



RAPORT

Wymarzony pracodawca dla
profesjonalisty **2019**

O RAPORCIE

Osoby z doświadczeniem zawodowym to kandydaci najbardziej pożądanymi przez pracodawców, a jednocześnie najtrudniejsi do zrekrutowania. Wynika to chociażby z faktu, że zwykle posiadają już pracę, więc jej nie szukają. Wiele organizacji deklaruje, że profesjonaliści są najważniejszą grupą zawodową, do której kierują ofertę zatrudnienia. Z raportu **Wymarzony pracodawca dla profesjonalisty 2019** dowiedzie się [m.in.](#), co dla profesjonalistów jest ważne w pracy, czego oczekują od pracodawców, jakim źródłem informacji ufają.

Dziękujemy Partnerowi i Patronom Medialnym badania za wsparcie w dotarciu do respondentów.

PARTNER BADANIA: 

PATRONI MEDIALNI:





















PROFESJONALISTA – TRUDNY KANDYDAT?

Sytuacja na rynku pracy sprzyja osobom z doświadczeniem zawodowym

Profesjoniści niezmiennie stanowią najbardziej pożądaną przez pracodawców grupę kandydatów. Osoby, które mają doświadczenie zawodowe powyżej roku, to kluczowi kandydaci dla 88% pracodawców*. Jednocześnie pracodawcy uważają, że osoby z doświadczeniem zawodowym i wysokimi kompetencjami to najtrudniejsi do pozyskania kandydaci (aż 60% wskazań)*. Jak zatem pozyskać ich uwagę, żeby zainteresowali się proponowaną ofertą pracy?

Profesjoniści rzadziej rozglądają się za pracą

Profesjoniści są trudnymi do zrekrutowania kandydatami, ponieważ najczęściej mają już pracę. Znaczna część profesjonalistów jest jednak otwarta na zmianę pracy, choć w porównaniu do 2016 r. Odsetek osób deklarujących, że obecnie aktywnie szuka pracy, spadła do 54% do 40%. Czy to oznacza, że profesjoniści znaleźli pracodawcę, który spełnia ich oczekiwania? A może pracodawcy zauważyli, że znacznie lepiej jest zatrzymać w firmie pracowników z dłuższym stażem, niż szukać nowych? Niezależnie od przyczyny, pracodawcy nie mogą spać spokojnie, ponieważ tylko 51% badanych wskazuje, że ich praca kojarzy im się pozytywnie. Można z tego wnioskować, że niemal połowa pracowników może skorzystać z nadarzającej się okazji do zmiany pracodawcy, ponieważ z obecnym nie czuje się emocjonalnie związana.

Mniejsza mobilność profesjonalistów

Spada zainteresowanie doświadczonych pracowników zmianą miejsca zamieszkania z uwagi na pracę. Na podjęcie pracy w innym miejscu w Polsce otwartych jest 41% ankietowanych. Jeszcze mniej osób chciałoby wyjechać do pracy za granicę – wskazuje tak 38% ankietowanych. W 2016 roku gotowość do zmiany miejsca zamieszkania w kraju deklarowało 48%, a za granicę – 44%.

PROFESJONALISTA – TRUDNY KANDYDAT?

Pieniądze to nie wszystko

Wielu pracodawców próbuje skusić profesjonalistów lepszym wynagrodzeniem i jest to niewątpliwie jeden z najważniejszych czynników decydujących o atrakcyjności oferty. W zależności od branży, w której pracują badani, atrakcyjne zarobki są wymieniane na jednym z pierwszych trzech miejsc wśród atrybutów atrakcyjnego pracodawcy. Jeśli jednak przyjrzeć się powodom podjęcia pracy u danego pracodawcy, to zarobki znalazły się dopiero na czwartym miejscu. Warto jednak podkreślić, że nieatrakcyjne wynagrodzenie to najczęstsza przyczyna rozstania z pracodawcą.

