

Młodzi Polacy na rynku pracy

III edycja badania - Maj 2022



Młodzi Polacy na rynku pracy

Już po raz trzeci **PwC, Well.hr i Absolvent Consulting** wspólnie zrealizowały badanie “**Młodzi Polacy na rynku pracy**”. Ostatnie trzy lata postawiły studentów i absolwentów w obliczu wyzwań, z jakimi nie musiały się mierzyć poprzednie pokolenia - pandemia Covid, nowa „normalność”, wojna w Ukrainie - zmieniły styl pracy, wpłynęły na rynek i szanse zawodowe młodych ludzi.

Studenci i absolwenci próbują odnaleźć się w zmiennym i nieprzewidywalnym świecie oraz rozpocząć karierę na swoich warunkach.

W III edycji badania ponownie przyjrzeliśmy się wchodzącym na rynek studentom i absolwentom, by sprawdzić:

- jak - z perspektywy doświadczeń minionego roku - oceniają swoje szanse,
- jakie kwestie uważają za istotne przy wyborze zatrudnienia,
- w jaki sposób sprawdzają wiarygodność pracodawcy,
- jakie zmiany zaszły w ich postawach i oczekiwaniach na przestrzeni ostatnich lat

oraz co z tego wynika dla pracodawców?



Anthony Fomin, Unsplash



Katarzyna Komorowska

PwC | Partner



”

Dynamicznie zmieniające się warunki makroekonomiczne i kolejne trudności w postaci rosnącej inflacji i związanej z nią presji płacowej wymuszają na przedsiębiorcach zmianę modelu zatrudnienia i stanowcze reakcje. Jednocześnie, jak wynika z naszych badań, młode osoby dopiero wchodzące na rynek pracy cechuje bardzo duży optymizm. Choć płace i benefity są dla tej grupy ważnym elementem bezpośrednio wpływającym na ich decyzje, teraz staną się jeszcze ważniejsze. Ich oczekiwania wpisują się w bieżącą sytuację gospodarczą - poza narastającą inflacją i presją płacową mamy jeszcze do czynienia ze stałym wzrostem kosztów utrzymania.

Wśród czynników, które wybijają się na pierwszy plan, absolwenci wskazują również potrzebę elastycznego podejścia do pracy i tego, żeby wykonywane przez nich obowiązki miały sens. To cenna wskazówka dla pracodawców, która pozwoli im rozważyć czy stosowany przez nich model zatrudnienia nie jest już zbyt sztywny i odbiegający od współczesnych trendów poszukiwanych przez pracowników. To oczywiście nie jest jedyne narzędzie, które pozwala pracodawcom nadążyć za potrzebami ludzi młodych, możliwości jest znacznie więcej - B2B, zadaniowy czas pracy, praca w modelu hybrydowym, elastyczne modele benefitowe, krótszy tydzień pracy, czy wykorzystanie ulg podatkowych takich jak podwyższone koszty dla pracowników twórczych.

Nowym i najbierającym coraz większego znaczenia trendem, jest ESG (Environment, Social, Governance). Pracownicy, zwłaszcza młodzi, zwracają coraz większą uwagę na zaangażowanie ekologiczne i społeczne pracodawcy, dlatego warto rozważyć wprowadzenie nowych elementów do employer branding, jak na przykład wspierana przez PwC Certyfikacja Equal Pay - potwierdzająca równe traktowanie płacowe pracowników.

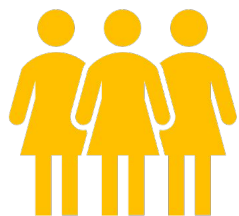
Główne wnioski z badania

- Młodzi Polacy pozytywnie oceniają swoje szanse na rynku pracy. Od 3 lat po raz pierwszy większość młodych (64,2%) uważa, że ich szanse na rynku pracy poprawiły się w porównaniu z rokiem ubiegłym.
- Pozytywna ocena sytuacji na rynku pracy przekłada się na oczekiwania w stosunku do pracodawców. Mediana oczekiwanego wynagrodzenia netto wyniosła 4 863 zł netto. (wzrost o ponad 350 zł w porównaniu z 2021 r.)
- Ponad połowa młodych Polaków (57%) deklaruje, że wysokie zarobki są dla nich jednym z kluczowych aspektów pracy. Dla prawie 22% świadczą o sukcesie zawodowym.
- Coraz większe znaczenie mają też dla młodych oferowane przez pracodawcę benefity - 82% badanych sprawdza ofertę benefitów przed aplikowaniem na ogłoszenie o pracę.
- Poza wynagrodzeniem dla studentów i absolwentów ważne w pracy są: zdobywanie doświadczenia, poczucie sensu i elastyczność.
- Sukces zawodowy to dla 24,9% badanych praca, która jest pasją. Dla 15,8% z nich to poczucie sensu pracy.
- 65,5% młodych osób przed złożeniem aplikacji sprawdza firmowe wartości. Młodzi szukają też informacji o konkretnych działaniach podejmowanych przez organizacje. Prawie połowa badanych (49,9%) sprawdza zaangażowanie społeczne firmy i to, w jaki sposób reaguje ona na aktualne wydarzenia. Wśród wartości, z którymi młodzi się identyfikują są: środowisko naturalne, przedsiębiorczość oraz różnorodność.
- Młodzi wysoko cenią swój dobrostan, zwłaszcza psychiczny i społeczny. Ponad połowa z nich woli work-life balance od wysokich zarobków. Ważne są dla nich dobra atmosfera w pracy, brak konfliktów oraz wspierający szef.
- Elastyczne godziny pracy i możliwość pracy zdalnej to „obowiązkowy” benefit dla odpowiednio 37,2% i 41,5% badanych. Pracodawcy, którzy chcą się wyróżnić na rynku pracy powinni zaoferować młodym krótszy tydzień pracy i dodatkowe dni płatnego urlopu.
- Rośnie znaczenie internetowych kanałów komunikacji ze studentami - coraz więcej studentów uważa że dobry pracodawca posiada stronę kariera oraz sprawnie zarządza swoimi profilami w social mediach.

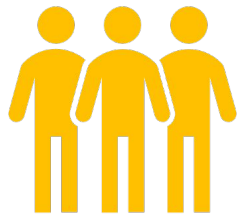


O badaniu

Badanie realizowane było za pomocą ankiety online w marcu i kwietniu 2022 roku na próbie 3207 respondentów. W analizie uwzględnione zostały odpowiedzi osób do 27 r.ż. (N=2023).



