcesem skorzystały z pomocy firm rekrutacyjnych** (9% przed rokiem i 16% obecnie).

najpopularniejsze portale z ofertami pracy.

Podobnie jak rok temu, [portale z ofertami pracy](#) okazały się najpopularniejszym źródłem informacji o otwartych rekrutacjach, właśnie dlatego zapytaliśmy uczestników badania o to, z jakich konkretnie serwisów z ofertami korzystają.

Pierwsze miejsce ponownie zajął [portal z ogłoszeniami OLX.pl](#), choć jego popularność względem poprzedniego roku spadła, przez co wzrosła różnica pomiędzy nim a serwisem zajmującym miejsce drugie. OLX.pl najczęściej wskazują [pracownicy młodego pokolenia](#) (82% wskazań w grupie 18-24). Dwukrotnie rzadziej – najstarsi (40%).

Na drugim miejscu z wynikiem 56% uplasował się portal [Pracuj.pl](#), a na trzecim – [Praca.pl](#) (27%). Ostatni z tych serwisów cieszy się znacznie większym zainteresowaniem wśród [najstarszych pracowników](#). W dalszej części zestawienia znalazły się portale [Jobs.pl](#), [Indeed.com](#) (po 13%) i [Infopraca.pl](#) (11%). Choć są wskazywane rzadziej niż pozostałe, to ich popularność w ciągu ostatniego roku wzrosła.



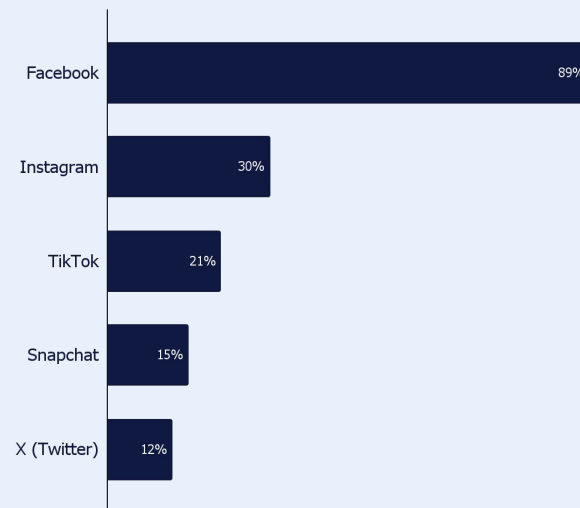
które social media pomagają dziś w szukaniu pracy?

W ostatnich latach media społecznościowe stają się coraz bardziej popularnym kanałem poszukiwania nowej pracy.

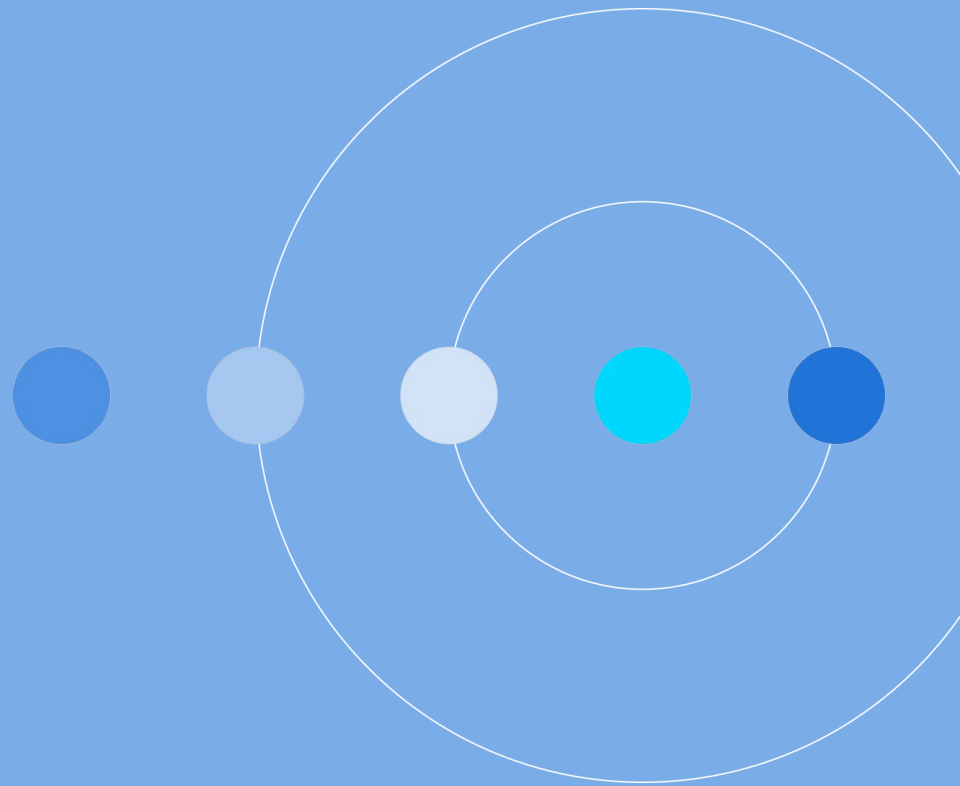
Prym wiedzie w tym obszarze portal [Facebook](#). W naszym badaniu wskazało go aż 89% osób. Popularność Facebooka jako źródła ofert pracy nie różni się znacząco wśród różnych grup wiekowych.

