

maj 2025

polska.

raport krajowy randstad
employer brand research
2025

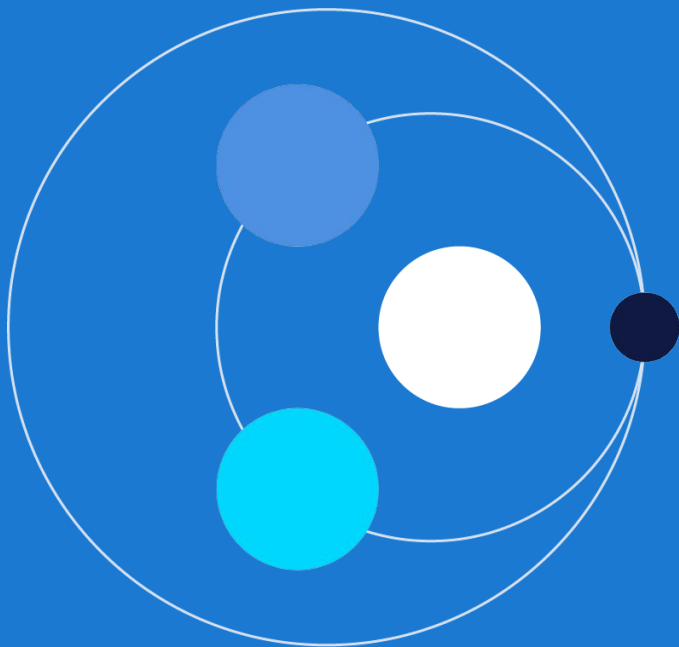


randstad



partner for talent.

spis treści.



1. wstęp
2. informacje o badaniu
3. czynniki atrakcyjności pracodawców w polsce
4. rozwój zawodowy
5. zmiany zatrudnienia
6. kanały poszukiwania pracy
7. sztuczna inteligencja na rynku pracy
8. skuteczne motywowanie i budowanie zaangażowania pracowników
9. najbardziej atrakcyjni pracodawcy 2025
10. najbardziej atrakcyjne sektory 2025

wstęp.





kilka słów o raporcie.

Rok 2025 jawi się jako czas dalszej stabilizacji sytuacji gospodarczej, a także przyspieszenia rozwoju wielu sektorów, co otwiera przed polskimi pracodawcami wiele nowych szans i możliwości. A jednocześnie przynosi kolejne wyzwania związane z talentami. [Najnowsza edycja raportu Randstad Employer Brand Research](#), którą macie Państwo przed sobą, nie tylko potwierdza utrzymujące się znaczenie atrakcyjnego wynagrodzenia, benefitów oraz przyjaznej atmosfery w miejscu pracy w skutecznym pozyskiwaniu i zatrzymywaniu talentów, lecz też wyraźnie akcentuje [potrzebę właściwego motywowania pracowników](#). Jak się bowiem okazuje, to właśnie ten element staje się jednym z najważniejszych czynników kształtujących dziś długofalowe zaangażowanie oraz lojalność pracowników wobec pracodawców.

Analiza tegorocznych wyników pokazuje nam, że między innymi brak uznania, niewystarczające wynagrodzenie czy niedopasowany do możliwości pracownika zakres obowiązków może prowadzić do spadku zaangażowania i chęci poszukiwania nowej pracy. Co to oznacza dla pracodawców? Które grupy pracowników są najmniej zmotywowane? I jakie kroki warto podjąć, by uwolnić potencjał pracowników oraz skutecznie zatrzymać ich w zespołach?

O tych zagadnieniach, a także o wielu innych czynnikach wpływających na skuteczne pozyskiwanie i motywowanie talentów przeczytacie Państwo raporcie [Randstad Employer Brand Research 2025](#). Serdecznie zapraszamy do lektury.



informacje o badaniu.



employer brand research 2025 – polska



czym jest randstad employer brand research?



To reprezentatywne **badanie marki pracodawcy** opierające się na opiniach ogółu populacji. Bazuje na 25 latach doświadczenia na świecie, jak skutecznie kształtować wizerunek pracodawcy. **Od 15 lat obecne w Polsce.**



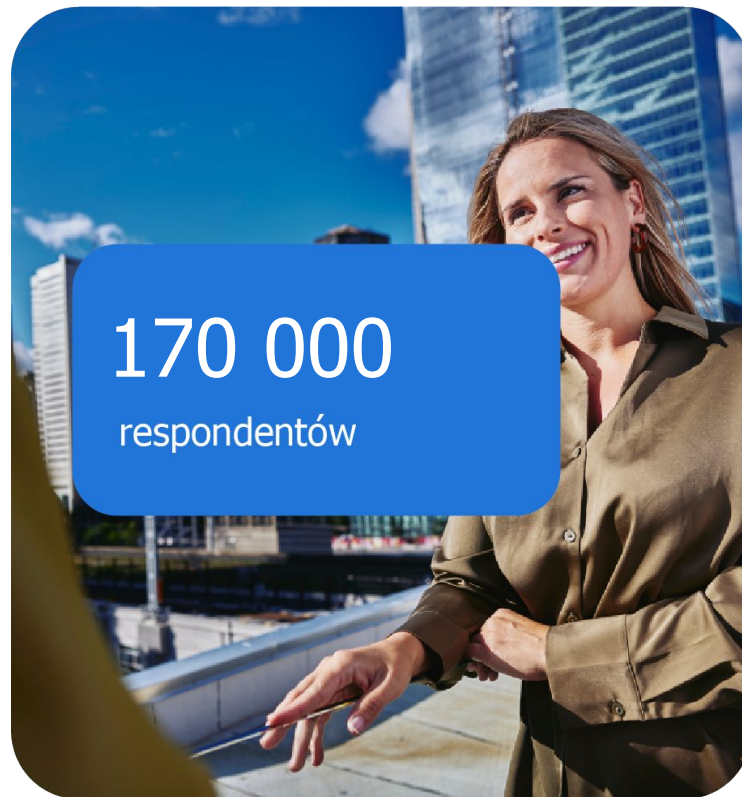
Niezależne badanie, w którym wzięło udział ponad **170 000 respondentów** oceniających atrakcyjność **6 400 firm** na całym świecie. W Polsce pytaliśmy o zdanie **4 623 respondentów**.



Odwierciedlenie atrakcyjności pracodawców w danym kraju dla **150 największych firm na rynku**, znanych przez **co najmniej 15% populacji**, oraz firm dodatkowych niezbędnych do utrzymania benchmarku w sektorach.



Dostarcza cennych spostrzeżeń, które pomagają firmom kształtować swoją markę pracodawcy.



randstad employer brand research obejmuje już 34 rynki, czyli ponad 75% globalnej gospodarki.

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

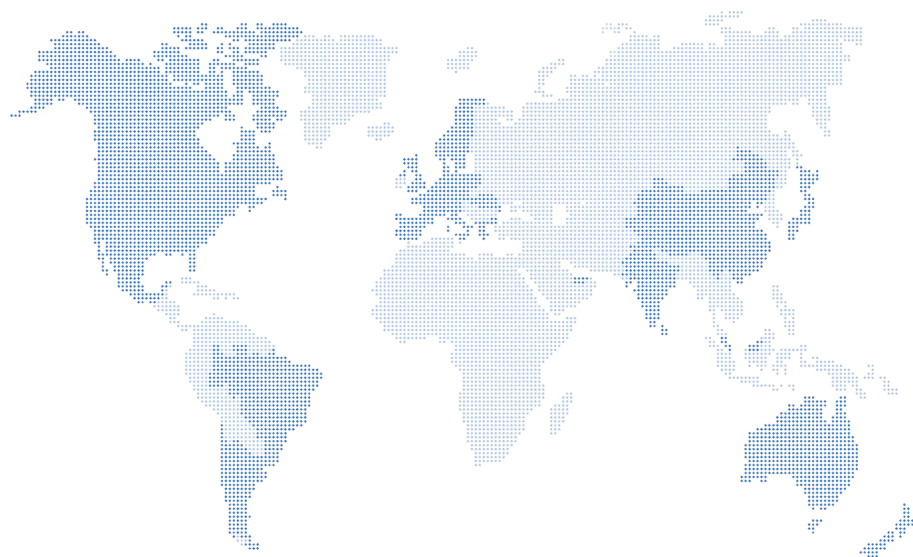
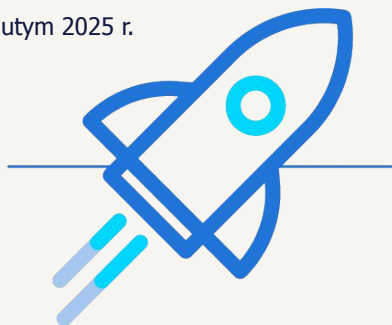
- wywiad online przeprowadzony w lutym 2025 r.

