****

|  |
| --- |
| data: |
| 09 lipca 2024 r. |
| informacje dodatkowe: |
| Mateusz Żydek |
| telefon: |
| + 48 665 305 902e-mail:mateusz.zydek@randstad.pl |

Idealny pracodawca to ten, który dobrze płaci i zapewnia przyjazną atmosferę – polscy pracownicy wskazali top 5 czynników atrakcyjności miejsca pracy w 2024 roku

**Atrakcyjne wynagrodzenie i benefity znalazły się na szczycie listy czynników, które najsilniej decydują o wyborze pracodawcy w 2024 roku. Tuż za nimi uplasowały się przyjazna atmosfera oraz stabilność zatrudnienia. Wysoko, bo od razu na 5. miejscu pojawił się nowy czynnik: równość w miejscu pracy – takie wnioski przynosi tegoroczna edycji badania Randstad Employer Brand Research. W badaniu przyglądamy się także różnicom pokoleniowym w spojrzeniu na pracę oraz rozdźwiękowi pomiędzy tym, czego Polacy oczekiwaliby od pracodawców, a tym, co firmy faktycznie im oferują.**

**Czynniki atrakcyjności – podium stabilne, ale w pierwszej piątce zmiana**

Poza wynagrodzeniem (73 proc.), dobrą atmosferą (64 proc.) i bezpieczeństwem zatrudnienia (61 proc.), jako czwartą z kolei kwestię, decydującą o atrakcyjności firmy, pracownicy wskazują możliwość rozwoju kariery (58 proc.).

I choć na przestrzeni ostatnich 3 lat, pierwsza czwórka czynników utrzymuje się niezmiennie na czele zestawienia, to dane wskazują, że ich znaczenie nieco maleje – tym razem respondenci rzadziej niż w zeszłym roku wskazywali na atrakcyjność wynagrodzeń i benefitów, dobrą atmosferę pracy oraz bezpieczeństwo zatrudnienia jako czynniki istotne dla nich.

Jednocześnie po raz pierwszy w badaniu zapytano o znaczenie równego traktowania pracowników (bez względu na wiek, płeć czy pochodzenie etniczne). Od razu pojawiło się ono na piątym miejscu rankingu (56 proc.), powodując, że równowaga między życiem prywatnym a zawodowym znalazła się w tym roku poza pierwszą piątką najważniejszych kwestii decydujących o atrakcyjności pracodawców.

**Pokoleniowe różnice w spojrzeniu na pracę**

Obecnie na rynku pracy spotykają się przedstawiciele aż czterech pokoleń. Warto zauważyć, że podczas gdy w starszych generacjach, wskazania na dobrą pensję jako główny czynnik atrakcyjności były na poziomie 73-75 proc, to w najmłodszym pokoleniu odsetek ten był zauważalnie niższy i wynosił 67 proc.

Dla generacji Zet, nieznacznie bardziej niż dobre wynagrodzenie, liczy się przyjazna atmosfera w pracy (68 proc.). Ta grupa wyraźnie zwraca też uwagę na poszanowanie równości w firmie (58 proc.). Większą uwagę od nich do tego wskaźnika przywiązują tylko pracownicy z pokolenia powojennego wyżu demograficznego (60 proc.).

To, co wyraźnie różni Zetki od przedstawicieli starszych pokoleń, to zdecydowanie rzadsze wskazania na kondycję finansową pracodawcy jako istotną – wśród najmłodszych wspomina o tym 32 proc. respondentów na tle 42-59 proc. w grupach starszych pracowników.

Z kolei milleniallsi spośród wszystkich generacji najmniejszą wagę przywiązywali do dobrej atmosfery (62 proc. vs od 63-68 proc. w innych grupach). Rzadziej wskazywali też na interesującą treść pracy 25 proc. (27-32 proc. pozostali) oraz kwestię dbania o środowisko przez firmę: odpowiednio 25 proc. vs 26-31 proc. w innych grupach wiekowych.

Pokolenie X, na tle innych badanych, wyróżnia się najczęstszymi wskazaniami znaczenia wysokości wynagrodzenia (76 proc.) oraz silną potrzebą poczucia zawodowej stabilności (64 proc.).

Boomersi znacznie częściej niż młodsi pracownicy cenią sobie dogodną lokalizację miejsca pracy: (41 proc. vs 28-38 proc.) oraz dobrą reputację firmy (51 proc. vs. 42-43 proc.).