Nieco inaczej jest w przypadku drugiego najpopularniejszego medium społecznościowego – [Instagrama](#) (30% wskazań wśród wszystkich badanych). Częściej wykorzystują go w tym celu najmłodszy pracownicy (36%), rzadziej – milenialsi i pokolenie X (po 30%). A baby boomersi – wcale. Na trzecim miejscu znalazł się [TikTok](#) (21%).

najpopularniejsze media społecznościowe

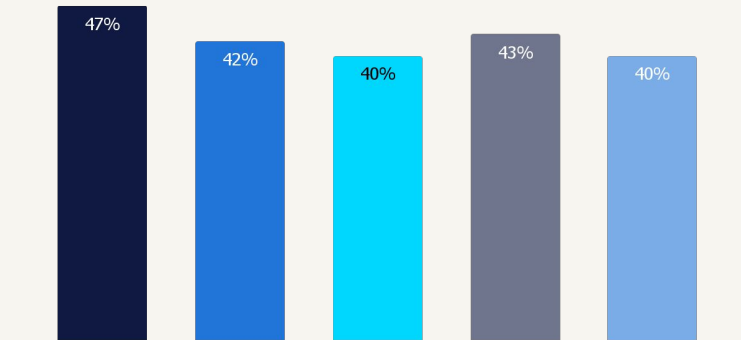


największe wyzwania pracodawców.



równe szanse bez względu na wiek, płeć czy pochodzenie etniczne.

które z poniższych stwierdzeń uważasz za prawdziwe w przypadku twojego obecnego pracodawcy?



- moje unikalne cechy, umiejętności, doświadczenie i pochodzenie są cenione w mojej organizacji
- menedżerowie wyższego szczebla postępują uczciwie, jeśli chodzi o zatrudnianie i rozwój kariery swoich podwładnych
- w mojej organizacji najlepsze możliwości trafiają do pracowników, którzy na to najbardziej zasłużyli
- mój pracodawca zapewnia równą płacę za taką samą pracę.
- menedżerowie wyższego szczebla są uczciwi, jeśli chodzi o możliwości przekwalifikowania i podniesienia kwalifikacji swoich podwładnych

ponad połowa pracodawców nie zapewnia równych szans swoim pracownikom.

Spytaliśmy naszych respondentów, o równość w ich miejscu pracy. Okazuje się, że ponad połowa osób nie zgadza się z tym, że ich pracodawca postępuje uczciwie w kontekście nagradzania pracowników, możliwości rozwoju, a także równości płac.

Warto dodać, że ok. jeden na pięciu polskich pracowników identyfikuje się jako osoba należąca do mniejszości ze względu na swoją tożsamość płciową, religię, niepełnosprawność lub pochodzenie etniczne. I te osoby oceniają swoich pracodawców tak samo jak reszta ankietowanych. Innymi słowy, nie wydaje się, aby istniało wyraźne odmienne podejście wśród respondentów do tych aspektów, które badaliśmy.

czy równość płac jest istotna dla polaków?

U podstaw równości płac leży założenie, że za tę samą pracę lub pracę o tej samej wartości wszyscy pracownicy powinni otrzymać **takie samo wynagrodzenie, niezależnie od płci, wieku i przekonań**.

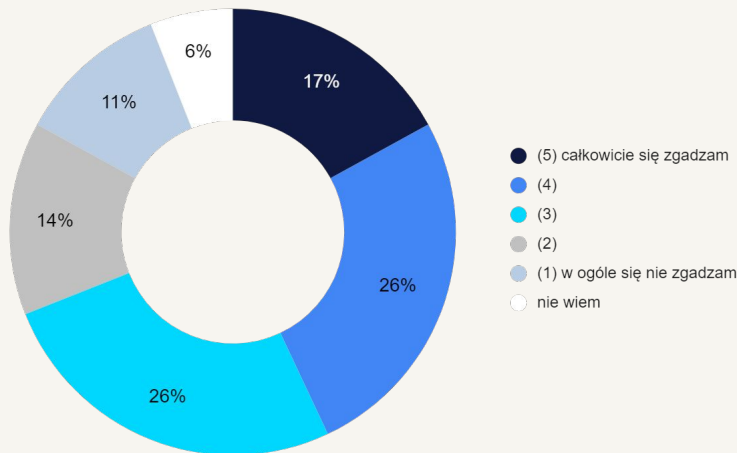
Równość płac sprzyja budowaniu takich samych szans dla każdej osoby na rynku pracy i jest ważnym instrumentem walki z dyskryminacją ze względu na płeć, wiek czy przekonania. Jest też podstawą do sprawiedliwego i równego traktowania w miejscu pracy, dzięki czemu **pracownicy są wynagradzani za swoje umiejętności i wysiłki, a nie na podstawie stereotypów**.