czas trwania wywiadu

- 14 minut

Polska

- 4623 respondentów



argenty
australia
austria
belgia
brazylia
chile
chiny

czechy
dania
francja
grecka
hiszpania
holandia
hongkong

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 zapewnienie równych szans bez
względu na wiek, płeć, pochodzenie
etniczne itp.
- 05 przyjazną atmosferę pracy
- 06 work-life balance
- 07 dobrą reputację
- 08 atrakcyjne wynagrodzenie i benefity
- 09 troskę o środowisko oraz
zaangażowanie społeczne
- 10 interesujące treści pracy
- 11 dogodną lokalizację

dobór losowy

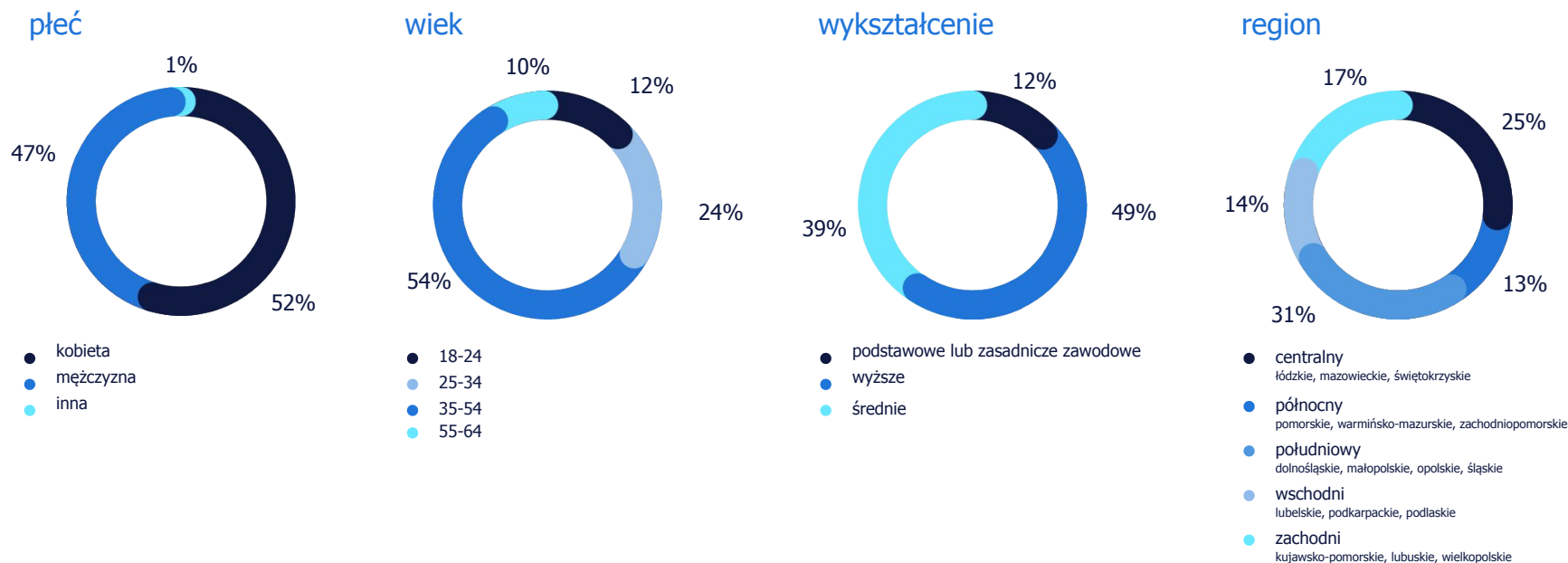
Każdemu badanemu przedstawiono losowo wybrane
30 firm. Oceny marki pracodawcy dokonywali
wyłącznie ci badani, którzy zadeklarowali jej
znajomość.

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.

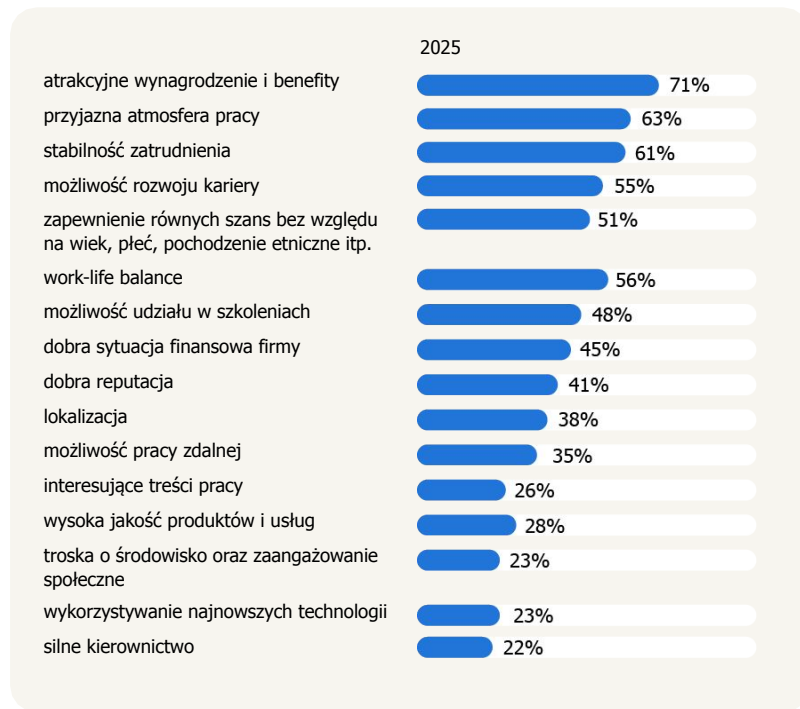
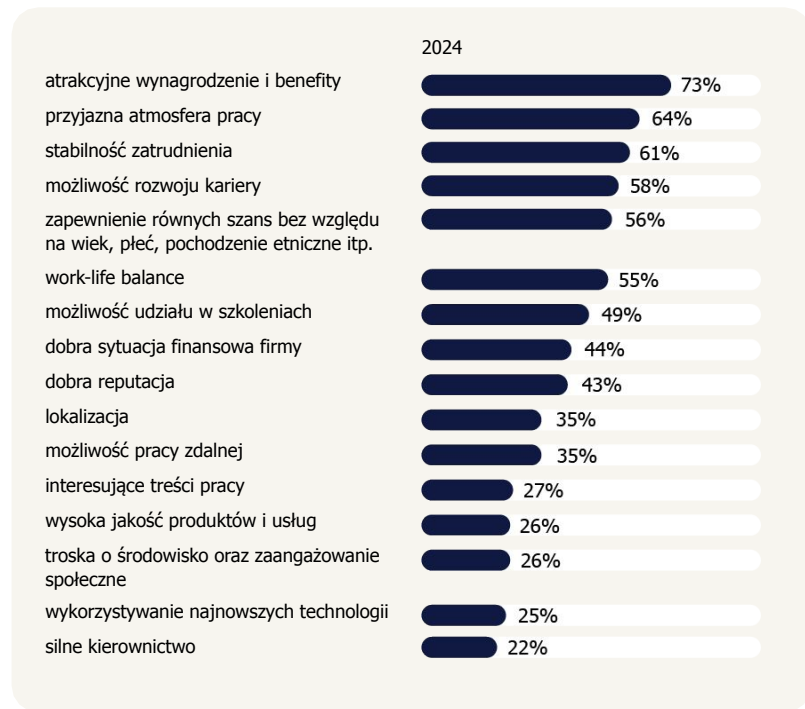
charakterystyka próby w Polsce: płeć, wiek, region, wykształcenie.





czynniki atrakcyjności pracodawców w polsce.

które czynniki najsilniej decydują o wyborze pracodawcy w 2025 roku?



co powinien oferować pracodawca w 2025 roku?



wynagrodzenie
niezmiennie
najważniejsze

Tak jak i w zeszłorocznej edycji badania, największym zainteresowaniem pracowników ponownie cieszy się **atrakcyjne wynagrodzenie i benefity**. 71% badanych wskazuje je jako ważny czynnik przy podejmowaniu decyzji o wyborze pracodawcy.

