|  |
| --- |
| data:23 kwietnia 2025 r. |
| informacje dodatkowe:Mateusz Żydek |
| telefon:+ 48 665 305 902 |
| e-mail:mateusz.zydek@randstad.pl |

Atrakcyjny pracodawca = atrakcyjne wynagrodzenie
– twierdzi 71 proc. Polaków. Im jesteśmy starsi, tym bardziej liczy się dla nas wysokość pensji, ale Zetki stawiają na coś innego

**Trójka kluczowych czynników decydujących o atrakcyjności miejsca pracy trzyma się mocno: na szczycie wciąż jest wynagrodzenie, a zaraz za nim znalazły się pozytywna atmosfera w miejscu pracy i gwarancja stabilnego zatrudnienia. Na wysokiej, czwartej pozycji uplasowała się równowaga między życiem zawodowym a prywatnym, której znaczenie wzrosło od zeszłego roku. W wynikach tegorocznej edycji badania Randstad Employer Brand Research wyraźnie wyróżnia się też podejście przedstawicieli pokolenia Zet, którzy wyżej niż płacę cenią możliwość działania w przyjaznym środowisku pracy.**

**Idealny pracodawca: co zmieniło się od zeszłego roku?**

Wynagrodzenie, dobra atmosfera w zespole oraz poczucie stabilności zatrudnienia niezmiennie utrzymują się w czołówce najważniejszych czynników decydujących o atrakcyjności miejsca pracy – wskazało je odpowiednio 71 proc., 63 proc. i 61 proc. badanych. Na czwartym miejscu znalazła się równowaga między pracą a życiem prywatnym (56 proc.), która w porównaniu do zeszłego roku awansowała w rankingu o dwa miejsca. Natomiast możliwość rozwoju kariery spadła z pozycji czwartej na piątą: wskazało ją o 3 p.p. mniej respondentów niż rok temu (55 proc. vs 58 proc.).

Chociaż podium kluczowych oczekiwań pozostaje niezmienne od dwóch lat, wskazania są nieco mniej zdecydowane: wynagrodzenie wskazało o 2 p.p. mniej osób, a dobrą atmosferę o 1 p.p.

**Pokolenie Zet ma inne priorytety niż starsi pracownicy**

Choć w ujęciu generalnym wysokość pensji liczy się dla respondentów najbardziej, to wśród pokolenia Zet, optyka jest zupełnie inna: od idealnego pracodawcy Zetki oczekują przede wszystkim zapewnienia przyjaznej atmosfery pracy (64 proc.). Dopiero po niej wskazują atrakcyjne wynagrodzenie (60 proc.) oraz możliwość rozwoju kariery (55 proc.). W tym ostatnim aspekcie więcej wskazań pojawiło się jedynie wśród pracowników w wieku 25–34 lata (59 proc.).

Wśród starszych generacji atrakcyjne wynagrodzenie zdecydowanie dominuje, osiągając odpowiednio wartości na poziomie 68 proc. (Millenialsi), 75 proc. (Pokolenie X) oraz 75 proc. (Baby Boomers).

Zetki wyraźnie rzadziej oceniają firmę na podstawie jej kondycji finansowej: zwraca na to uwagę niespełna co trzeci pracownik z tej grupy (28 proc.), podczas gdy wśród pozostałych pokoleń jest to od 42 do 54 proc.

Również lokalizacja miejsca pracy nie jest dla Zetek tak ważna, jak dla starszych pracowników – zaledwie 29 proc. z nich uznało ją za istotną, podczas gdy wśród pozostałych, odsetek ten wahał się między 34 proc. a 41 proc.

Millenialsów spośród wszystkich generacji wyróżnia to, że najmniejszą wagę przywiązują do dobrej atmosfery w pracy (61 proc. vs od 63-64 proc. w innych grupach wiekowych). Czynnik, który w ich oczach stracił na znaczeniu najbardziej od zeszłego roku, to z kolei zapewnienie równego traktowania ze względu na wiek, płeć czy pochodzenia etniczne: w tym roku wskazał je w tej grupie co drugi pracownik, co stanowi spadek o 5 p.p.

Pokolenie X względem zeszłego roku jest najbardziej stabilne w swoich ocenach i procentowe wartości wskazań prawie nie uległy zmianie: wysokość wynagrodzenia wybrało tu 74 proc.: identycznie jak rok wcześniej, przyjazną atmosferę - 63 proc. vs 62 proc. rok wcześniej, a poczucie bezpieczeństwa zatrudnienia także 62 proc., jak w poprzedniej fali badania.

Baby Boomersi znacznie częściej niż młodsi pracownicy cenią sobie natomiast stabilność zatrudnienia (73 proc.) względem 48 – 62 proc. wśród pozostałych grup wiekowych oraz zapewnienie równych szans bez względu na wiek, płeć i pochodzenie etniczne (59 proc. vs 50 – 53 proc.).