Warto wspomnieć o tym, że w Polsce, podobnie jak w wielu innych krajach, nadal istnieje tzw. **gender pay gap**, czyli luka płacowa między kobietami a mężczyznami. Jak wynika z danych Głównego Urzędu Statystycznego, przeciętne godzinowe wynagrodzenie kobiet jest niższe od przeciętnego wynagrodzenia mężczyzn o prawie **8%**.



czy pracodawcy zapewniają takie same płace na podobnych stanowiskach?

czy zgadzasz się ze stwierdzeniem: mój pracodawca zapewnia równą płacę za taką samą pracę?



Tymczasem w naszym badaniu co czwarty respondent deklaruje, że jego **pracodawca nie zapewnia równej płacy za taką samą pracę**. Wyraźnie widzą to zarówno kobiety, jak i mężczyźni oraz pracownicy w każdej grupie wiekowej.

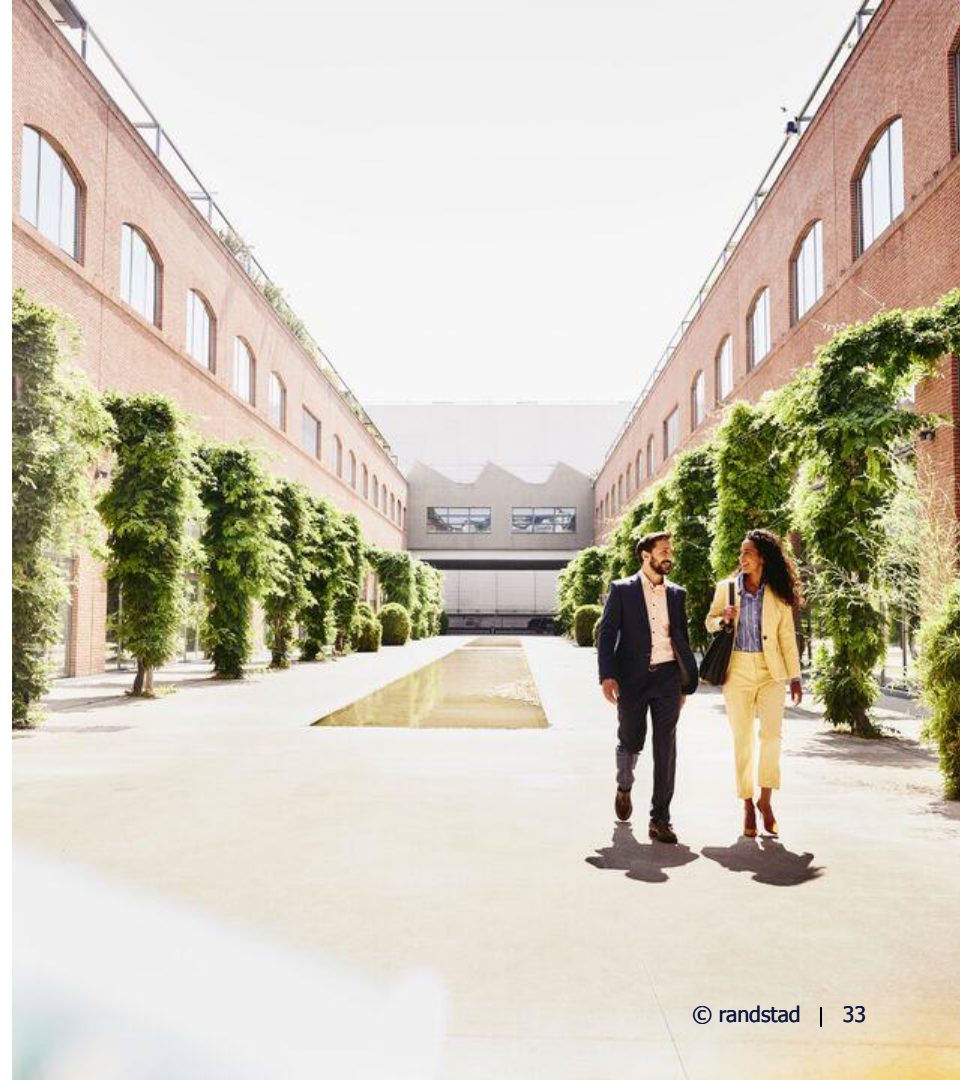
co to oznacza dla pracodawców?