Jednak **nie wszystkie grupy wiekowe oceniają ten element równie wysoko**. Jego znaczenie rośnie z wiekiem.



przyjazna
atmosfera wciąż
bardzo ważna

Kolejny rok z rzędu drugie miejsce na podium zajmuje **przyjazna atmosfera** w miejscu pracy. Wskazało ją 63% badanych – a więc niemal dokładnie tyle, co rok temu. Warto dodać, że przyjazna atmosfera w miejscu pracy to najważniejszy element decydujący o wyborze pracodawcy wśród **najmłodszych i najstarszych** grup pracowników, którzy wzięli udział w badaniu.



pracownicy szukają
stabilności,
równowagi
i rozwoju

Kolejne miejsca w rankingu czynników atrakcyjności pracodawcy zajęły: **stabilność zatrudnienia** (61%), **work-life balance** (56%), **możliwość rozwoju kariery** (55%) oraz **zapewnienie równych szans** bez względu na wiek, płeć czy pochodzenie (51%). Co ciekawe, równowaga między życiem prywatnym a zawodowym awansowała w ciągu roku z miejsca szóstego na czwarte, a znaczenie tego elementu rośnie wraz z wiekiem badanych, co może wynikać z większej potrzeby godzenia zobowiązań zawodowych z rodzinnymi.

co sądzą pracownicy o ofercie obecnego pracodawcy?

Największa liczba badanych twierdzi, że ich pracodawcy zapewniają im [stabilność zatrudnienia](#). Najmocniej zauważają to osoby w wieku 25-34 i 35-54 lata, a najmniej – najmłodsi pracownicy. Na kolejnych miejscach znalazły się: [dobra lokalizacja](#) miejsca pracy, [dobra sytuacja finansowa firmy](#) i [zapewnienie równych szans](#) bez względu na wiek, płeć, pochodzenie etniczne.

czy potrzeby pracowników są spełnione?

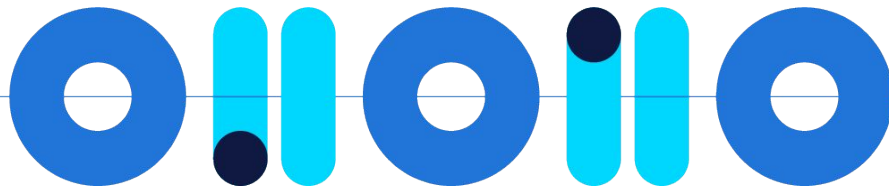
Jako najrzadziej obecne w miejscach pracy czynniki zatrudnienia pracownicy wskazywali [możliwość rozwoju kariery](#), [atrakcyjne wynagrodzenie i benefity](#), [troskę o środowisko](#) oraz [zaangażowanie społeczne pracodawcy](#) – każdy z tych elementów wytypował średnio tylko co drugi badany.

ocena obecnego pracodawcy

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

profil idealnego pracodawcy

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





oczekiwania polek i polaków wobec pracodawców różnią się.

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

Istotne różnice w oczekiwaniach wobec pracodawców oraz w postrzeganiu oferty obecnego miejsca pracy widzimy jednak wtedy, gdy **spojrzymy na to, jak w tym roku odpowiedziały na nasze pytania kobiety, a jak mężczyźni.**



najistotniejsze różnice w postrzeganiu czynników atrakcyjności **idealnego pracodawcy** ze względu na płeć

dla kobiet większe znaczenie mają:

 atrakcyjne wynagrodzenie
(74% vs. 67%)

 work-life balance
(60% vs. 51%)

 stabilność zatrudnienia
(63% vs. 58%)

mężczyźni wyżej cenią takie czynniki jak:

 wykorzystywanie najnowszych technologii w pracy (27% vs. 20%)

 dobra sytuacja finansowa firmy (46% vs. 44%)

 wysoka jakość produktów i usług (28% vs. 27%)

 interesujące treści pracy (27% vs. 25%)

najważniejsze różnice w postrzeganiu oferty **aktualnego pracodawcy** ze względu na płeć

kobiety lepiej oceniają:

 lokalizację
(71% vs. 68%)

 przyjazną atmosferę
(60% vs. 58%)

 work-life balance
(57% vs. 55%)

mężczyźni wyżej oceniają:

 atrakcyjne wynagrodzenie i benefits (53% vs. 48%)

 dobrą sytuację finansową firmy (68% vs. 65%)



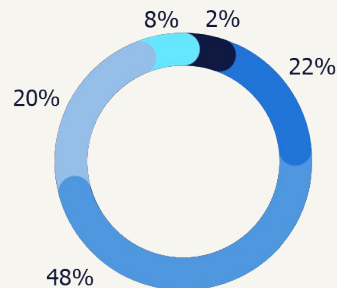
praca zdalna, stacjonarna czy hybrydowa?

Po 2020 roku praca zdalna i hybrydowa stały się popularnymi formami zatrudnienia, znacząco zmieniając oblicze rynku pracy. Jednak, szczególnie w ostatnich 2 latach, coraz mocniej widoczny jest trend **powrotów do biur**. A to sprawia, że – jak wynika z naszego badania – **niemal połowa** zatrudnionych (48%) wykonuje swoje obowiązki **wyłącznie na terenie firmy**, a jedna piąta w ogóle nie ma możliwości pracy z domu. Zdalnie pracuje zaledwie 8% osób, hybrydowo – 20%.

Ze zdalnego i hybrydowego modelu częściej korzystają pracownicy w wieku 18-24 i 25-34 lata, czyli przedstawiciele młodszych pokoleń, dla których możliwość korzystania z elastycznych form wykonywania obowiązków zawodowych jest szczególnie atrakcyjna.

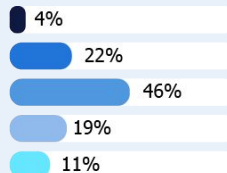
czy pracujesz zdalnie?

- chcę pracować zdalnie, ale mój pracodawca nie pozwala na to
- w moim zawodzie nie mogę / nie mam możliwości pracować z domu
- nie, pracuję tylko na terenie zakładu pracodawcy
- tak, pracuję hybrydowo
- tak, pracuję tylko zdalnie

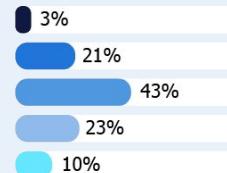


wiek

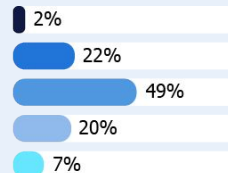
18-24



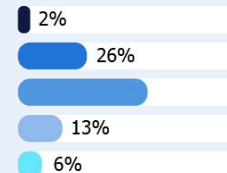
25-34



35-54



55-64



rozwój zawodowy.



rozwój zawodowy: jakie ma znaczenie?

Rozwój zawodowy jest piątym najważniejszym czynnikiem decydującym o wyborze pracodawcy i **trzecim najczęstszym powodem odejść z pracy**.

W porównaniu z 2024 rokiem zmieniła się grupa wiekowa, której **najbardziej zależy** na tym elemencie: w poprzednim badaniu byli to najmłodsi pracownicy. W obecnym – **osoby w wieku 25-34 lata**. Niezmiennie jednak to zarówno przedstawiciele pokolenia Z, jak i mileniałsi podczas poszukiwań pracy najczęściej zwracają uwagę na możliwość rozwoju zawodowego. To również te dwie grupy najczęściej podejmują decyzję o zmianie pracodawcy ze względu na brak możliwości rozwoju zawodowego i ograniczoną ścieżkę kariery w firmie.

Oznacza to, że rozwój zawodowy – podobnie jak w poprzednich latach – jest ogromnie ważnym elementem zatrudnienia zwłaszcza w przypadku osób, które znajdują się **na początku swojej ścieżki zawodowej**.

możliwość przekwalifikowania się jako pomoc w rozwoju kariery.