*– Przyglądając się wskazaniom kolejnych generacji widzimy, że znaczenie każdego z trzech kluczowych czynników atrakcyjności: pensji, atmosfery oraz stabilności zatrudnienia rośnie konsekwentnie wraz z wiekiem, a najwyższe procentowe wartości kumulują się w grupie osób 55-64 lata. Wynika to ze zmieniającej się w czasie sytuacji osobistej pracowników: pojawiających się stopniowo zobowiązań rodzinnych, finansowych i coraz większej potrzeby budowania poczucia bezpieczeństwa dla siebie i bliskich. Uwagę zwraca również to, że wszyscy pracownicy znacznie częściej niż rok temu sygnalizują potrzebę zachowania work-life balance, co może sygnalizować, że mocniej doświadczamy zacierania równowagi między pracą i życiem osobistym, ale może być też przejawem rezygnacji części firm z elastyczności w zakresie czasu i miejsca wykonywania zadań. Dla pracodawców to znak, że warto przyjrzeć się oferowanym modelom pracy oraz zadbać o dobrostan pracowników i realne wsparcie w wyzwaniach zawodowych –* **mówi Marzena Milinkiewicz, Dyrektor Zarządzająca Randstad Polska.**

**Pensja i stabilność posady bardziej liczą się dla kobiet**

Odmienne oczekiwania względem pracodawcy widać również pod względem płci respondentów. Zapewnienie przez firmę równych szans jest dużo ważniejsze dla kobiet (58 proc. vs. 44 proc.). Inne jest także podejście do wynagrodzenia: kobiety częściej niż mężczyźni deklarują, że liczy się dla nich atrakcyjna płaca i benefity (74 proc. vs 67 proc.) oraz dobra atmosfera (67 proc. vs. 58 proc.).

Kobiety zdecydowanie częściej podkreślają przy tym również potrzebę utrzymania work-life balance (60 proc. kobiet vs. 51 proc. mężczyzn). Są też bardziej nastawione na szkolenia (51 proc. vs 44 proc.) oraz rozwój kariery (61 proc. vs. 55 proc.). Wyżej niż mężczyźni cenią sobie możliwość pracy zdalnej (40 proc. do 30 proc.).

Z kolei mężczyźni w większym stopniu interesują się dostępem do nowoczesnych technologii – dla 27 proc. z nich jest to czynnik wpływający na atrakcyjność miejsca pracy, w porównaniu do 20 proc. kobiet.

**Obecna pensja coraz bardziej odbiega od oczekiwań Polaków**

W bieżącej edycji badania pracownicy nieco bardziej przychylnie niż rok temu ocenili swoich aktualnych pracodawców: obecność wszystkich pożądanych czynników (z wyjątkiem stabilności zatrudnienia) była zaznaczana częściej.

Jednocześnie najistotniejsza kwestia, czyli atrakcyjne wynagrodzenie, zajmuje teraz dopiero 10. miejsce wśród tych faktycznie oferowanych przez firmy, a więc od zeszłego roku spadła o 1 miejsce w rankingu.

Jako 3 główne cechy pozytywnie wyróżniające obecnych pracodawców, zatrudnieni wskazują stabilność zatrudnienia i dogodną lokalizację (po 70 proc.) oraz dobrą kondycję finansową przedsiębiorstwa (66 proc.).

Kobiety lepiej oceniają stabilność zatrudnienia, lokalizację, zapewnienie równych szans, przyjazną atmosferę, work-life balance u swoich obecnych pracodawców. Mężczyźni zaś dobrą sytuację finansową firmy, dobrą reputację, interesujące treści pracy, możliwości rozwoju kariery, atrakcyjne wynagrodzenie i troskę o środowisko.

Kontakt:

Mateusz Żydek

Rzecznik Prasowy

Tel. +48 665 305 902

Email: mateusz.zydek@randstad.pl

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 15 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 jest częścią Randstad N.V. – najbardziej wyspecjalizowanej firmy na świecie działającej na rzecz talentów, która dba o wyrównywanie szans. Działając w ramach czterech specjalizacji – Operational, Professional, Digital i Enterprise – zapewniamy firmom wykwalifikowane, zróżnicowane i elastyczne zespoły, które wspierają ich w osiąganiu biznesowych sukcesów w świecie deficytu talentów. Poszukujących zatrudnienia wspieramy w zdobywaniu ważnych dla nich ról zawodowych, rozwoju właściwych kompetencji, odnajdywaniu celu i poczucia przynależności w miejscu pracy. Jesteśmy zaangażowani w budowanie lepszej i bardziej zrównoważonej przyszłości dla nas wszystkich.

W Randstad działamy globalnie – na 39 rynkach świata, ale także lokalnie, wspierając talenty i klientów w blisko 100 biurach w Polsce.

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