Pracownicy, którzy czują się sprawiedliwie wynagradzani, są bardziej zmotywowani do pracy i osiągania wysokich wyników. Dbanie o równość płac w organizacji może więc przyczynić się do zwiększenia produktywności, ponieważ sprawiedliwie wynagradzani pracownicy są bardziej zaangażowani i lojalni wobec firmy. I odwrotnie – dysproporcje w płacach mogą obniżać efektywność i motywację zatrudnionych.

kroki podejmowane przez firmy a potrzeby pracowników.

Na szczęście coraz więcej firm podejmuje działania na rzecz równości płac. [Wprowadzane są polityki przejrzystości wynagrodzeń, audyty płacowe i szkolenia z zakresu równości płac.](#)

Pracownikom na polskim rynku pracy szczególnie mocno zależy zwłaszcza na pierwszym z wymienionych działań — wg danych [55. Monitora Rynku Pracy Randstad](#), ponad połowa respondentów widzi w jawności w zakresie przedziałów wynagrodzeń na stanowiskach sposób na likwidowanie luki płacowej pomiędzy różnymi osobami na tych samych stanowiskach i wyrównywanie niesprawiedliwości w pensjach.



jawność wynagrodzeń.

55. Monitor Rynku Pracy

Badanie Randstad realizowane jest od 2010 roku. W dniach 27.11 – 8.12 2023 roku w badaniu wzięła udział grupa 1000 respondentów, reprezentatywna ze względu na wiek, płeć i region zamieszkania.

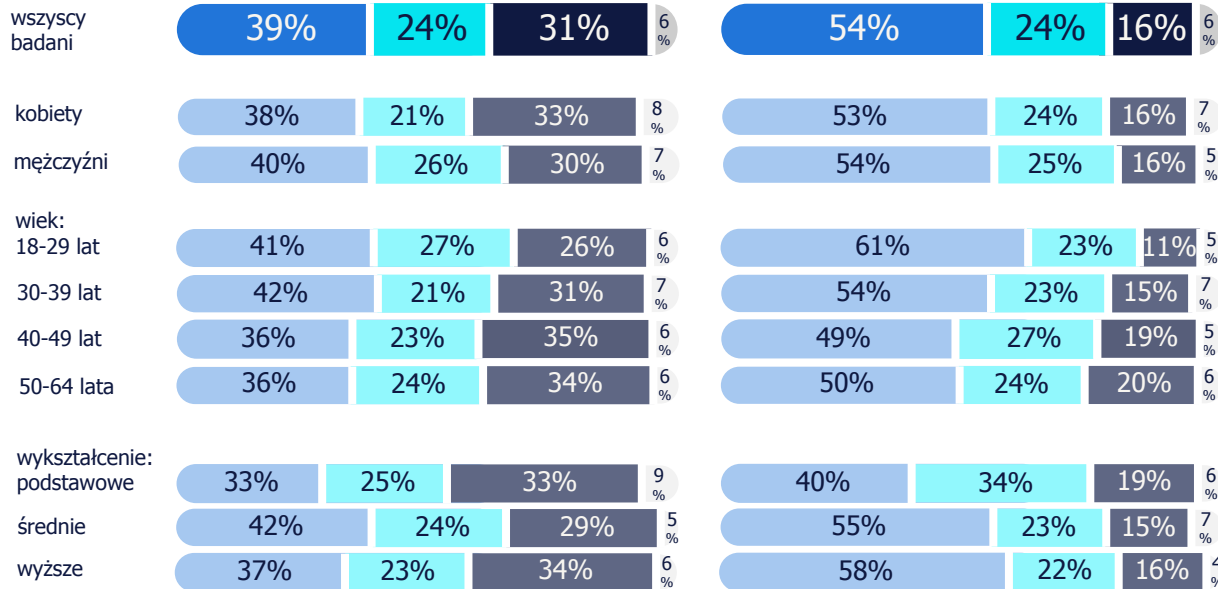
[Pobierz cały raport](#)
[i dowiedz się więcej.](#)



Chciałabym/chciałbym jawności indywidualnych wynagrodzeń wszystkich pracowników, w tym mojego.



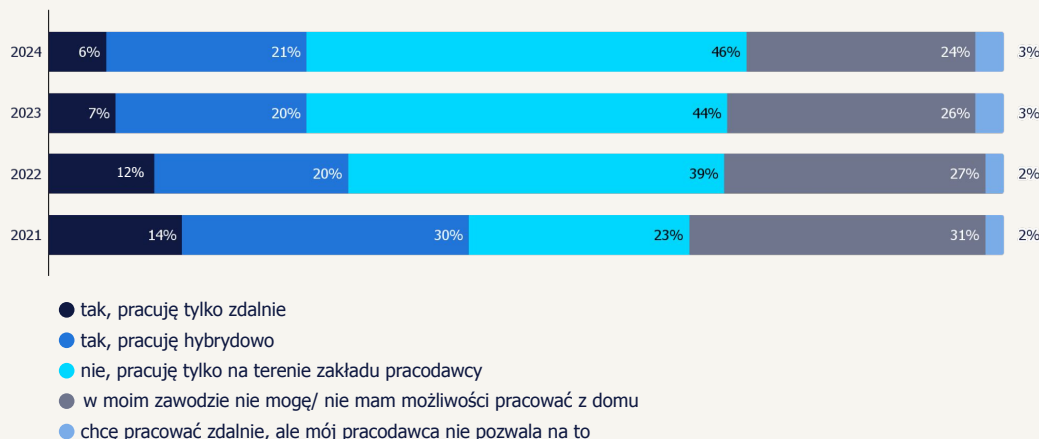
Chciałabym/chciałbym jawności przedziałów wynagrodzeń dla danego stanowiska, w tym mojego.