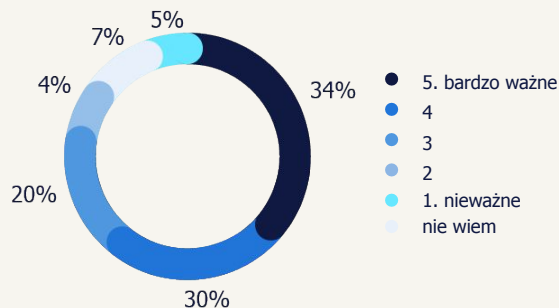
Zmiany w zapotrzebowaniu pracodawców na określone kompetencje (na przykład umiejętności techniczne związane z rozwojem nowych technologii) niekiedy wymagają przekwalifikowania się pracowników. Właśnie dlatego zapytaliśmy badanych o to, jak ważne jest w ich opinii wsparcie pracodawcy w procesie przekwalifikowania się, by pomóc im w dalszym rozwoju kariery.

62% uczestników naszego badania uważa za bardzo ważne lub ważne, by pracodawca dawał pracownikom możliwość przekwalifikowania się. **Szczególnie mocno tę potrzebę zgłaszają tzw. „zetki” i mileniałsi**, a zdecydowanie mniej – osoby w wieku 35-54 i 55-64 lata. Oznacza to, że młodszy pracownicy mają dziś dużą świadomość, że konieczność elastycznego dopasowywania się do zmiennych warunków obecnego rynku pracy jest jednym z warunków udanego rozwoju kariery w przyszłości.

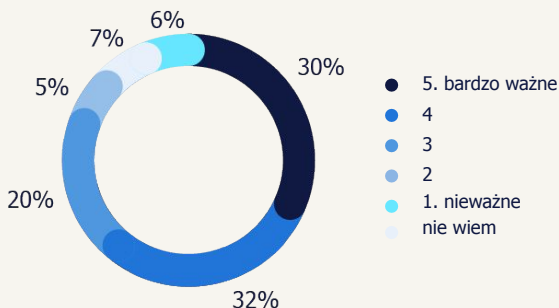
możliwości przekwalifikowania się

jakie znaczenie ma dla ciebie możliwość przekwalifikowania się? odpowiedzi zostały udzielone w skali 1-5, gdzie 1 oznacza "nieważne", a 5 "bardzo ważne".

2024



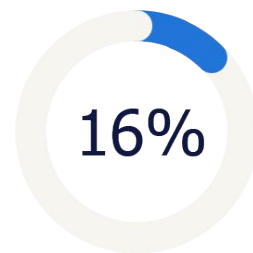
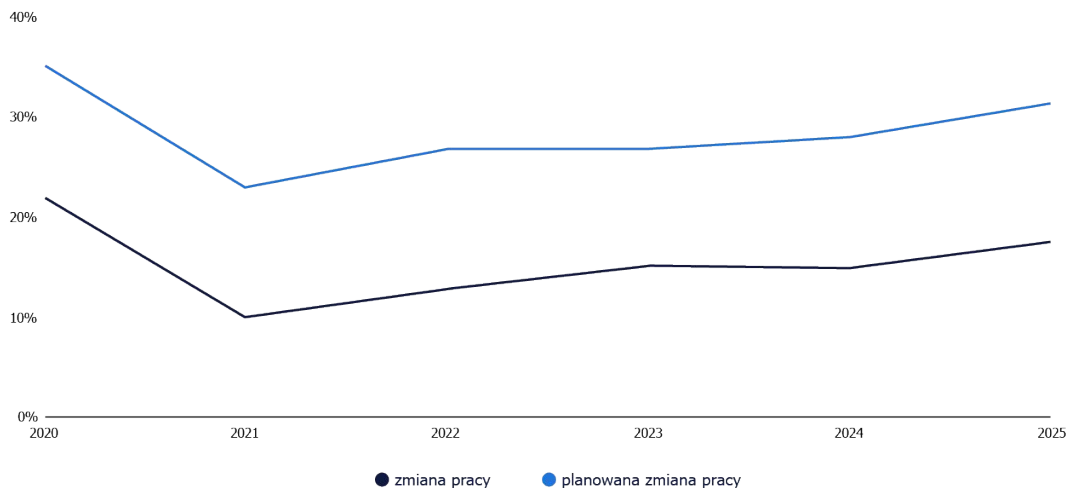
2025



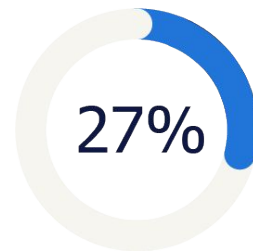
zmiany zatrudnienia.



ilu pracowników zmieniło pracę w ciągu ostatnich 6 miesięcy 2024 roku, a ilu planuje to zrobić w 2025 roku?



respondentów
zmieniło pracę
w ciągu ostatnich
6 miesięcy 2024 roku



respondentów planuje
zmienić pracę w ciągu
pierwszych 6 miesięcy
2025 roku

kto najczęściej zmienia pracę?

zmiana pracy w 2024 roku

Zdecydowana większość badanych, niezależnie od wieku, **nie zmieniła pracy** w drugim półroczu 2024 roku. To sprawia, że jednym z najważniejszych zadań pracodawców na ten rok jest zadbanie o potrzeby tej grupy pracowników – tak, by podtrzymać jej dotychczasową lojalność.

Największa liczba osób, które dokonały w ostatnim czasie zmiany miejsca zatrudnienia, to badani w wieku 25-34 lata.

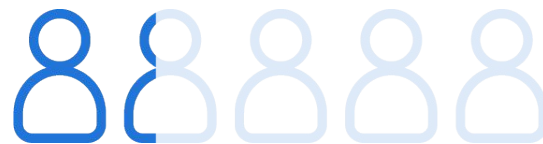
Duża mobilność zawodowa tej grupy może wynikać przede wszystkim z faktu, że jej przedstawiciele często znajdują się na etapie **intensywnego rozwoju kariery zawodowej**, są więc bardziej otwarci na zmiany niż starsi pracownicy i chętniej poszukują możliwości lepszego dopasowania miejsca pracy do swoich oczekiwań i aspiracji. Dla pracodawców oznacza to konieczność **większej uważności na potrzeby młodych pracowników**, inwestowanie w możliwości rozwoju zawodowego i elastyczne formy zatrudnienia oraz stworzenie środowiska pracy, które zatrzyma te talenty na dłużej.

plany na 2025 rok

Ponad połowa badanych **nie planuje zmieniać pracy** w pierwszym półroczu 2025 roku. Taką gotowość zgłasza ponad ¼ pracowników – najczęściej są to osoby w wieku 25-34 lata, a więc ta sama grupa, która najliczniej zmieniła pracodawców w drugim półroczu poprzedniego roku.

Najmniej popularną możliwością rozważaną przez pracowników, niezależnie od grupy wiekowej, jest zmiana pracy w ramach tej samej organizacji.

Rzadko który pracownik po 55. r.ż. jest gotów zmienić swoje stanowisko lub pracodawcę.



32%

pracowników w wieku 25-34 lata planuje zmienić firmę w ciągu kolejnego pół roku



78%

najstarszych pracowników (w wieku 55-64 lata) nie planuje zmienić pracy w I. poł. 2025 r.

3 najczęstsze powody odejścia z pracy.



zbyt niskie wynagrodzenie

Zbyt niskie wynagrodzenie względem rosnących kosztów życia jest najczęstszą motywacją do zmiany miejsca zatrudnienia. Ten powód wskazało 53% wszystkich respondentów, najczęściej – osoby między 35. a 54. rokiem życia.



brak stabilności finansowej firmy

29% pracowników odpowiedziało, że odeszło z pracy lub mogłoby z niej odejść z powodu braku stabilności finansowej ich organizacji. Znaczący awans tego czynnika (z 5. miejsca w ubiegłym roku) wskazuje, że więcej pracowników odczuwa obecnie strach przed redukcją zatrudnienia wynikającą z problemów finansowych firmy.