Profesjonalista chce być doceniany i mieć poczucie sensu pracy

Równie ważne jak zarobki są: przyjazna atmosfera w zespole, docenianie pracowników oraz poczucie sensu w pracy. Przyjazna atmosfera w zespole jest ważna dla każdego pracownika – nie trzeba nikogo przekonywać, że jeśli w pracy dobrze się czujemy, jesteśmy wydajniejsi, lepiej współpracujemy i rozwiązujemy problemy, a także chętniej przychodzimy do pracy. Poczucie doceniania może być tym, co zatrzyma pracowników w firmie na dłużej, szczególnie jeśli ich zarobki są na poziomie pozwalającym na zaspokajanie podstawowych potrzeb rodziny. Niedocenianie w pracy znalazło się na czwartym miejscu wśród przyczyn rozstań z pracodawcą (co piąty profesjonalista odszedł z pracy z tego powodu).

Ważnym aspektem jest dla profesjonalistów poczucie sensu w pracy. 96% profesjonalistów zgadza się ze stwierdzeniem, że chcą, by ich praca była ważna i miała sens dla innych. Często podkreśla się, że jest to cecha charakterystyczna dla pokolenia Z, tymczasem wyniki naszego badania pokazują, że poczucie sensu w pracy jest tak samo ważne dla młodych profesjonalistów, jak i dla osób z bardzo długim stażem zawodowym.

PROFESJONALISTA – TRUDNY KANDYDAT?

Profesjoniści chcą się rozwijać

Pracodawcy, którzy chcą przyciągać i zatrzymać w firmie profesjonalistów, powinni zadbać o to, by ich praca była ciekawa i stawiała im wyzwania, a także zapewnić ustawiczny rozwój zawodowy, bo tego oczekują osoby zarówno rozpoczynające swoją karierę, jak i mające za sobą wieloletnie doświadczenie zawodowe. Niezależnie od tego, na jakim etapie kariery zawodowej profesjonalista się znajduje, oczekuje wyzwań i ceni pracę, w której będzie wykonywać atrakcyjne zadania. Brak możliwości rozwoju zawodowego stanowi, na równi z nieatrakcyjnym wynagrodzeniem, najczęściej wymienianą przyczyną rozstania z pracodawcą.

A na koniec i tak decyduje... lokalizacja

Może to brzmieć zaskakująca, ale najczęściej wymienianym czynnikiem, który zdecydował o związaniu się z obecnym pracodawcą, jest właśnie lokalizacja. Dojazdy, które jeszcze kilka lat temu nie były żadnym problemem, szczególnie u osób lepiej zarabiających, teraz są przyjmowane z dużą niechęcią. Nie chcemy stać w korkach, chcemy mieć więcej czasu na swoje pasje lub dla rodziny, więc szukamy pracy atrakcyjnej z punktu widzenia pracownika, a nie takiej, która znajduje się w lokalizacji prestiżowej czy atrakcyjnej dla pracodawcy.

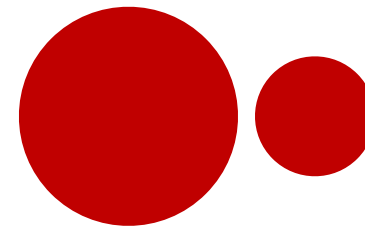
METODOLOGIA BADANIA

Badanie zostało przeprowadzone przez HRM Institute metodą CAWI i trwało od listopada 2018 do lutego 2019 roku. Link do badania był skierowany do polskich profesjonalistów, mających co najmniej rok doświadczenia zawodowego.

W badaniu wzięło udział **2347** osób z doświadczeniem zawodowym. Profesjonaliści wskazali, jakie cechy powinien mieć pracodawca, który chce być tym wymarzonym i do którego chętnie będą aplikować wartościowi kandydaci.