63%
to kobiety



37%
mężczyźni

Status:

- Studenci: 54%
- Absolwenci: 46%

Z rejonów Polski w pobliżu:

- Warszawy: 32%
- Krakowa: 20%
- Poznania: 12%
- Katowic: 11%
- Wrocławia: 10%
- Gdańska: 8%
- Łodzi: 7%

W wieku:

- do 20 lat: 11,6%
- 21 do 24 lat: 34,9%
- 25-26 lat: 16,7%
- 27 lat i więcej: 36,9%

Wśród badanych:

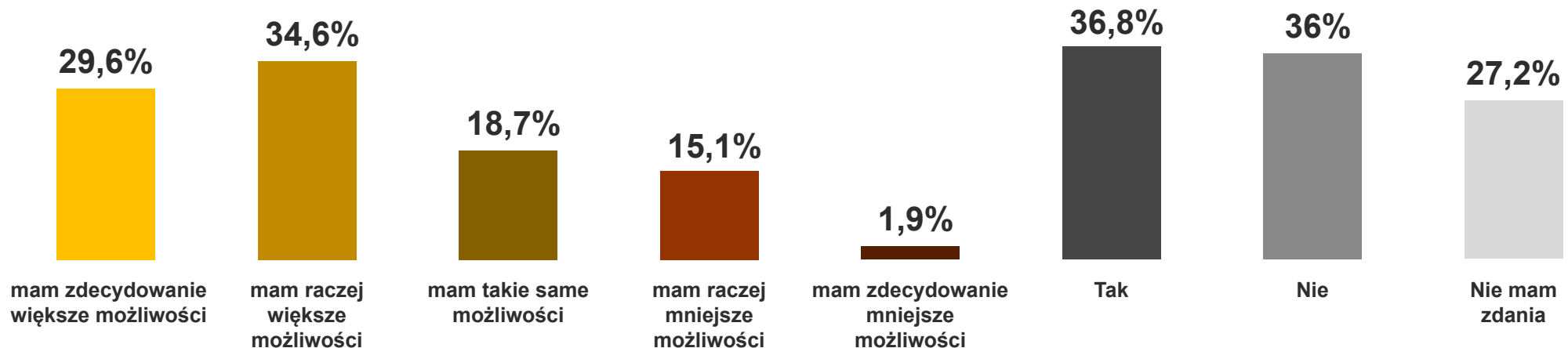
- 28,9% studiuje
- 42,5% studiuje i pracuje
- 24,0% pracuje
- 4,6% nie studiuje ani nie pracuje

A young man with curly brown hair, wearing a black hoodie, stands in front of a modern glass-walled building. He is looking off to the side with a thoughtful expression. The background shows a city street with other buildings reflected in the glass.

Postrzeganie swoich szans na rynku pracy

Stefan Stefancik, Unsplash

Możliwości na rynku pracy



Wpływ sytuacji geopolitycznej

- Pytani o to, czy wojna w Ukrainie wpłynęła na ich szanse na rynku pracy, młodzi Polacy są podzieleni. 37% z nich uważa, że tak, niemal tyle samo, że nie. 27% studentów nie ma w tej sprawie zdania.
- Brak wpływu wojny na swoją sytuację na rynku pracy częściej deklarują absolwenci oraz studenci, którzy już podjęli zatrudnienie.
- Po raz pierwszy od 3 lat młodzi ludzie optymistycznie patrzą w przyszłość - 64,2% z nich uważa, że w porównaniu z rokiem ubiegłym, ich szanse na rynku pracy poprawiły się. Na takie postrzeganie sytuacji rynkowej ma prawdopodobnie wpływ ożywienie ekonomiczne po czasie pandemii Covid-19 oraz duża liczba ofert adresowanych do studentów i absolwentów.
- 17% młodych ocenia, że ich szanse na rynku pracy uległy pogorszeniu, natomiast 18,7% - że są takie same jak przed rokiem.
- Dla porównania, w 2021 roku prawie połowa badanych (48,7%) oceniła, że w związku z pandemią ich możliwości na rynku pracy zmieniły się na gorsze.
- Pozytywnie swoje szanse na rynku pracy oceniają zwłaszcza respondenci, którzy już podjęli pracę.

Jakie kompetencje, według młodych będą najważniejsze na rynku pracy w przyszłości?

Zdaniem młodych Polaków na rynku pracy najbardziej cenione będą w przyszłości: otwartość i szybka adaptacja do zmian, łączenie różnych umiejętności, szybkie uczenie się oraz umiejętności z obszaru IT. Wskazania dotyczące najważniejszych na rynku pracy kompetencji nie zmieniły się prawie wcale od 2021 roku.

Nie zmieniły się także kompetencje, które młodzi Polacy uważali za swoje mocne strony w poprzednich edycjach badania:

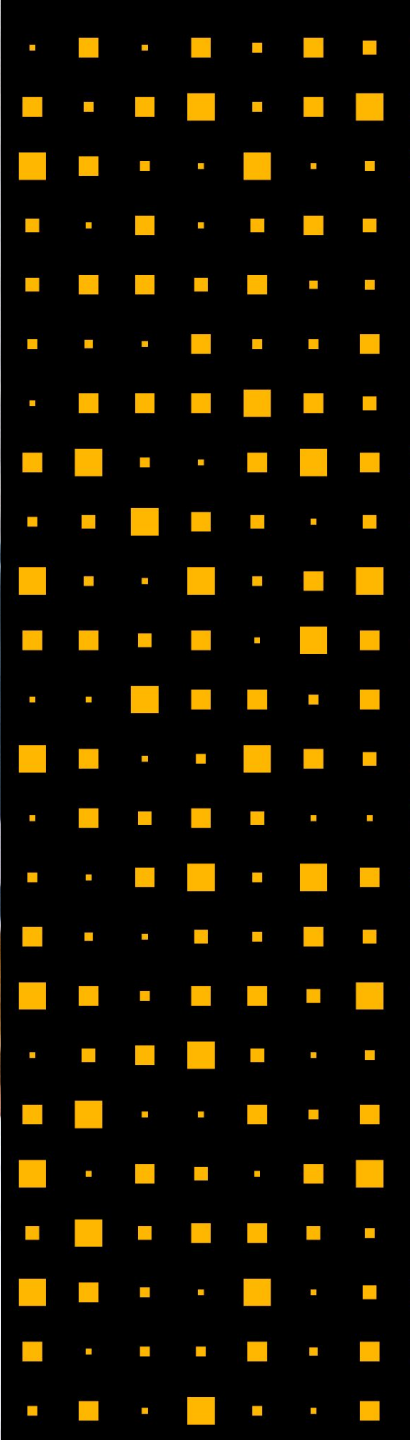
- 23,9% ocenia, że szybkie uczenie się nowych rzeczy jest ich mocną stroną (23,3% w 2021)
- 17,5% uważa, że potrafi łączyć różne umiejętności (17,5% w 2021)
- 10,2% podaje, że otwartość na zmiany i szybka adaptacja do nowych warunków to ich zalety (12,4% w 2021)
- W porównaniu z 2021 rokiem nieznacznie wzrósł odsetek respondentów, którzy za swoje mocne strony uważają IT i znajomość języków programowania (5,6% w porównaniu z 4,9%).