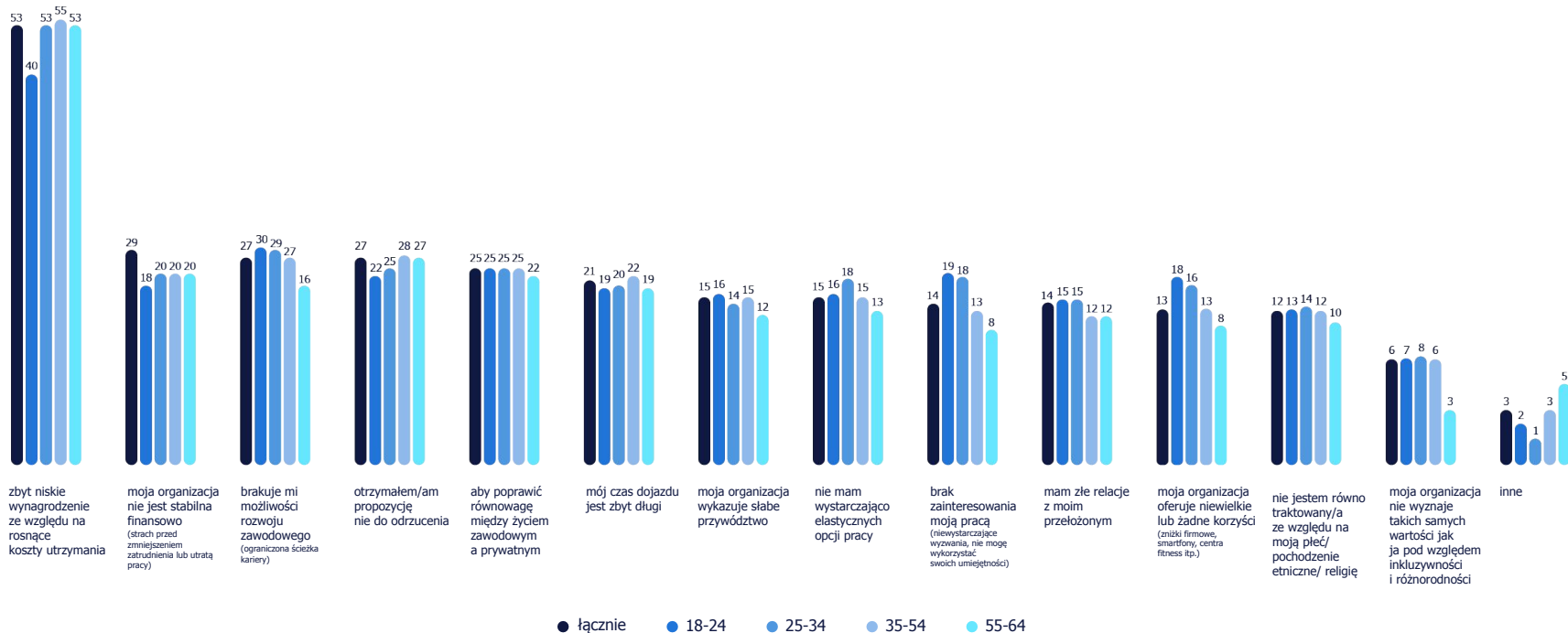


ograniczona ścieżka kariery

Na brak perspektyw rozwoju zawodowego jako powód do odejścia z pracy zwraca uwagę 27% pracowników, którzy wzięli udział w badaniu. To przyczyna szczególnie często wskazywana przez „zetki” i milenialsów (30% i 29%), a najmniej istotna dla osób między 55. a 64. r.ż. (16%).

dlaczego polacy decydują się na zmianę pracy?

powody, dla których ktoś odszedł lub mógłby odejść z pracy



kanały poszukiwania pracy.

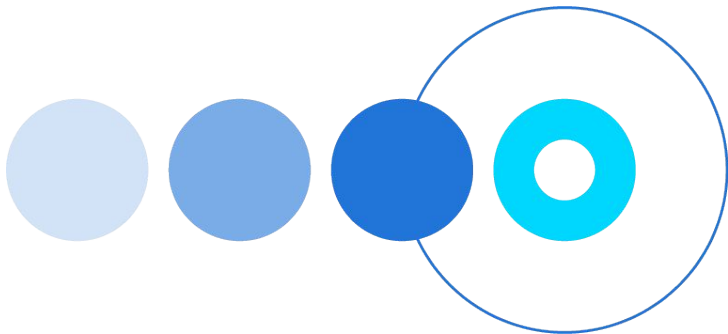


gdzie pracownicy szukają ofert zatrudnienia?

Zdecydowana większość (70%) uczestników naszego badania szuka nowego zatrudnienia na [portalach z ofertami pracy](#). Tę formę poszukiwań wybiera znacznie więcej kobiet niż mężczyzn.

Kolejne źródło ofert to [media społecznościowe oraz osobiste kontakty i polecenia](#) – tę opcję wskazało po 39% badanych. Z tych pierwszych najczęściej korzystają najmłodszy pracownicy i kobiety, z drugich — najstarsi pracownicy oraz mężczyźni.

Nieco mniej powszechne, ale wciąż chętnie używane kanały poszukiwania pracy to [urzędy pracy](#), [LinkedIn](#) oraz [firmy rekrutacyjne i strony kariery pracodawców](#).



5 najpopularniejszych miejsc poszukiwania pracy



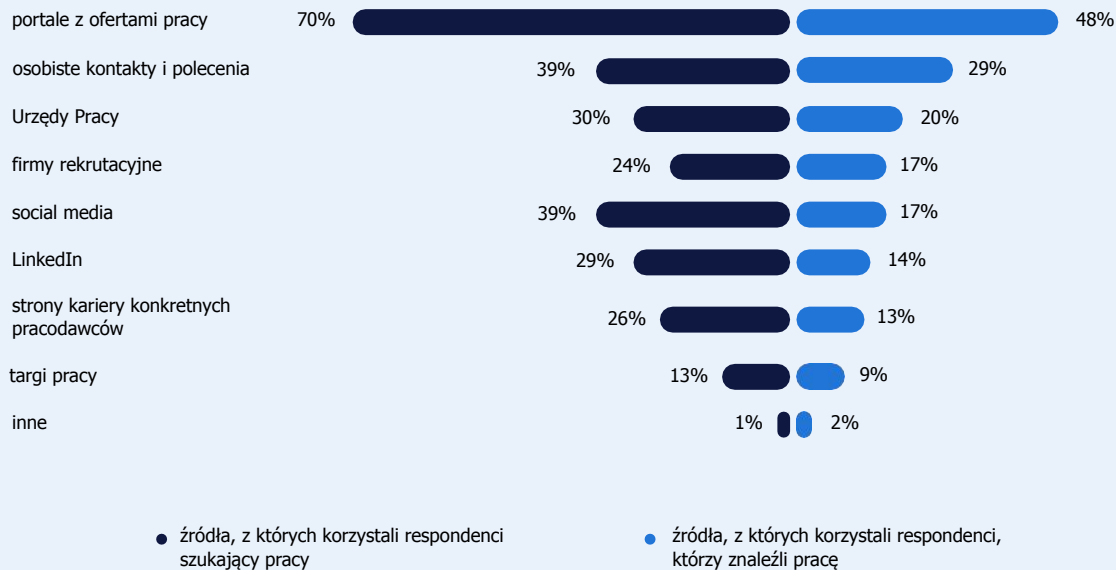
udane poszukiwania pracy.

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

Niemal połowa badanych, którzy znaleźli w ubiegłym roku pracę, skorzystała z pomocy [portali z ofertami pracy](#). Na tę formę poszukiwań najczęściej wskazywali najmłodsi pracownicy.

Blisko co trzeciemu pracownikowi udało się zdobyć nową pracę z pomocą [osobistych kontaktów i poleceń](#), a co piątemu – [urzędu pracy](#).

W porównaniu z zeszłoroczną edycją badania, największy spadek widzimy w liczbie najmłodszych pracowników, którzy zdobyli zatrudnienie z pomocą osobistych poleceń i kontaktów (aż o 14%). W tej grupie wiekowej [popularność zyskały z kolei urzędy pracy](#) – skorzystało z nich o 6% więcej najmłodszych pracowników niż rok temu.

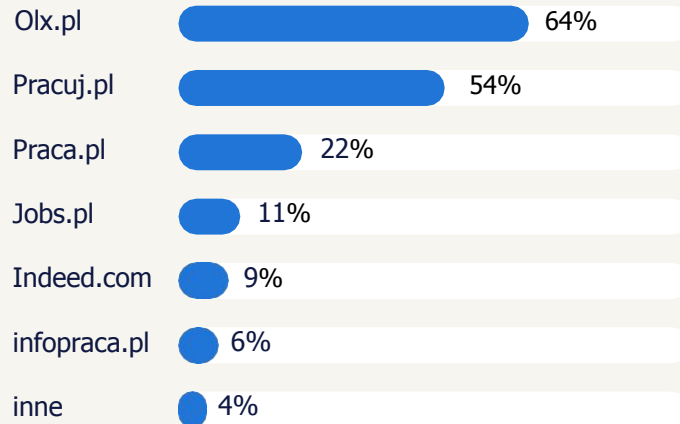


najpopularniejsze portale z ofertami pracy.