● tak (raczej + zdecydowanie) ● ani tak, ani nie ● nie (raczej + zdecydowanie) ● nie wiem, trudno powiedzieć

praca zdalna, stacjonarna czy hybrydowa?

czy pracujesz zdalnie?



Kiedy w 2020 roku wielu pracodawców zdecydowało o przejściu na całkowicie zdalną formułę pracy, niewielu zdawało sobie sprawę z tego, że ta nagła zmiana stanie się początkiem kilkuletniej transformacji rynku pracy. Praca zdalna, początkowo traktowana jako tymczasowe rozwiązanie w obliczu pandemii COVID-19, z czasem zyskała na popularności i stała się realną alternatywą dla tradycyjnego modelu pracy w biurze.

Wraz z łagodzeniem obostrzeń i powrotem do „nowej normalności”, wiele firm zdecydowało się na wprowadzenie modelu hybrydowego, łączącego pracę zdalną z pracą w biurze. Dziś, w 2024 roku, praca zdalna znacznie straciła na popularności. Stała się za to jedną z opcji zatrudnienia, a jej popularność zależy przede wszystkim od specyfiki danej branży, firmy i indywidualnych potrzeb pracowników.

W naszym badaniu zaledwie **6% respondentów pracuje dziś w pełni zdalnie** (częściej wybierają ten model najmłodszy pracownicy), a 21% - w modelu hybrydowym. Aż 46% badanych pracuje wyłącznie stacjonarnie.

pomoc finansowa w zmiennych warunkach gospodarczych.

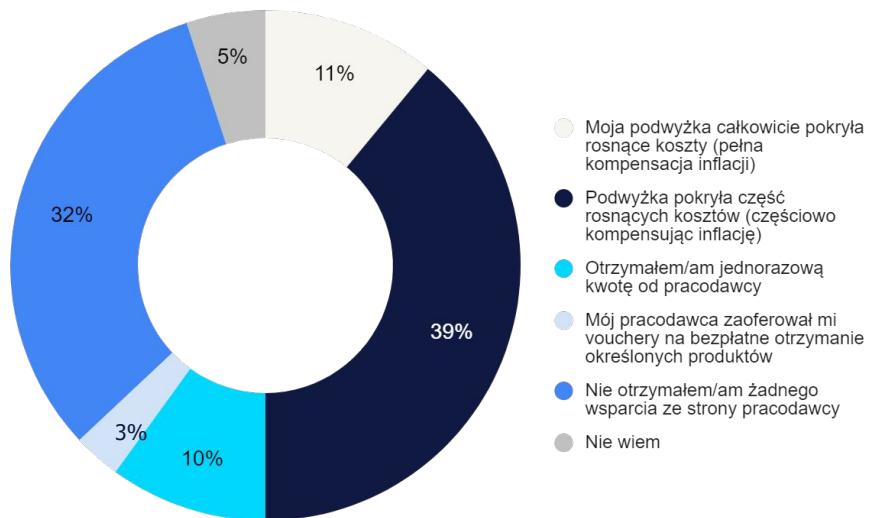
W bardzo szybko zmieniającym się i pełnym przeróżnych bodźców świecie wielu pracowników odczuwa coraz większą potrzebę stabilizacji. Jednym z jej źródeł powinno być miejsce pracy. Coraz ważniejsze staje się, by miejsce pracy było przestrzenią, do której chce się przychodzić i w niej przebywać — strefą, w której pracownicy czują się docenieni i wspierani w każdym istotnym elemencie ich zawodowego życia.

Jak mogliśmy przekonać się z lektury zeszłorocznej edycji naszego raportu, na well-being pracowników bardzo silnie wpływa dziś m.in. [przyjazna atmosfera pracy](#). Ale nie mniej ważną częścią dobrego samopoczucia w miejscu pracy są również m.in. [troska o zdrowie psychiczne pracownika](#) czy [aspekty finansowe](#). Przyjrzyjmy się bliżej ostatniemu z tych elementów. Czy – i w jaki sposób – pracodawcy wspierali finansowo w ostatnim roku pracowników?



jakie formy wsparcia finansowego oferują pracodawcy?

jakie wsparcie finansowe otrzymałeś/aś od pracodawcy, aby pomóc ci z nietypowym wzrostem kosztów utrzymania w ciągu ostatnich 2 lat?