A high-angle photograph of four young women sitting around a round glass coffee table in a modern living room. One woman is typing on a laptop, another is holding a smartphone, and the others are looking on. A small potted plant sits on the table. The background shows a light-colored sofa.

Co dla młodych Polaków
jest w pracy najważniejsze?

Meghan Lamle, Unsplash



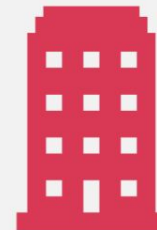
Hybrydowy model pracy: możliwość nauki i budowania relacji



54,5%

Praca zdalna

◀ Co wybierasz? ▶



45,5%

Praca w biurze



28,9%

Ciekawe zadania

◀ Co wybierasz? ▶



71,1%

Dobra atmosfera



37,8%

Praca w młodym
zespole

◀ Co wybierasz? ▶

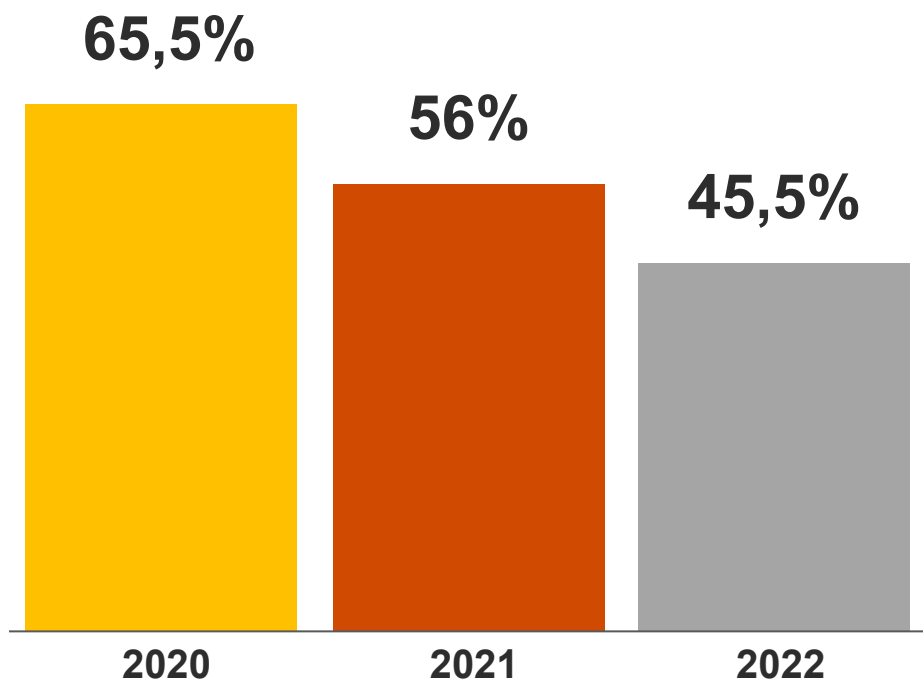


62,2%

Możliwość uczenia się od
doświadczonych kolegów

Praca wyłącznie w biurze przechodzi do przeszłości

- Od 2020 roku systematycznie spada odsetek młodych osób, które - mając do wyboru wyłącznie pracę zdalną lub pracę z biura - wybierają biuro.
- Praca zdalna i praca hybrydowa lepiej wpisują się w preferencje młodych Polaków dotyczące elastyczności miejsca i czasu pracy.



Coraz mniej
młodych wybiera
pracę z biura



Trendy: Elastyczność pracy

- 54,5% młodych Polaków woli pracę zdalną od pracy w biurze.
- Brak możliwości pracy zdalnej oraz brak elastycznych godzin pracy jest nie do zaakceptowania przez
 - odpowiednio - 10,3% oraz 8,4% badanych.
- Podobnie jest z długim dojazdem do pracy
 - 21% młodych ludzi trudno byłoby go zaakceptować.
- Elastyczne godziny pracy i możliwość pracy zdalnej to „obowiązkowy” benefit dla odpowiednio 37,2% i 41,5% badanych.
- Elastyczne rozwiązania wspierają utrzymanie „work-life balance”, a równowaga pomiędzy różnymi sferami życia jest jednym z najważniejszych aspektów pracy dla 36.5% badanych.