Portale z ofertami pracy kolejny rok z rzędu okazały się najchętniej wybieranym źródłem informacji o otwartych rekrutacjach, dlatego właśnie zapytaliśmy uczestników badania o to, z jakich konkretnie serwisów z ofertami najczęściej korzystają.

W rankingu ponownie zatriumfował portal z ogłoszeniami [OLX.pl](#), choć jego popularność względem poprzedniego roku spadła o 5 punktów procentowych. OLX.pl najczęściej wskazują pracownicy młodego pokolenia (74% wskazań w grupie 18-24). Popularność serwisu wyraźnie spadła (aż o 24 p.p.) wśród najstarszych pracowników.

Na drugim miejscu z wynikiem 54% uplasował się portal [Pracuj.pl](#), który najczęściej wskazywały osoby w wieku 25-34 lata oraz kobiety. Podium zamyka serwis [Praca.pl](#) z 22%.



które social media pomagają dziś w szukaniu pracy?

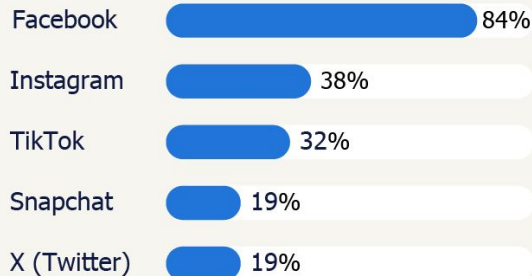
Media społecznościowe niezmiennie są drugim najczęściej wybieranym źródłem ofert pracy, zaraz po portalach ogłoszeniowych. Ich rosnące znaczenie wynika z tego, że umożliwiają **szybką, bezpośrednią komunikację z rekruterami i potencjalnymi pracodawcami** oraz wygodny dostęp do ofert pracy, które za sprawą algorytmów często są **dopasowane do indywidualnych preferencji użytkowników**.

Najpopularniejszym pod tym względem medium społecznościowym ponownie został

Facebook z wynikiem 84%, choć jako jedyna platforma w naszym zestawieniu zanotował spadek względem ubiegłego roku, podczas gdy reszta platform zyskała na popularności – najbardziej aplikacja TikTok, dzięki której znalazło pracę o 11% więcej osób niż rok temu.

Na drugim miejscu znalazł się **Instagram** z wynikiem 38%, na trzecim (32%) – wspomniany wyżej **TikTok**, szczególnie popularny wśród najmłodszych pracowników.

najpopularniejsze media społecznościowe





sztuczna inteligencja na rynku pracy.

nastroje pracowników w obliczu rozwoju rozwiązań opartych na sztucznej inteligencji.

Ponownie zapytaliśmy pracowników o ich oczekiwania i doświadczenia związane z użyciem sztucznej inteligencji w codziennej pracy. Czego się dowiedzieliśmy?



czy pracownicy oczekują, że w ciągu najbliższych 5 lat sztuczna inteligencja będzie miała wpływ na ich pracę?

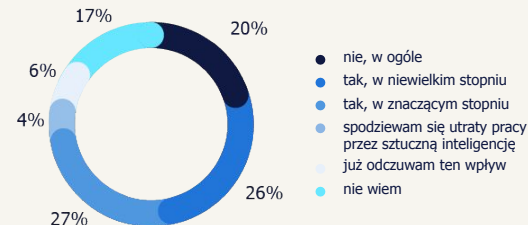
Ponad połowa pracowników uważa, że **tak**. Przy czym, w porównaniu z poprzednim rokiem, **zwiększyła się** liczba osób, która jest zdania, że AI będzie miało **znaczący** wpływ na ich pracę. Najczęściej takiej odpowiedzi udzielali najmłodsi pracownicy – uważa tak już co trzeci przedstawiciel Pokolenia Z. Jednocześnie zmniejszyła się liczba osób, które negują wpływ sztucznej inteligencji na ich pracę – obecnie takiego zdania jest co piąty pracownik. Co więcej, w porównaniu z poprzednim rokiem większy odsetek pracowników już dziś odczuwa oddziaływanie AI na codzienną pracę – częściej zgłaszają to **najmłodsi pracownicy**.



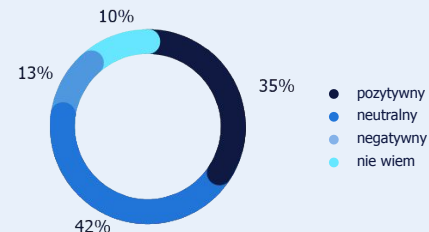
czy sztuczna inteligencja pozytywnie, a może negatywnie wpłynie na satysfakcję z pracy?

Większość pracowników jest zdania, że AI będzie miało **pozytywny lub neutralny** wpływ na ich pracę. Taki pogląd częściej zgłaszają mężczyźni. Przeciwnego zdania jest zaledwie 13% badanych. Negatywny lub nieznany wpływ sztucznej inteligencji na ich pracę częściej deklarowały nam kobiety oraz najstarsi pracownicy.

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



jaki jest oczekiwany wpływ sztucznej inteligencji na satysfakcję z pracy respondentów?

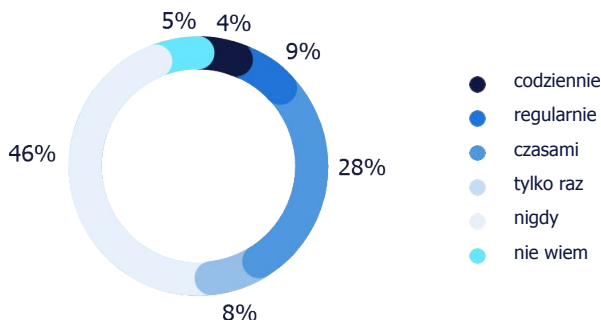




jak często pracownicy korzystają ze sztucznej inteligencji w swojej pracy?

Choć narzędzia oparte na sztucznej inteligencji są w dzisiejszych czasach coraz częściej obecne w firmach, pomagając w bardzo wielu obszarach (od generowania treści i grafik po analizę danych), **niemal połowa pracowników przyznaje, że jeszcze nigdy nie korzystała z AI** w codziennej pracy. Widzimy tu sporą różnicę między najmłodszą a najstarszą grupą. Zaledwie 19% „zetek” i aż 63% osób w wieku 55-64 lata nie korzystało nigdy z AI w pracy.

Blisko **jedna piąta pracowników** czasami wspomaga się sztuczną inteligencją – a **najczęściej robią to młodzi badani**, a więc osoby między 18. a 34. r.ż.



65% uczestników [globalnego] badania Randstad Workmonitor 2025 zapytanych o znaczenie innowacji w miejscu pracy, uznało je za ważne. Niemal połowa respondentów (47%) uważa, że pracodawcy mogliby częściej korzystać z AI, a 48% twierdzi, że uczyniłoby to ich pracę bardziej interesującą. Umiejętności AI są również najczęściej poszukiwanym przez pracowników obszarem rozwoju (40%; wzrost z 29% rdr).

Te wnioski zbieżne są z opiniami liderów HR. Według badania Talent Trends 2025 od Randstad Enterprise, 84% respondentów uważa, że automatyzacja procesów i uczenie maszynowe odciążają pracowników w obszarze rutynowych czynności, dzięki czemu mogą się oni skupić na kluczowych, bardziej zaawansowanych zadaniach — ten odsetek wzrósł o 6 p.p. rdr).

Analizy pokazują, że dzięki większej ilości czasu na innowacje, kreatywność i współpracę, talenty czują się bardziej spełnione i mają poczucie celu. AI staje się więc ważnym partnerem w pobudzaniu myślenia krytycznego i kreatywnego oraz przekształcaniu pomysłów w działanie.

źródło: multiwersum talentów. przyszłość definiują Twoje decyzje.
talent trends 2025, randstad enterprise

skuteczne motywowanie
i budowanie
zaangażowania
pracowników.