Z naszego badania wynika, że w ostatnim czasie **39%** pracowników otrzymało podwyżkę mającą pomóc im uporać się ze wzrostem kosztów utrzymania, jednak ta podwyżka pokryła tylko część rosnących kosztów życia.

Co trzeci badany **nie otrzymał od swojego pracodawcy żadnego wsparcia**, a co dziesiąty uzyskał od pracodawcy jednorazową kwotę. Zaledwie 11% pracowników **dostało podwyżkę, która całkowicie pokryła rosnące koszty** – w tej grupie najliczniej reprezentowani są najmłodsi pracownicy, których koszty życia mogą być znacznie niższe niż w przypadku starszych badanych.

co to oznacza dla pracodawców?

Pracownicy, którzy martwią się o stan swojego domowego budżetu i nie otrzymują od swoich pracodawców wystarczającego wsparcia finansowego – zwłaszcza w trudniejszych okresach – mogą **stracić** poczucie stabilizacji i w efekcie zgubić motywację do pracy, a nawet rozważać zmianę pracodawcy.

Pamiętajmy, że **wynagrodzenie i benefity** od lat plasują się na **pierwszym miejscu** czynników decydujących o atrakcyjności pracodawców, a niewystarczająca pensja to główny powód odejść z pracy. Tym bardziej w sytuacji rosnących kosztów życia i braku wsparcia ze strony pracodawcy.

Właśnie dlatego, chcąc sprostać potrzebie **utrzymania stabilności finansowej**, pracodawcy powinni wziąć ją pod uwagę zwłaszcza w sytuacjach znaczących zmian w koniunkturze gospodarczej, z którymi mamy do czynienia w ostatnim czasie.



nastroje pracowników w obliczu rozwoju rozwiązań opartych na AI.

W ostatnich kilku latach rozwiązania z zakresu sztucznej inteligencji coraz śміielej wkraczają do polskich organizacji. W konsekwencji systemy oparte na AI, robotyzacji i automatyzacji stają się zawodową codziennością coraz większej liczby pracowników.

Według danych z [53. Edycji Monitora Rynku Pracy Randstad](#) już niemal co trzeci pracownik w Polsce ma do czynienia w swojej pracy z robotami i AI. Najczęściej są to:

- aplikacje generujące treści lub grafiki (39%),
- czatboty i automatyczne systemy obsługi klienta (38%),
- aplikacje tłumaczące z języków obcych (35%),
- roboty przemysłowe (34%).



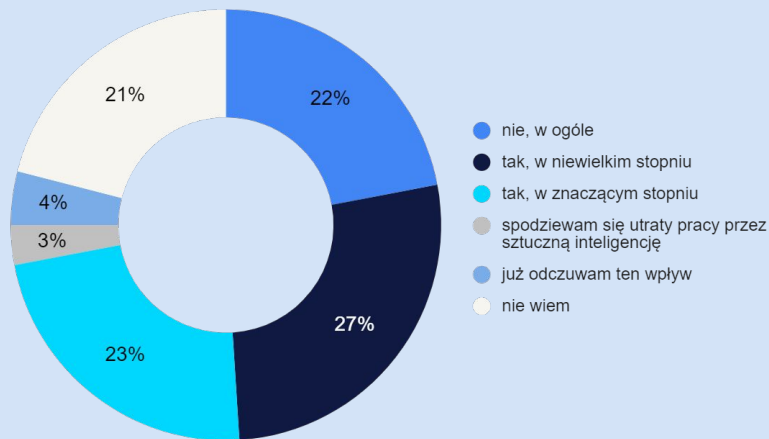
sztuczna inteligencja oczami pracowników.

W tegorocznej edycji badania Randstad Employer Brand Research, zapytaliśmy pracowników, czy oczekują, że AI będzie miała wpływ na ich pracę w ciągu nadchodzących 5 lat. Czego się dowiedzieliśmy?

Co czwarty uczestnik naszego badania deklaruje, że **AI wpłynie na jego pracę w znaczącym stopniu** – tego zdania częściej są młodzi ludzie (31% vs. 22-24% w starszych grupach). Ten wynik nie powinien dziwić: to właśnie najmłodszy pracownicy dorastali w zdigitalizowanym świecie i stykają się z nowymi technologiami już od dzieciństwa. To sprawia, że obcowanie z nimi może przychodzić im naturalniej niż starszym pracownikom. Są więc świadomi zmian, przynoszą tego typu rozwiązania w środowisku pracy.

Całkowicie odmiennego zdania dotyczącego wpływu AI na pracę jest blisko co piąty pracownik, a 27% badanych uważa, że **sztuczna inteligencja owszem, wpłynie na ich życie zawodowe, ale w niewielkim stopniu**. Zaledwie 3% respondentów spodziewa się utraty pracy przez AI.