Wybory młodych Polaków



74,1%

Stabilne zatrudnienie

◀ Co wybierasz? ▶



25,9%

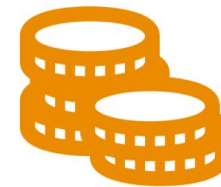
Praca na własny rachunek



52,8%

Work-life balance

◀ Co wybierasz? ▶



47,2%

Wysokie zarobki



60,3%

Szef-autorytet

◀ Co wybierasz? ▶

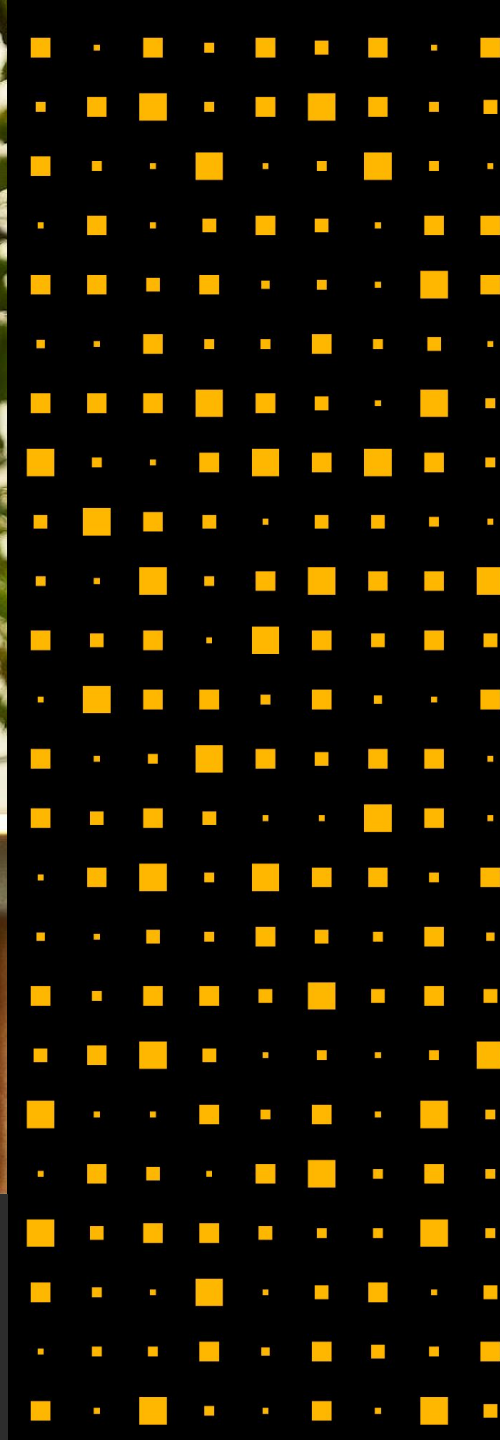


39,7%

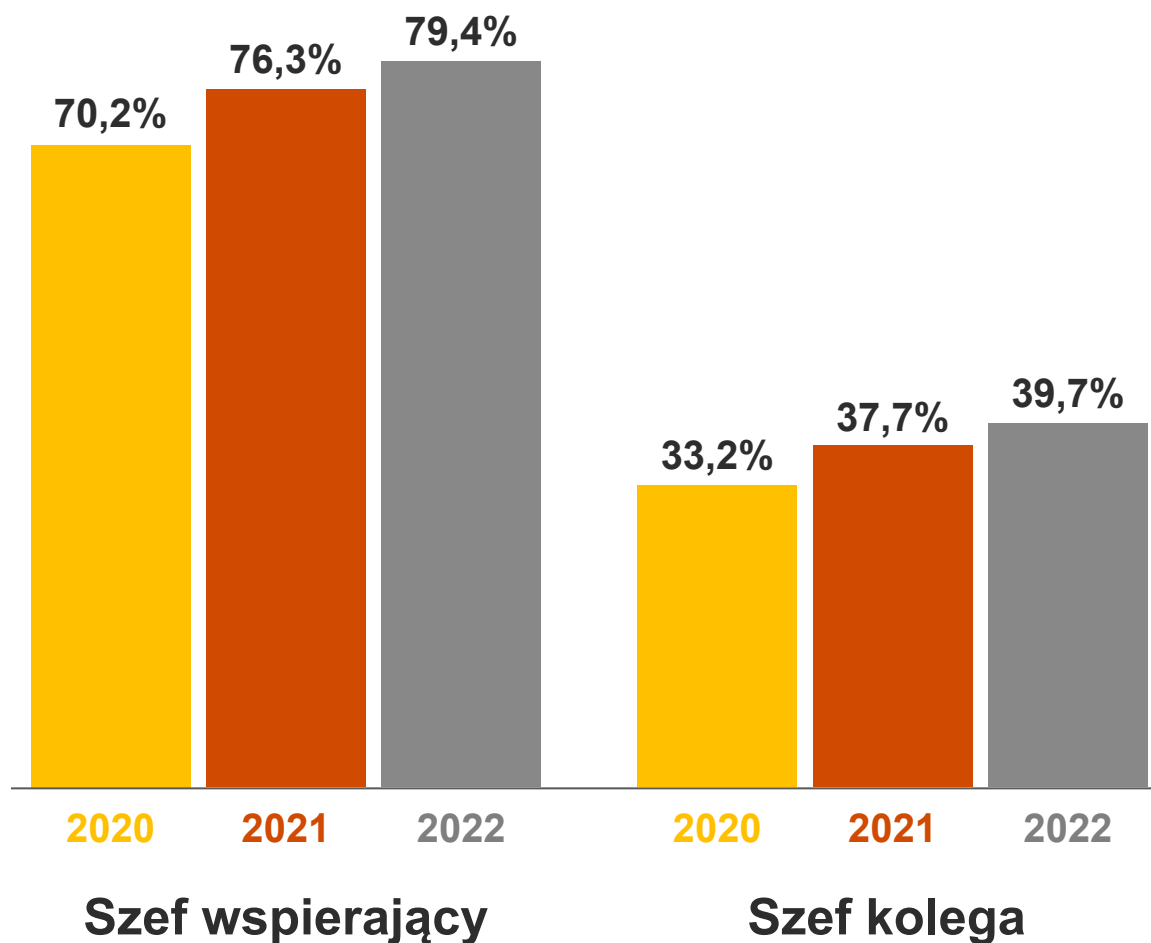
Szef-kolega

Dla **31%** badanych
benefitem, który wyróżni
pracodawcę jest krótszy
tydzień pracy.

23% młodych Polaków
za wyróżniający benefit
uważa też dodatkowe
dni płatnego urlopu.



Trendy: relacja z szefem



Od 2020 roku obserwujemy rysujący się trend w obszarze relacji w pracy - z szefem i zespołem.

- Choć respondenci cały czas preferują szefa, który jest dla nich autorytetem, systematycznie rośnie odsetek młodych, którzy wolą, żeby szef zachowywał się jak kolega.
- Od 2020 roku wzrasta także liczba studentów, którzy wolą szefa wspierającego niż stawiającego im wyzwania. W tym roku prawie 80% badanych wybrałoby takiego właśnie przełożonego.
- Rośnie także znaczenie relacji w zespole - dobra atmosfera jest ważniejsza niż ciekawe zadania dla ponad 70% respondentów.

Atmosfera w pracy

- Dla ponad 70% badanych dobra atmosfera w zespole jest ważniejsza niż ciekawe zadania.
- Konflikt w zespole jest nie do zaakceptowania dla 35% młodych ludzi.
- Dla 45% nie do zaakceptowania jest także wysoki poziom stresu w pracy.
- Młodzi Polacy coraz bardziej cenią swój psychiczny i społeczny wellbeing.
- Zależy im także na rozwoju - brak możliwości rozwoju byłby nie do zaakceptowania dla 41.0% studentów i absolwentów.





Magdalena Pancewicz

Współzałożycielka Well.hr,
strateżka wellbeingu i komunikacji.