– *W kontekście pokoleniowych różnic w podejściu do pracy, w tej edycji badania szczególnie interesujący jest nowy czynnik w zestawieniu, czyli kwestia równego traktowania. Po pierwsze pojawił się na liście od razu na piątej pozycji, co pokazuje, jak mocno zyskały na znaczeniu pozafinansowe czynniki, na które zwracają uwagę pracownicy. Po drugie okazuje się, że pozytywna kultura organizacyjna, etyczne postępowanie i brak dyskryminacji, są najważniejsze dla skrajnych wiekowo grup badanych: pokolenia Zet i Boomersów. To swoisty pomost porozumienia i wyznawanych wartości. Warto, by pracodawcy wykorzystali to jako przestrzeń do budowania pozytywnej kultury organizacyjnej, która integruje i pozwala jeszcze lepiej wykorzystać potencjał wszystkich generacji* – **mówi Joanna Kolasa,** **HR Consultancy Manager w Randstad Polska.**

**Kobiety i mężczyźni – co przekonuje ich do pracodawcy?**

Odmienne perspektywy wśród respondentów widać także pod względem płci: spojrzenie na kwestię równości jest przy tym najbardziej rozbieżne: ma ona zdecydowanie większe znaczenie dla kobiet (63 proc.) niż mężczyzn (47 proc.). Idzie za tym również stosunek do wynagrodzenia: kobiety częściej deklarują, że liczy się dla nich atrakcyjna płaca (76 proc. vs 70 proc. mężczyźni).

Kobiety zdecydowanie bardziej nastawione są też na szkolenia (54 proc. vs 44 proc.) oraz rozwój kariery (61 proc. vs. 55 proc.). Wyżej niż mężczyźni cenią sobie też możliwość pracy zdalnej (42 proc. do 28 proc.).

Natomiast rzadziej niż w przypadku mężczyzn, liczy się dla nich możliwość używania w pracy najnowszych technologii (22 proc. vs. 29 proc.).

**Wymarzona praca Polaków: oczekiwania a rzeczywistość**

Badanie pokazuje też, że rzeczywistość rynku pracy rozmija się z oczekiwaniami polskich pracowników. Najbardziej pożądany przez nich czynnik, czyli atrakcyjne wynagrodzenie, zajmuje dopiero 8. miejsce wśród tych faktycznie oferowanych w ich aktualnych miejscach pracy.

Natomiast jako 3 główne cechy wyróżniające obecnych pracodawców, zatrudnieni wskazują kolejno: stabilność zatrudnienia, dogodną lokalizację oraz dobrą kondycję finansową przedsiębiorstwa.

Te oceny potwierdzają widoczny od kliku lat rozdźwięk pomiędzy tym, co oferują pracodawcy, a tym, co oferować powinni, by skutecznie przyciągać nowych pracowników i zatrzymywać obecnych.

**Randstad Employed Brand Research** to reprezentatywne badanie marki pracodawcy opierające się na opiniach ogółu populacji. Na świecie odbywa się od 24 lat, natomiast w Polsce od 14 lat. W tym roku wzięło w nim udział ponad 173 000 respondentów (w Polsce było 6 794 respondentów), którzy ocenili atrakcyjność 6 084 firm na całym świecie i wskazywali czynniki, które wpływają na wybór miejsca zatrudnienia.

**Randstad Polska**, lider na polskim rynku doradztwa personalnego i pracy tymczasowej, jest częścią holenderskiego Randstad Holding nv.

Randstad jest zaufanym partnerem dla firm, które potrzebują wsparcia w poszukiwaniu pracowników tymczasowych (w tym także rekrutacji i zarządzania dużymi grupami pracowników w siedzibie klienta) i stałych, w tym specjalistów w zakresie finansów, informatyki, inżynierii oraz w sektorze nowoczesnych usług dla biznesu. Randstad wspiera także pracodawców fachowym doradztwem i analizami rynku pracy. Pomaga w procesach rozliczania pracowników i zarządzania dokumentacją kadrową.

Poszukujących zatrudnienia specjaliści Randstad wspierają w odnajdywaniu najlepszej pracy, która odpowiada ich potrzebom i kwalifikacjom. Tworzą w ten sposób przyjazną przestrzeń komunikacji między pracownikami a pracodawcami.

Randstad sięga po nowoczesne technologie tak, by służyły one wygodzie poszukujących pracy i pracodawców. Działa globalnie, ale i lokalnie. Na co dzień ze specjalistami Randstad spotkać się można w jednym z ponad 120 biur w Polsce.

Więcej informacji o firmie: [www.randstad.pl](http://www.randstad.pl/)