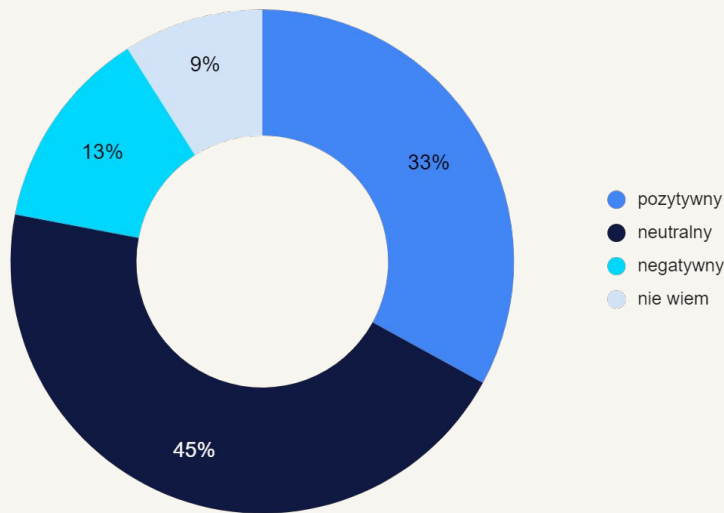
czy oczekujesz, że sztuczna inteligencja będzie miała wpływ na twoją pracę w ciągu najbliższych 5 lat?



jaki mamy stosunek do sztucznej inteligencji?

Największa część (45%) respondentów ma neutralny stosunek do wpływu AI na satysfakcję z pracy. Zaledwie 13% podchodzi do tej kwestii negatywnie, a co trzeci pracownik widzi pozytywny wpływ sztucznej inteligencji na swoją satysfakcję z pracy.

jaki wpływ na twoją satysfakcję z pracy będzie mieć sztuczna inteligencja?



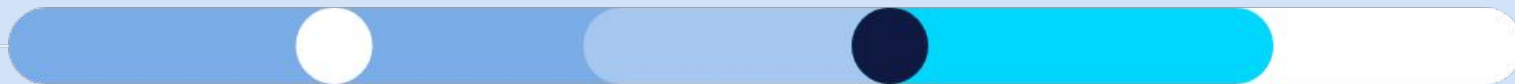
co to oznacza dla pracodawców?

Przeważające pozytywne nastawienie pracowników do rozwiązań opartych na sztucznej inteligencji to świetna wiadomość dla pracodawców. Dzięki pełnej akceptacji i entuzjazmowi pracowników wprowadzanie nowych systemów staje się zdecydowanie prostsze.

Sam entuzjazm to jednak często za mało, by skutecznie pracować z nowymi rozwiązaniami. Jak wynika z danych [53. Monitora Rynku Pracy Randstad](#), aż 2/3 pracowników nie otrzymuje od pracodawców wsparcia w przygotowaniu do pracy z robotami i AI. Pracownicy zgłaszają brak właściwej wiedzy, kompetencji i umiejętności, a przede wszystkim inicjatyw rozwijających umiejętności pracy z rozwiązaniami sztucznej inteligencji, robotyzacji i automatyzacji proponowanych przez pracodawców. To niewątpliwym znak, by w najbliższym czasie zwrócić większą uwagę na kwestię szkoleń towarzyszących wprowadzaniu AI do organizacji.

przyszłość rynku pracy a AI: przewidywania ekspertów randstad.

Jak czytamy w [raporcie Randstad „Rynek pracy i AI. Powód do obaw czy szansa?”](#), sztuczna inteligencja tak mocno zmienia sposób, w jaki pracujemy, że trudno jest przewidzieć jej dokładny wpływ na rynek. Wiemy za to, że efekty transformacji, których możemy się spodziewać, będą prawdopodobnie zarówno pozytywne, jak i negatywne.



pozytywne efekty transformacji środowiska pracy napędzanej przez AI

AI może pomóc zautomatyzować powtarzalne zadania, zwiększając w ten sposób wydajność i produktywność pracowników i umożliwiając im skupienie się na bardziej kreatywnych i złożonych zadaniach. Współpraca człowieka i AI może pomóc w tworzeniu nowych miejsc pracy i potencjalnie wpływać na wzrost płac związany z podnoszeniem kompetencji.

negatywne efekty transformacji środowiska pracy napędzanej przez AI

Niektóre stanowiska mogą stracić na znaczeniu, ponieważ AI przejmie zadania i role, które wcześniej należały do ludzi. A to będzie z kolei wymagało wprowadzenia innej organizacji pracy – opartej na konstruktywnej współpracy człowieka z maszyną. Wdrożenie AI może również prowadzić do zwiększenia nierówności pomiędzy ludźmi, którzy są w stanie zdobyć nowe umiejętności związane z AI, a tymi, którzy nie mają do nich dostępu.

najbardziej atrakcyjni
pracodawcy 2024.



najbardziej atrakcyjni pracodawcy w polsce.