Well.hr

”

John M. Keynes, w napisanym w 1928 r. eseju pt. *Economic Possibilities for Our Grandchildren* prognozował, że w 2028 roku będziemy pracować tylko trzy godziny dziennie. I choć z perspektywy 2022 r. wydaje się to wciąż jeszcze mało prawdopodobne, to idea dobrostanu pracowników osiąganego m.in. poprzez zwiększenie elastyczności czasu i miejsca pracy jest nam już dziś bardzo bliska.

Pandemia nauczyła młodych, że mogą uczyć się i pracować z dowolnego miejsca, co więcej, są przekonani, że możliwość wyboru miejsca i czasu pracy ma pozytywny wpływ na ich produktywność. Z zainteresowaniem śledzą informacje o wdrażanych pilotażowo w Polsce i zagranicą nowych rozwiązaniach, takich jak krótszy tydzień pracy czy dodatkowe dni wolne od pracy. Uważają, że pozytywnie wyróżniają one pracodawców.

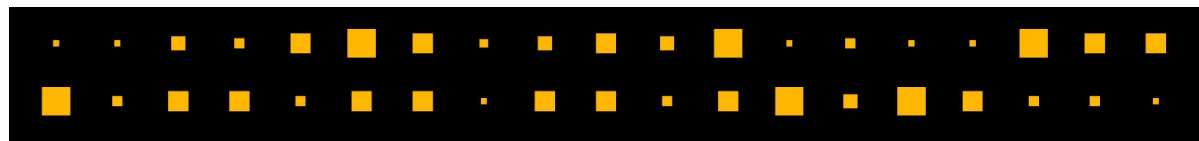
Jednocześnie dużą wagę przywiązują do wellbeingu społecznego - w kolejnych edycjach badania coraz ważniejsze są dla nich dobre relacje z kolegami w pracy oraz wspierający szef, najlepiej taki, który potrafi pogodzić role autorytetu i kolegi.

Na rynku pracy o młode talenty najłatwiej będzie konkurować pracodawcom, którzy zapewnią młodym poczucie wolności, a jednocześnie stworzą im środowisko pracy sprzyjające budowaniu dobrych relacji.

Co jest w pracy najważniejsze i najtrudniejsze do zaakceptowania?

Co jest dla Ciebie najważniejsze w pracy? (wybierz 5 najważniejszych obszarów)	2020	2021	2022
Wysokie zarobki	42.5%	46.9%	56.8%
Zdobycie doświadczenia zawodowego	49.4%	49.8%	43.4%
Przyjazna atmosfera	50.0%	46.0%	42.5%
Poczucie sensu wykonywanej pracy	43.2%	43.4%	40.3%
Elastyczne godziny pracy	31.7%	30.9%	37.9%
Możliwość zachowania work-life balance	31.0%	33.6%	36.5%
Możliwość pracy zdalnej	22.9%	22.3%	32.8%
Praca zgodna z zainteresowaniami	36.4%	36.4%	31.0%
Stabilne i bezpieczne zatrudnienie	35.9%	31.1%	26.8%
Ciekawe zadania	32.9%	30.0%	24.9%
Niski poziom stresu	21.7%	19.1%	23.5%
Bogaty pakiet szkoleń	27.2%	22.9%	21.2%
Praca z nowymi technologiami	15.9%	15.9%	15.4%
Międzynarodowe środowisko pracy	10.3%	15.0%	12.4%
Praca adekwatna do umiejętności	16.7%	13.9%	13.7%
Samodzielność w podejmowaniu decyzji	9.4%	9.9%	9.5%
Szybki awans	5.7%	9.0%	9.5%
Praca w zespole	9.5%	10.6%	9.0%
Praca w firmie odpowiedzialnej społecznie	X	7.2%	5.9%
Praca w młodym zespole	5.8%	5.1%	5.8%
Polski kapitał	1.9%	1.1%	1.1%

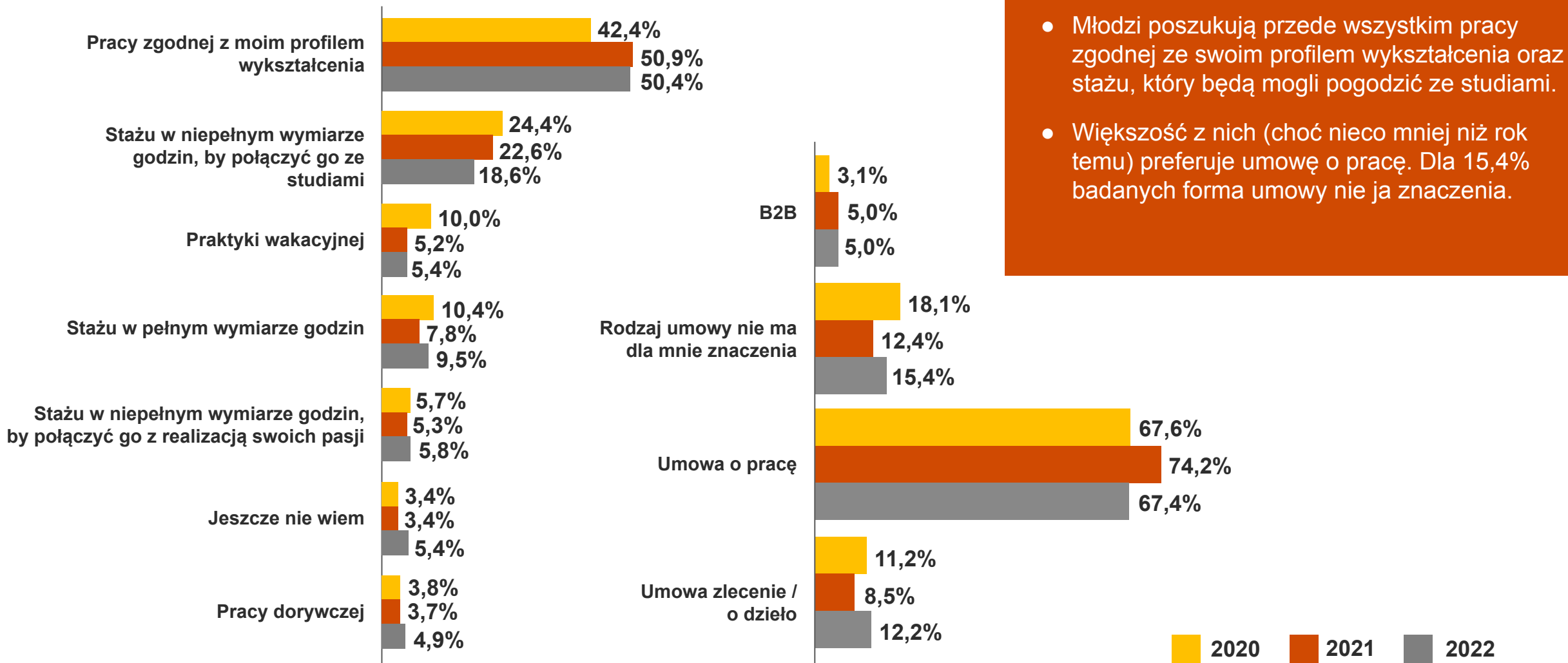
Co byłoby Ci trudno zaakceptować w pracy?	2020	2021	2022
Nieadekwatne zarobki do oczekiwań	51.7%	45.7%	45.0%
Wysoki poziom stresu	47.8%	42.5%	44.9%
Brak możliwości rozwoju	53.1%	47.5%	41.0%
Konflikt w zespole	49.4%	37.7%	34.7%
Brak możliwości awansu	34.0%	29.2%	28.7%
Powtarzalne, nudne zadania	29.3%	27.0%	25.5%
Długi dojazd do pracy	24.6%	16.8%	21%
Menedżera, od którego nie można się uczyć	29.2%	15.7%	14.4%
Pracę w nadgodzinach	13.8%	10.6%	11.3%
Brak możliwości pracy zdalnej	6.4%	5.3%	10.3%
Brak elastycznych godzin pracy	9.6%	6.7%	8.4%
Brak samodzielności	9.6%	4.8%	5.8%
Częste wyjazdy służbowe	6.4%	4.6%	4.5%
W pełni zdalna praca	X	6.0%	4.4%



