|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | informacja prasowa | **Stabilność zatrudnienia i dobra sytuacja finansowa firmy będą najważniejsze dla pracowników** |    data: |
| 25 maja 2020 r. |
| informacje dodatkowe: |
| Mateusz Żydek |
| telefon: |
| + 48  665 305 902 e-mail: mateusz.zydek@ randstad.pl |

**Pandemia COVID-19 wpłynęła zarówno na nasze życie prywatne, jak i rynek pracy. Pojawia się więc pytanie, czy w obliczu kryzysu zdrowotnego warto skupiać się na budowaniu pozytywnego wizerunku marki pracodawcy? Zdecydowanie tak. Wpływa on nie tylko na siłę przyciągania talentów, ale także utrzymywanie zaangażowania wśród zatrudnionych. Według raportu Randstad Employer Brand Research czynnikiem, który najczęściej przyciągał pracowników na początku 2020 r. było atrakcyjne wynagrodzenie i benefity. Obecnie eksperci wskazują na rosnące znaczenie stabilności zatrudnienia oraz dobrej sytuacji finansowej firmy.**

*Oczekiwania pracowników zmieniają się pod wpływem wielu różnych czynników. To pewne, że pandemia COVID-19 również będzie miała swój udział w roszadach i zmianie najbardziej pożądanych aspektów zatrudnienia w nadchodzącym czasie. Bez zaspokojenia potrzeb zatrudnionych, pracodawcy mogą mieć trudności z przyciąganiem nowych talentów oraz utrzymaniem wysokiego zaangażowania załogi. A tylko zgrany i zmotywowany zespół może pomóc firmie szybko wyjść z kryzysu. W takich sytuacjach ludzie jeszcze mocniej się integrują i stają bardziej kreatywni, by wspólnymi siłami odbudować biznes*, mówi **Jeroen Tiel**, Dyrektor Zarządzający w Randstad na Polskę i Europę Wschodnią.

**Stabilność zatrudniania i bezpieczeństwo finansowe firmy będą kluczowe dla pracowników**

Według raportu Randstad Employer Brand Research najbardziej pożądanymi aspektami zatrudnienia dla Polaków na początku roku były: atrakcyjne wynagrodzenie i benefity (74%), stabilność zatrudnienia (55%) oraz miła atmosfera w pracy (51%). W badaniu analizowaliśmy również, które z dodatków pozapłacowych pracownicy oceniają jako szczególnie atrakcyjne. Najczęściej wskazywali dodatkowe świadczenia urlopowe (83%), opiekę zdrowotną (81%) i elastyczne godziny pracy (78%).

Pandemia COVID-19 zmieniła jednak perspektywę zatrudnionych. Jak wynika z badania Monitor Rynku Pracy, zrealizowanego na zlecenie Instytutu Badawczego Randstad w marcu 2020, w okresie epidemii, blisko 1 na 4 osoby przyznała, że boi się o swoją pracę. Obawy dotyczyły nie tylko zwolnień (25%), ale przede wszystkim zmniejszenia wynagrodzenia (41%) czy nawet likwidacji firmy (16%).

*Powrót do wyników z poprzednich edycji badania Randstad Employer Brand oraz do sytuacji sprzed dekady, z okresu kryzysu finansowego w Polsce pozwala przewidywać zmiany w układzie czynników, wpływających na postrzeganie atrakcyjności marki pracodawcy. Poprzedni i obecny kryzys mają odmienną specyfikę, ale mogą mieć wspólne tendencje. Spodziewamy się, że podobnie jak ostatnio na znaczeniu zyskają stabilność zatrudnienia i bezpieczeństwo finansowe firmy. W obliczu wyzwań pracodawcy powinni też rozważyć aktualizację strategii komunikacji marki, bo w związku z dynamicznymi zmianami, które zachodzą w organizacjach nie wszystkie elementy marki mogą odpowiadać nowej rzeczywistości. W związku z tym aktualizacji mogą też wymagać sposoby komunikowania wartości firmy wewnątrz i na zewnątrz organizacji*, mówi **Jeroen Tiel**, Dyrektor Zarządzający w Randstad na Polskę i Europę Wschodnią.

Doświadczenia rynkowe z czasów kryzysu finansowego i jego konsekwencje obserwowano w badaniu Randstad Employer Brand aż do 2014 r. W 2013 r. Polacy dużo wyżej cenili sobie wtedy bezpieczeństwo zatrudnienia (70%) oraz dobrą kondycję finansową firmy (72%) niż wynagrodzenie (49%). Eksperci spodziewają się, że w nadchodzących latach będzie podobnie.