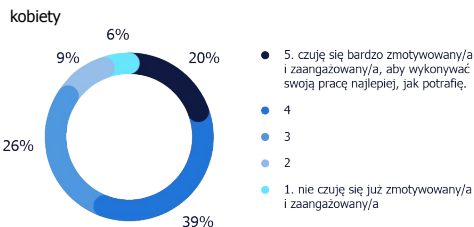
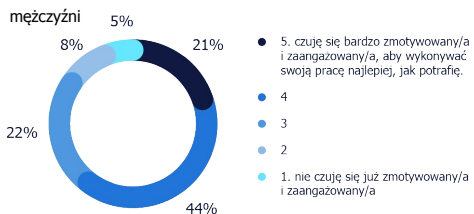
motywacja i zaangażowanie pracowników. jak wyglądają dziś? jak zmieniły się w ciągu roku?

Motywacja i zaangażowanie to czynniki, które wpływają nie tylko na efektywność pracowników, ale także na ich **samopoczucie** i **atmosferę** w firmie. Właśnie dlatego przyjrzelśmy się temu, w jakim stopniu pracownicy czują się obecnie zmotywowani i zaangażowani, czy ich motywacja zmieniła się w ciągu ostatniego roku oraz co wpływa na brak zaangażowania u części z nich.

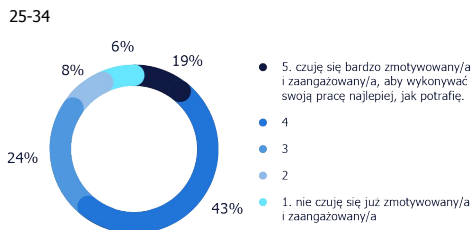
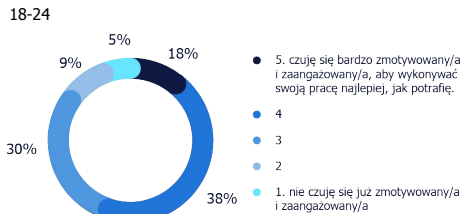


czy pracownicy są obecnie zmotywowani i zaangażowani na swoich stanowiskach?

poziom motywacji kobiet i mężczyzn



poziom motywacji różnych generacji



Dane dotyczące zaangażowania pracowników pokazują, że warto szczególnie przyjrzeć się potrzebom i oczekiwaniom kobiet oraz najmłodszych pracowników w miejscu pracy – to właśnie przedstawiciele tych dwóch grup w mniejszym stopniu czują się zmotywowani i zaangażowani w swoje obowiązki w porównaniu z pozostałymi pracownikami oraz ogółem zatrudnionych.

możliwe rozwiązania.

- Dobrym wyjściem w tej sytuacji może być **wprowadzenie regularnych spotkań** pracowników z ekspertami HR i liderami zespołów, by poznać **dokładne i indywidualne powody niskiej motywacji** tych grup pracowników, które deklarują ten problem. Następnym krokiem powinno być stworzenie odpowiedniego planu działań wzmacniających zaangażowanie, opartego na informacjach pozyskanych od pracowników.
- Warto pamiętać o **stałym monitorowaniu atmosfery w firmie i sprawnym reagowaniu na pierwsze sygnały** świadczące o spadku zaangażowania w zespołach.





jak zmieniła się motywacja pracowników
w ciągu ostatniego roku?

13% pracowników odczuwa wzrost motywacji i zaangażowania w porównaniu z rokiem poprzednim. Z kolei co trzeci badany przyznaje, że jego motywacja i zaangażowanie pozostają na tym samym poziomie. Mniejsze zaangażowanie i motywację deklaruje 7% pracowników.

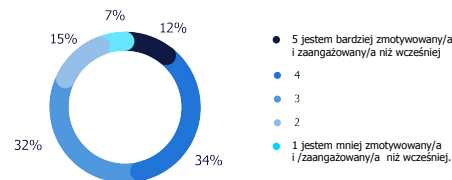


co to oznacza dla pracodawców?

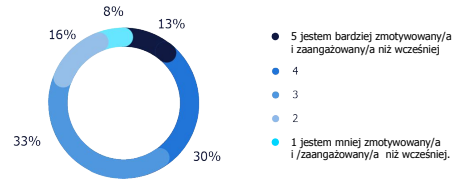
Niezmienny lub niski poziom motywacji u części pracowników może wskazywać, że nie wszyscy odczuwają pozytywne skutki wprowadzanych zmian czy otrzymywanego wynagrodzenia lub benefitów – być może warto zrewidować stosowane formy i wartości doceniania oraz motywowania, żeby przełamać stagnację i skuteczniej zadbać o zaangażowanie tego grona pracowników.

zmiany w poziomie motywacji kobiet i mężczyzn

mężczyźni

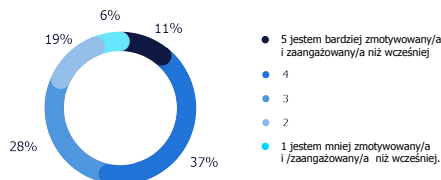


kobiety

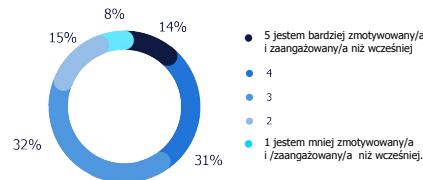


zmiany w poziomie motywacji między pokoleniami

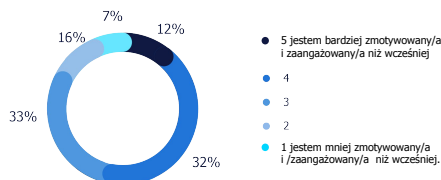
18-24



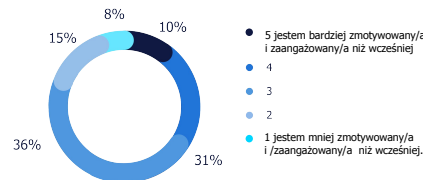
35-54



25-34



55-64



jakie są powody niskiego zaangażowania?

Tych pracowników, którzy w naszym badaniu zadeklarowali niski poziom zaangażowania i motywacji, zapytaliśmy o to, co wpływa w ich przypadku na ten stan. Główne powody, które wskazali, to przede wszystkim:

- chęć otrzymania **wyższego wynagrodzenia lub lepszych benefitów** (co wyraźnie pokrywa się z deklaracjami dotyczącymi cech idealnego pracodawcy, o których pisaliśmy na początku raportu),
- **brak uznania i docenienia ich pracy** oraz **poczucie niedoceniaenia lub braku wsparcia ze strony kierownika** bądź członków zespołu.

Na brak docenienia i uznania w pracy częściej wskazują kobiety. A także pracownicy w wieku 55-64 lata, czyli osoby, które – jak wynika z naszego badania – są jednocześnie najbardziej lojalne wobec obecnych pracodawców, a przy tym najbardziej doświadczone zawodowo. Warto zwrócić uwagę, że to właśnie najstarsi pracownicy najczęściej wskazują na nadmierne obciążenie pracą jako powód do niskiego zaangażowania.

główne powody niskiego zaangażowania

88888 46% chęć otrzymania wyższego wynagrodzenia lub lepszych benefitów

88888 43% brak uznania lub docenienia mojej pracy

88888 38% poczucie niedoceniaenia lub braku wsparcia ze strony kierownika lub zespołu

88888 35% nadmierne obciążenie pracą

88888 32% ograniczone możliwości rozwoju zawodowego lub awansu



co motywuje zaangażowanych pracowników?

Ci pracownicy, którzy w naszym badaniu byli zdania, że są dziś bardziej zaangażowani w swoje zawodowe obowiązki niż rok temu, najczęściej wskazywali [odpowiednie uznanie i docenienie w pracy](#). Taki powód częściej podawali mężczyźni oraz najmłodszy pracownicy.

Na kolejnych dwóch miejscach znalazły się [równowaga między życiem prywatnym a zawodowym](#) oraz [poczucie bycia cenionym i wspieranym przez kierownictwo i kolegów z zespołu](#) – podobnego zdania w tym temacie były wszystkie grupy wiekowe.

33% odpowiednie uznanie
i docenienie
mojej pracy

32% równowaga między
życiem zawodowym
a prywatnym

28% poczucie bycia cenionym
i wspieranym przez mojego
kierownika lub zespół

27% możliwości awansu lub
rozwoju zawodowego

27% pewność co do bezpieczeństwa
lub stabilności pracy

23% jasne i realistyczne
oczekiwania ze strony
kierownictwa



jak wzmocnić zaangażowanie i motywację pracowników?