Aspiracje zawodowe



Czego poszukują młodzi na rynku pracy?



Sukces zawodowy to dla **24,9%** badanych praca, która jest pasją.
Dla **15,8%** młodych osób to poczucie sensu pracy.

O sukcesie świadczą także wysokie zarobki (**21,7%**).

Sukces to także łączenie pracy z podróżowaniem (**9,6%**), stanowisko eksperta (**8,2%**), czy prowadzenie własnej firmy (**7,6%**).



Aspiracje zawodowe młodych Polaków

Pandemia, trudna sytuacja ekonomiczna i kryzys migracyjny związany z wojną w Ukrainie nie obniżyły aspiracji płacowych młodych Polaków. Przeciwnie, ich oczekiwania dotyczące wynagrodzenia netto, które byliby skłonni zaakceptować, nieco wzrosły.

- **Mediana oczekiwań kształtowała się na poziomie 4 863 zł netto. W porównaniu z rokiem 2021 wzrosła o ponad 350 zł.**
- Podobnie jak w latach ubiegłych, mężczyźni deklarują wyższe oczekiwania finansowe.
- **Pytani o to, jak długo warto pracować w jednej firmie, młodzi Polacy podają 6 lat (5,96).** Od pierwszej edycji badania w 2020 roku, deklarowany czas pracy w jednej firmie skrócił się o rok.



Trendy: wynagrodzenie

- Od 2020 roku systematycznie rośnie odsetek badanych, dla których wysokie zarobki są ważniejsze od równowagi między pracą a życiem prywatnym (choć work-life balance cały czas jest ważniejszy dla ponad połowy młodych).
- Ponad połowa młodych Polaków (57%) deklaruje, że wysokie zarobki są dla nich jednym z kluczowych aspektów pracy. To prawie o 10% więcej niż w 2021 roku.
- Dla 45% studentów i absolwentów zarobki nieadekwatne do oczekiwań byłyby nie do zaakceptowania.
- Oczekiwania młodych wpisują się w sytuację gospodarczą – inflację i towarzyszącą jej presję płacową, a także rosnące koszty utrzymania.





Krzysztof Ciok

Head of Absolvent Consulting



”

Ze słownika zespołów HR i EB, kadr i administracji wykreślmy frazes “konkurencyjne wynagrodzenie”. Płaca wyższa niż średnia rynkowa, tak samo jak pensja równa średniej rynkowej bez wskazania konkretnej kwoty lub widełek płacowych jest bajką, w którą nie uwierzy żadne młode pokolenie. Pieniądze dla generacji Z nie są i nigdy nie będą tematem tabu. Często narusza to strefę komfortu pracodawców w relacji organizacja-kandydat. Niesłusznie.

Na atrybuty wskazane jako kluczowe przy wyborze zatrudnienia przez uczestników badania spójrzmy z perspektywy punktowego systemu oceniania. Jeśli założymy, że aspekt finansowy stanowi numer jeden z 10 punktami, a kwestie jak praca zdalna, zgrany zespół czy możliwość współpracy z doświadczonymi ekspertami mają kolejno 8, 7 i 6 punktów, to w zestawieniu łącznym suma punktów za miejsca niższe jest oczywiście większa niż wartość naszej “jedyńki”.

“Na ten moment jestem w stanie zapłacić Ci tyle i tyle, w firmie wprowadziliśmy workation, w piątki pracujemy do 15.00, a Twój przyszły szef zaprasza Cię na szkolenie, które poprowadzi online w ten czwartek” - to już nie bajka, a przykład storydoingu, czyli dobrze nakreślonej historii o stanie faktycznym. Potrzeby młodych Polaków u progu kariery są przecież tak różne.

Wykorzystajmy raport i nowe wnioski do projektowania pełnej zrozumienia komunikacji, w której przyszłe talenty traktujemy jak prawdziwych partnerów. Odświeżmy styl opowiadania. Róbmy to kalorycznie. Pozwólmy zrozumieć proces, bo codziennie tworzymy najlepsze możliwe miejsce pracy. Zaprośmy do jego współtworzenia! Świątujemy każde “done” na liście “to do”. Taki jest aktualny wzór na skuteczny dialog z młodymi uczestnikami rynku pracy w świecie zmieniających się rzeczywistości.

A woman with long, wavy red hair and bangs is smiling while looking down at a laptop. She is wearing a maroon t-shirt and has a colorful tattoo on her left arm. She is sitting in a cafe or office setting with a sewing machine and other equipment visible in the background. A red banner is overlaid on the bottom left of the image.

W poszukiwaniu dobrego pracodawcy

Brooke Cagle, Unsplash

Dobry pracodawca, czyli jaki?