**Różnice w oczekiwaniach kolejnych pokoleń**

W zależności od swojego wieku, zatrudnieni charakteryzują się innymi oczekiwaniami względem pracodawcy. Pokoleniu Z (osoby w wieku od 18 do 24 lat) bardziej niż pozostałym generacjom zależy na miłej atmosferze pracy (61%), szkoleniach (42%) i elastyczności (43%). To pokolenie zwraca także uwagę na CSR czy różnorodność w miejscu pracy (19%). Wśród benefitów pozapłacowych najwięcej osób z tej grupy wiekowej wskazuje na atrakcyjność ubezpieczenia podróżnego (66%)

Osoby w wieku od 25 do 34 lat, tzw. Pokolenie Y, szukają przede wszystkim możliwości rozwoju zawodowego (56%). Najbardziej cenionym czynnikiem pozapłacowym dla tej grupy jest możliwość pracy z domu (78%).

Generacji X (osoby w wieku od 35 do 54 lat) zależy na stabilności zatrudnienia (62%) i dobrej kondycji finansowej firmy (39%). Duże znaczenie ma dla nich także możliwość zachowania równowagi pomiędzy życiem prywatnym i zawodowym (43%) oraz lokalizacja zakładu pracy (27%). Wśród najbardziej pożądanych benefitów pozapłacowych wymienia się tu możliwość nabycia akcji przedsiębiorstwa (43%)

Osoby w wieku od 55 do 64 lat, czyli te z pokolenia baby boomers, potrzebują przede wszystkim stabilności zatrudnienia (62%). To grupa, która przykłada najmocniej wagę do zarobków i oferowanych benefitów pozapłacowych (79%), wśród których najistotniejsze jest grupowe ubezpieczenie na życie (74%).

**Najatrakcyjniejsze sektory i pracodawcy na polskim rynku**

Dla pracowników w Polsce na początku 2020 r. najatrakcyjniejszym sektorem pracy był sektor AGD. Wskazało na niego 53% respondentów badania Randstad Employer Brand. Wśród czynników wpływających na ocenę firm z tej branży wymieniano zastosowanie najnowszych technologii oraz dobrą sytuację finansową i reputację firm. Na drugim miejscu znalazł się sektor usługi dla biznesu (50%), a na trzecim motoryzacyjny (50%). Ich zalety to także wykorzystanie najnowszych technologii, dobra sytuacja finansowa firm oraz stabilność zatrudnienia.

Na pierwszym miejscu wśród najbardziej atrakcyjnych pracodawców 2020 r. znalazł się Pratt & Whitney Rzeszów. Na drugim miejscu uplasował się Samsung Electronics Polska. Kolejne miejsca zajęły następujące firmy Volvo Polska, LS Airport Services, Fujitsu Technology Solutions. Zatrudnieni kojarzyli z nimi takie czynnik pracy jak korzystanie z najnowszych technologii, dobrą sytuację finansową i reputację firmy, atrakcyjne wynagrodzenie i benefity oraz możliwość rozwoju zawodowego.

|  |
| --- |
| TOP 10  najbardziej atrakcyjni pracodawcy w Polsce  wg uczestników Randstad Employer Brand Research 2020  1. Pratt & Whitney Rzeszów  2. Samsung Electronics Polska  3. Volvo Polska  4. LS Airport Services  5. Fujitsu Technology Solutions  6. Volkswagen Poznań  7. ABB  8. 3M Poland  9. Magneti Marelli  10. PGE Polska Grupa Energetyczna |

Kontakt:

Mateusz Żydek

Rzecznik Prasowy

Tel. +48 665 305 902

Email: [mateusz.zydek@randstad.pl](mailto:mateusz.zydek@randstad.pl)

Randstad Employer Brand Research to projekt badawczy dotyczący wizerunku pracodawcy i czynników atrakcyjności pracodawców. Pierwsze badanie przeprowadzono w 2000 r. w Belgii. Dziś obecne jest już w 33 krajach i obejmuje ponad 185 000 respondentów. W tym roku ma 10. edycję w Polsce. W naszym kraju badanie objęło 150 największych pracodawców oraz ponad 6 300 respondentów, reprezentatywnych dla polskiego społeczeństwa (pod względem wieku, płci, wykształcenia, regionu). Obejmuje zdolnych do pracy Polaków w wieku od 18 do 65 lat, zarówno uczących się, pracujących, jak i poszukujących pracy. Przeprowadzone zostało między 3 a 16 stycznia 2020 r.

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)