2024

1.	Volvo Polska
2.	Kompania Piwowarska
3.	Toyota Motor Manufacturing Poland
4.	Volkswagen Poznań
5.	Fujitsu Technology Solutions
6.	Stellantis
7.	PGE Polska Grupa Energetyczna
8.	Neuca
9.	LS Airport Services
10.	Grupa Saint-Gobain w Polsce

2023

1.	EMC Instytut Medyczny S.A.
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)

najważniejsze czynniki zatrudnienia kojarzone z 5 najbardziej atrakcyjnymi pracodawcami.

5 najbardziej atrakcyjnych pracodawców w naszym rankingu wyróżnia się podobnymi cechami, przy czym dobra sytuacja finansowa zajmuje najwyższą pozycję we wszystkich przypadkach. Choć nie jest to główny czynnik wpływający na profil idealnego pracodawcy, sugeruje to, że pracownicy mogą traktować go bardziej priorytetowo niż przewidywano. Dodatkowo, stabilność zatrudnienia, która zajmuje miejsce trzecie w naszym rankingu kluczowych czynników atrakcyjności i jednocześnie jest oceniana bardzo wysoko wśród liderów, podkreśla fakt, że pracodawcy powinni skupić się na tym aspekcie w celu zwiększenia ogólnej atrakcyjności.

top 5 pracodawców

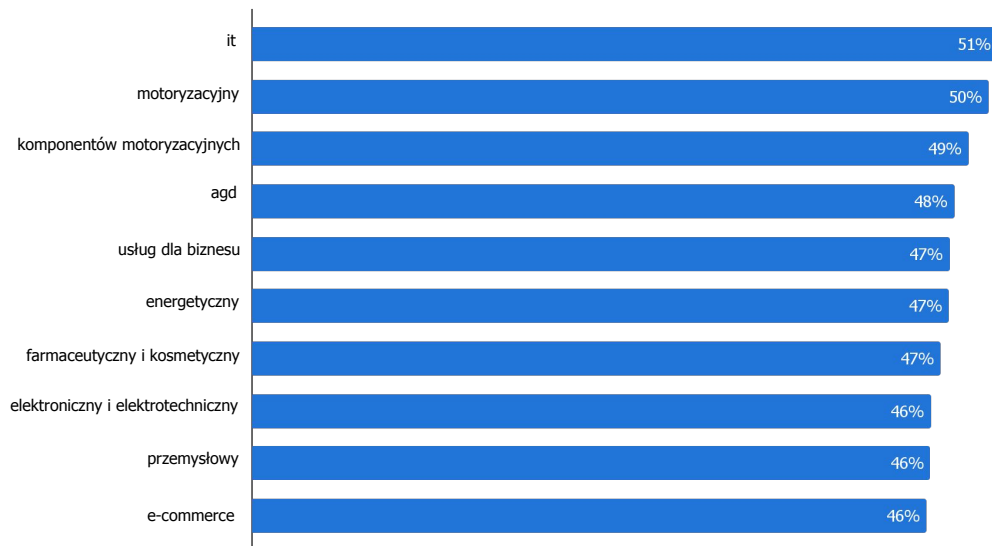
	1.	2.	3.
1. Volvo Polska	dobra sytuacja finansowa firmy	dobra reputacja	stabilność zatrudnienia
2. Kompania Piwowarska	dobra sytuacja finansowa firmy	stabilność zatrudnienia	dobra reputacja
3. Toyota Motor Manufacturing Poland	dobra sytuacja finansowa firmy	dobra reputacja	atrakcyjne wynagrodzenie i benefity
4. Volkswagen Poznań	dobra sytuacja finansowa firmy	stabilność zatrudnienia	dobra reputacja
5. Fujitsu Technology Solutions	dobra sytuacja finansowa firmy	dobra reputacja	stabilność zatrudnienia

najbardziej atrakcyjne sektory 2024.



atrakcyjność sektorów w polsce.

10 najbardziej atrakcyjnych sektorów



sektor it i motoryzacyjny najbardziej atrakcyjne

O atrakcyjności branży motoryzacyjnej w dużej mierze decydują trzy marki motoryzacyjne z pierwszej piątki (Volvo, Toyota i Volkswagen). W przypadku IT najsilniejszą pozycję zajmuje firma Fujitsu.

Różnice w atrakcyjności pomiędzy pozostałymi sektorami są niewielkie, co oznacza, że w kontekście przyciągania i zatrzymywania talentów, pracodawcy konkurują nie tylko w obrębie własnego sektora, ale także wielu innych.



zapraszamy do kontaktu.

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.

Joanna Kolasa

HR Consultancy Manager

M: +48 501 331 920

E: joanna.kolasa@randstad.pl

Beata Wolska

Strategic Senior Sales Manager

M: +48 501 324 973

E: beata.wolska@randstad.pl

chcesz, aby twoja firma wzięła udział w badaniu?

skontaktuj się z naszymi ekspertami



dziękujemy.



randstad

partner for talent.