- Młodzi Polacy przed podjęciem zatrudnienia dokładnie sprawdzają przyszłego pracodawcę - cały czas najbardziej liczy się dla nich dobra opinia znajomych o firmie. Jednocześnie rośnie znaczenie internetowych kanałów komunikacji - posiadanie przez pracodawcę strony kariera i dobrze zarządzanych profili w mediach społecznościowych. Spada natomiast waga aktywności pracodawców na uczelniach.
- O tym, że firma jest dobrym pracodawcą świadczy przede wszystkim to, że dba o dobre wdrożenie nowego pracownika.
- Tak jak w latach ubiegłych, ważne są również transparentne komunikowanie wynagrodzenia oraz bogata oferta benefitów.
- Dobry pracodawca stara się aktywnie docierać do młodych talentów - prowadzi szkolenia, warsztaty i spotkania online, wspiera organizacje studenckie i jest dostępny dla młodych podczas targów pracy.



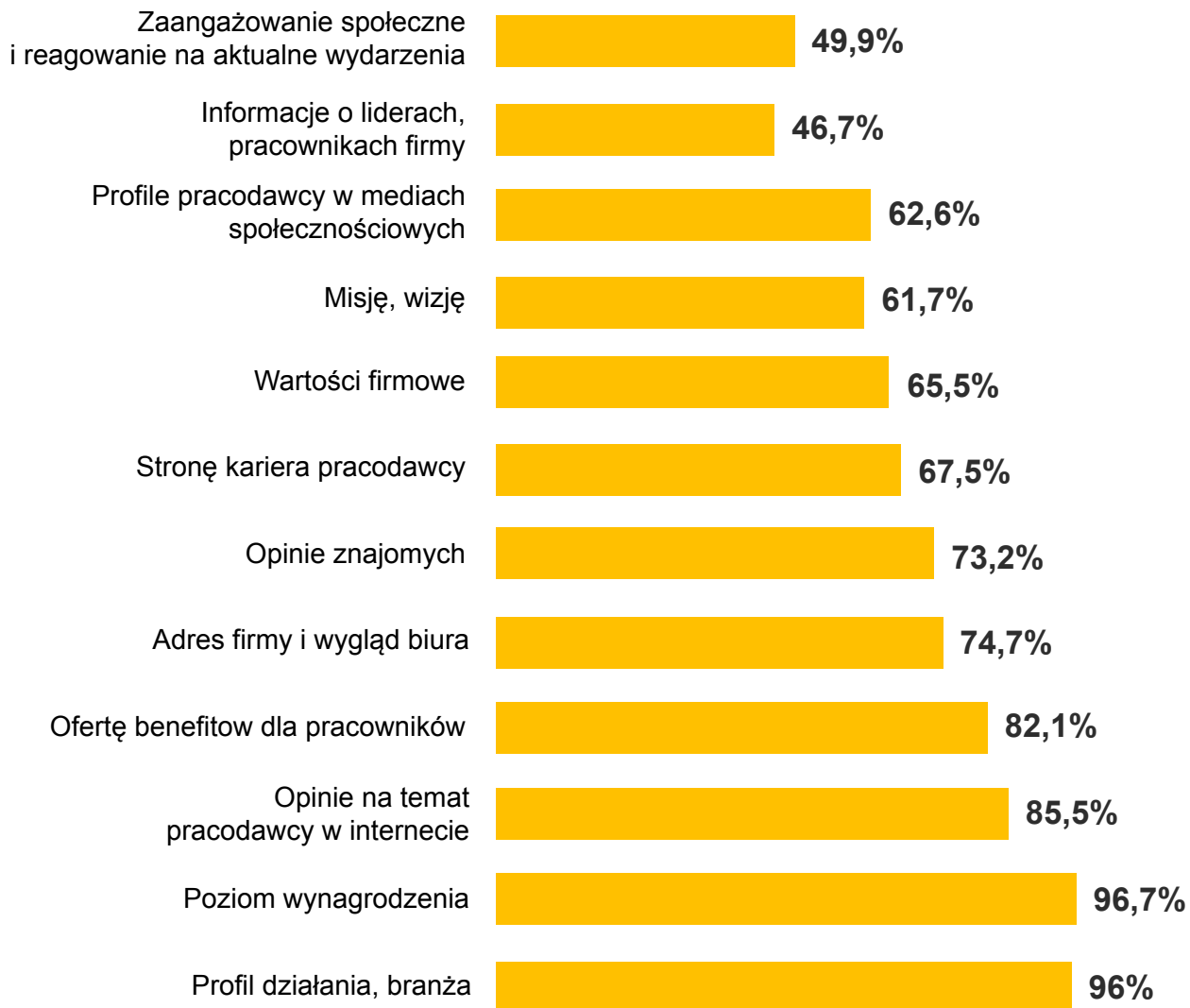
Benefity pozapłacowe
są dla młodych ludzi
coraz ważniejsze.

Dla **58%** młodych Polaków
bogata oferta benefitów
świadczy o tym, że firma
jest dobrym pracodawcą.

82% sprawdza ofertę
benefitów przed podjęciem
decyzji o złożeniu aplikacji.



Na co młodzi ludzie zwracają uwagę przy wyborze pracy



- Przed podjęciem decyzji o aplikowaniu na ofertę pracy młodzi ludzie dokładnie sprawdzają przyszłego pracodawcę - stronę kariery, profile w mediach społecznościowych, opinie na jego temat w Internecie oraz wśród znajomych, a także adres i wygląd biura.
- Coraz więcej młodych osób sprawdza także poziom wynagrodzenia (96,7%) oraz ofertę benefitów (82,1%).
- 65,5% młodych osób przed podjęciem decyzji o wysłaniu aplikacji sprawdza wartości deklarowane przez organizację. Młodzi nie ograniczają się jednak do sprawdzania firmowych deklaracji - szukają także informacji o podejmowanych przez firmy działaniach. W 2021 roku 68,9% badanych interesowały rozwiązania wprowadzone przez firmę w trakcie pandemii*. W tym roku 49,9% z nich deklarowało, że sprawdza zaangażowanie społeczne firmy i to, jak reaguje ona na aktualne wydarzenia*.