Oczekiwania finansowe pracowników wciąż pozostają bardzo ważnym motywatorem i w wielu przypadkach decydują o zaangażowaniu – warto więc **zweryfikować, czy stosowany w firmie system wynagradzania i benefitów jest konkurencyjny** oraz odpowiada realnym potrzebom pracowników.

Warto zwrócić uwagę również na wyrażaną przez pracowników potrzebę **otrzymywania wsparcia i docenienia ze strony przełożonych**. Ponieważ poczucie bycia docenionym ma w opinii pracowników kluczowy wpływ na wzrost motywacji, być może warto rozważyć zbudowanie od nowa lub wzmocnienie w organizacji **kultury feedbacku** oraz **atmosfery wsparcia i wzajemnego szacunku**.

co jeszcze warto wiedzieć, by skuteczniej motywować?

Według raportu randstad workmonitor 2025, talenty coraz częściej oczekują dziś, że praca będzie zgodna z ich osobistymi wartościami, ambicjami i życiowymi okolicznościami. Stąd właśnie coraz większe znaczenie zyskuje dziś indywidualne podejście do motywacji, oparte na:

- zgodności celów oraz wartości społecznych i środowiskowych,
- równowadze między życiem zawodowym a prywatnym,
- spersonalizowanych ścieżkach rozwoju i perspektywach rozwoju zawodowego dopasowanych do indywidualnych potrzeb każdego pracownika,
- zapewnieniu elastyczności, autonomii i równych szans.





AI na pomoc motywacji.

Przeciążenie pracą to jeden z głównych powodów spadku zaangażowania i motywacji pracowników. Jak mu skutecznie przeciwdziałać? Okazuje się, że w dzisiejszych czasach pracodawcy zyskali w tym niełatwym zadaniu potężnego sprzymierzeńca: sztuczną inteligencję. Jak czytamy w raporcie randstad talent trends 2025, [stworzenie pracownikom przestrzeni do większej kreatywności i wyższej jakości pracy to pewny sposób na wyższą motywację i satysfakcję zawodową.](#)

Wspierając się w pracy narzędziami opartymi na AI, [pracownicy mogą uwolnić się od rutynowych, powtarzalnych i czasochłonnych zadań](#), by mocniej skoncentrować się na pracy kreatywnej i obszarach, które mają dla nich największe znaczenie i sprzyjają rozwojowi. A to z kolei prowadzi do [większej satysfakcji, silniejszego zaangażowania i poczucia celu](#), a w konsekwencji – do wyższej efektywności.



najbardziej
atrakcyjni
pracodawcy
2025.



najbardziej atrakcyjni pracodawcy w polsce.

2025

1. Allegro
2. LG Energy Solution Wrocław
3. Volvo Polska
4. Fujitsu Technology Solutions
5. Grupa TZMO
6. Toyota Motor Manufacturing Poland
7. Eko-Okna
8. PGE Polska Grupa Energetyczna
9. Grupa Saint-Gobain w Polsce
10. KGHM Polska Miedź

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

najważniejsze czynniki zatrudnienia kojarzone z 5 najbardziej atrakcyjnymi pracodawcami.

Pięciu najbardziej cenionych pracodawców posiada podobny zestaw czynników zatrudnienia, wśród których najważniejsza okazuje się stabilna sytuacja finansowa firmy. To właśnie tę cechę jako pierwszą wskazali pracownicy w przypadku wszystkich pięciu pracodawców, co jasno pokazuje, jak dużą rolę na dzisiejszym rynku pracy odgrywa poczucie bezpieczeństwa ekonomicznego. Kolejne elementy zatrudnienia kojarzone

z najbardziej atrakcyjnymi pracodawcami to bardzo dobra reputacja pracodawcy i stabilność zatrudnienia. Zauważmy, że wysoka pozycja drugiego z nich pokrywa się z wynikami naszego rankingu kluczowych czynników atrakcyjności. To dodatkowa wskazówka dla pracodawców, którzy chcą zwiększyć atrakcyjność marki na rynku pracy: to właśnie na ten aspekt zatrudnienia warto zwrócić dziś szczególną uwagę.

top 5 pracodawców 1.

1. Allegro
2. LG Energy Solution Wrocław
3. Volvo Polska
4. Fujitsu Technology Solutions
5. Grupa TZMO

jest w dobrej sytuacji finansowej
jest w dobrej sytuacji finansowej
jest w dobrej sytuacji finansowej
jest w dobrej sytuacji finansowej
jest w dobrej sytuacji finansowej

2.

ma bardzo dobrą reputację
stabilność zatrudnienia
ma bardzo dobrą reputację
stabilność zatrudnienia
ma bardzo dobrą reputację

3.

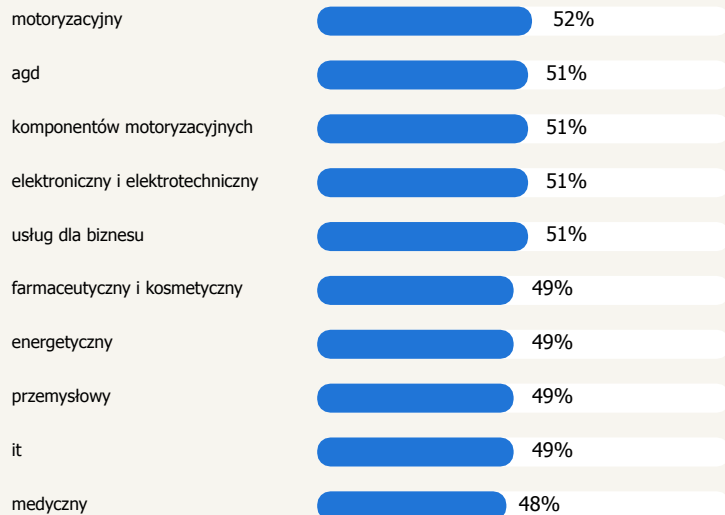
zapewnia równe szanse
oferuje szanse na rozwój kariery
zapewnia równe szanse
oferuje szanse na rozwój kariery
przyjazna atmosfera w miejscu pracy

najbardziej
atrakcyjne
sektory 2025.



atrakcyjność sektorów w polsce.

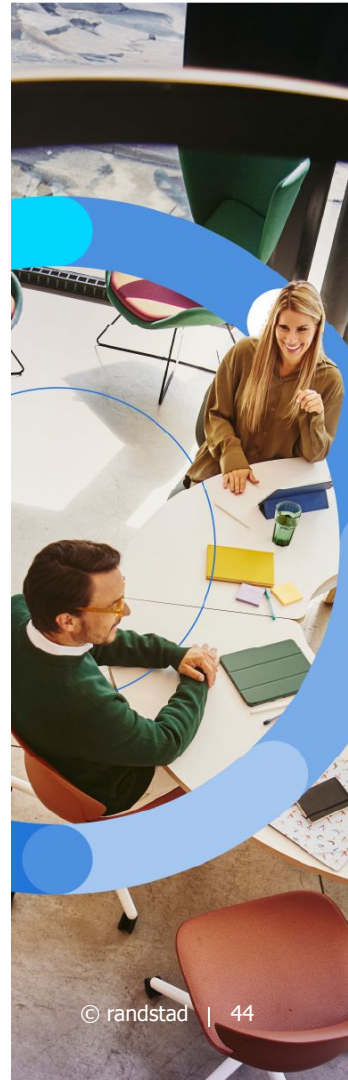
10 najbardziej atrakcyjnych sektorów



motoryzacja najczęściej wskazywanym sektorem

Ubiegłoroczny lider zestawienia, czyli branża IT, ustąpiła miejsca na szczycie rankingu sektorowi motoryzacyjnemu, który z kolei tylko o jeden punkt procentowy wyprzedził kolejne 4 branże.

Różnice w atrakcyjności pomiędzy kolejnymi sektorami w zestawieniu są minimalne lub zerowe. Zarówno branżę AGD, komponentów motoryzacyjnych, elektroniki i elektrotechniki oraz usług dla biznesu wybrała ta sama liczba badanych. A to oznacza, że konkurencja o talenty nie odbywa się dziś już tylko w obrębie własnego sektora, ale także wielu innych.



dziękujemy.



randstad

partner for talent.