*pytania zadane wyłącznie - odpowiednio - w 2021 i 2022 roku

Najważniejsze benefity dla młodych

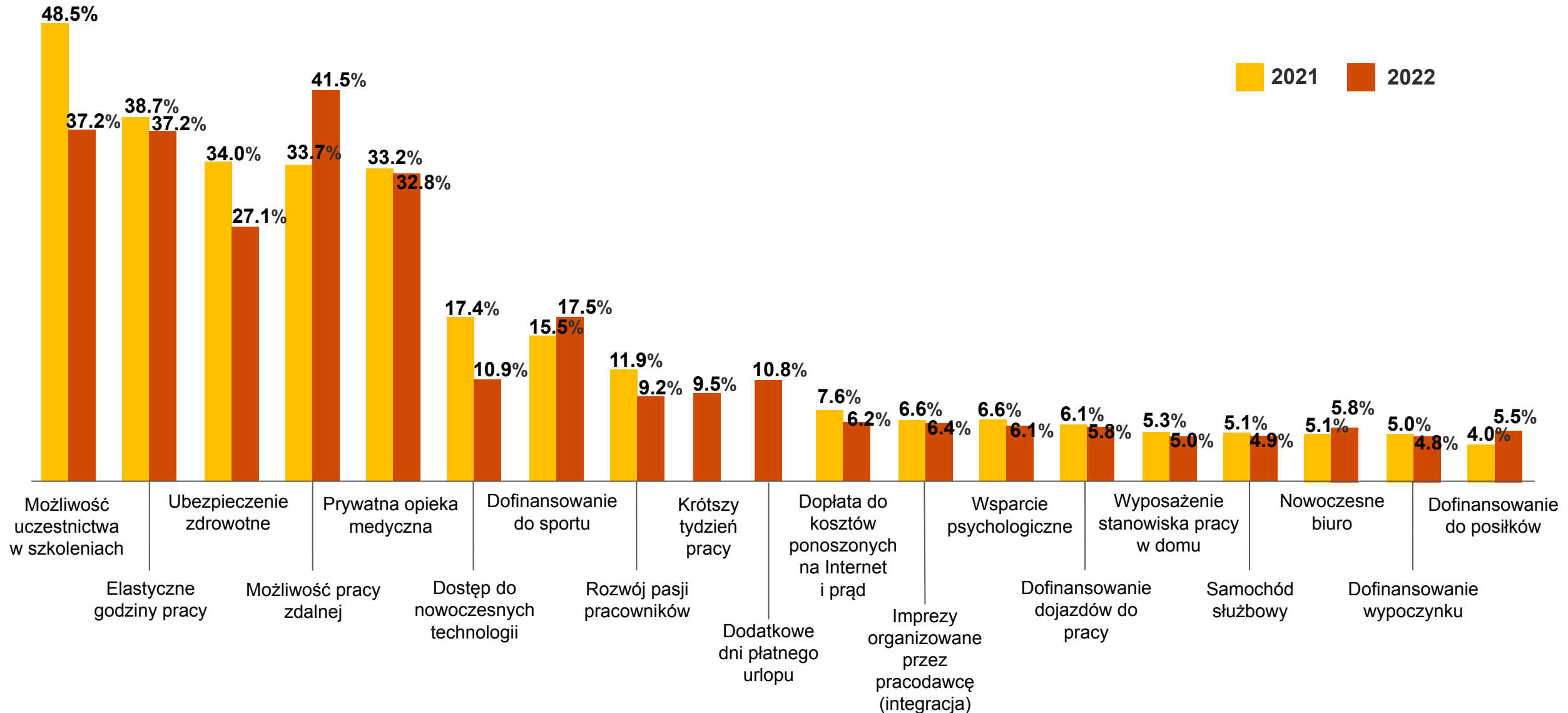
Dla pracowników wchodzących na rynek pracy ważne są - jak w poprzednich latach - świadczenia pozapłacowe cenione także przez ich bardziej doświadczonych kolegów:

- Elastyczne godziny pracy i możliwość pracy zdalnej to „obowiązkowy” benefit dla odpowiednio 37,2% i 41,5% badanych.
- Dostęp do szkoleń - ważny jest dla 37,2% badanych.
- Wśród najważniejszych benefitów są także ubezpieczenie zdrowotne (27,1%), oraz prywatna opieka medyczna (32,8%).
- Dodatkowe dni płatnego urlopu oraz krótszy tydzień pracy to ważne świadczenia dla odpowiednio: 10,8% i 9,5% badanych.

Czym pracodawca może dodatkowo się wyróżnić?

- Wyróżnikiem pracodawcy według 31,1% badanych jest **krótszy tydzień pracy**.
- Dla 22,7% są to **dodatkowe dni płatnego urlopu**.
- Zdaniem **18,7%** respondentów - pracodawca zwrócił by ich uwagę tym, że **rozwija pasje pracowników**.

Najważniejsze benefity dla młodych

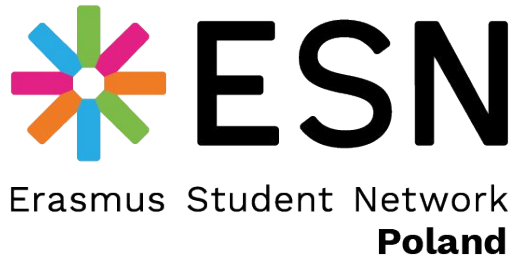


Jakie wartości powinien wspierać pracodawca?

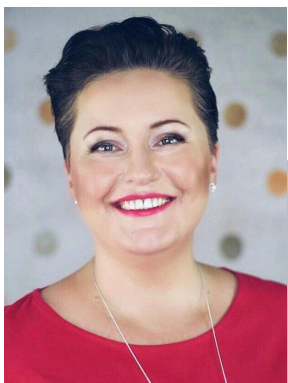
- 65,5% młodych przed złożeniem aplikacji sprawdza wartości firmy. Młodzi szukają też informacji o konkretnych działaniach podejmowanych przez organizacje.
- Blisko połowa badanych (49,9%) sprawdza zaangażowanie społeczne firm i to, w jaki sposób reagują one na aktualne wydarzenia.
- Wśród wartości, z którymi identyfikują się studenci i absolwenci najwyżej znalazły się **środowisko naturalne**, **przedsiębiorczość** oraz **różnorodność** (wspieranie mniejszości). Dla 16% badanych nie ma znaczenia, jakie inicjatywy wspiera ich potencjalny pracodawca.



Organizacje wspierające badanie



Kontakt



Izabela Szczurska

Head of Recruitment
& Employer Branding PwC
izabela.szczurska@pwc.com



Katarzyna Komorowska

Partner PwC
katarzyna.komorowska@pwc.com



Joanna Kotzian

Współzałożycielka Well.HR
joanna.kotzian@well.hr



Krzysztof Ciok

Head of Absolvent Consulting
krzysztof.ciok@absolventconsulting.pl



Wiktoria Lachowska

Employer Branding Consultant
Absolvent Consulting
wiktoria.lachowska@absolventconsulting.pl