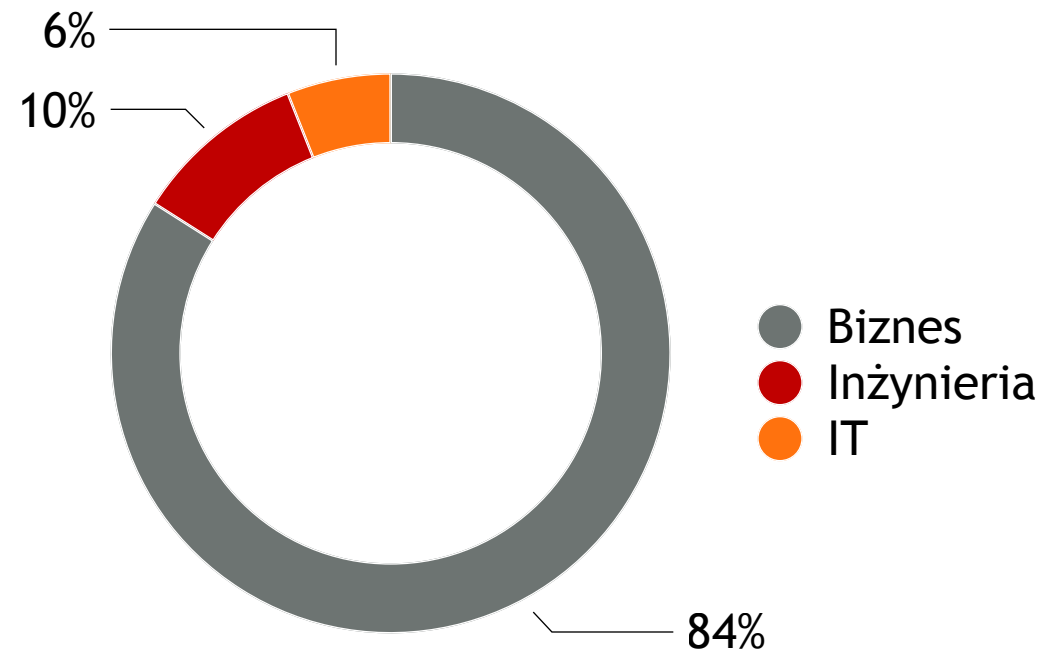
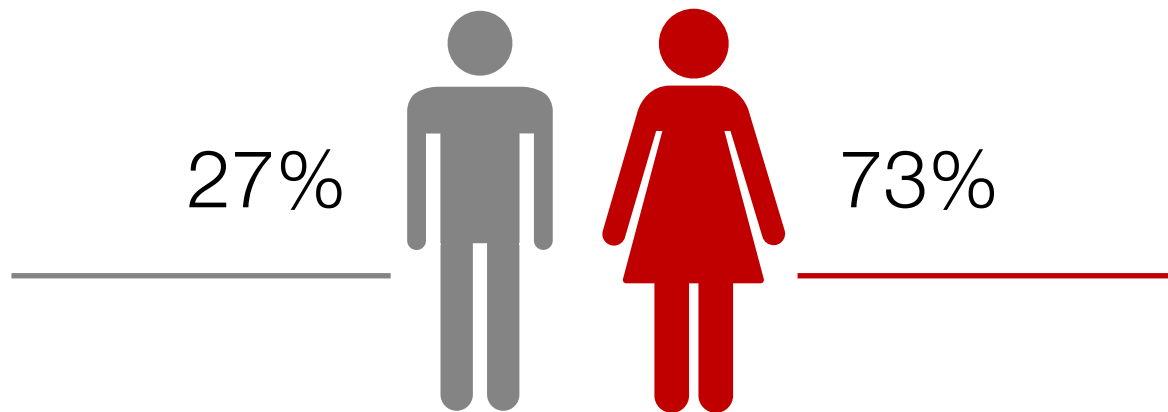


PROFIL PROFESJONALISTY



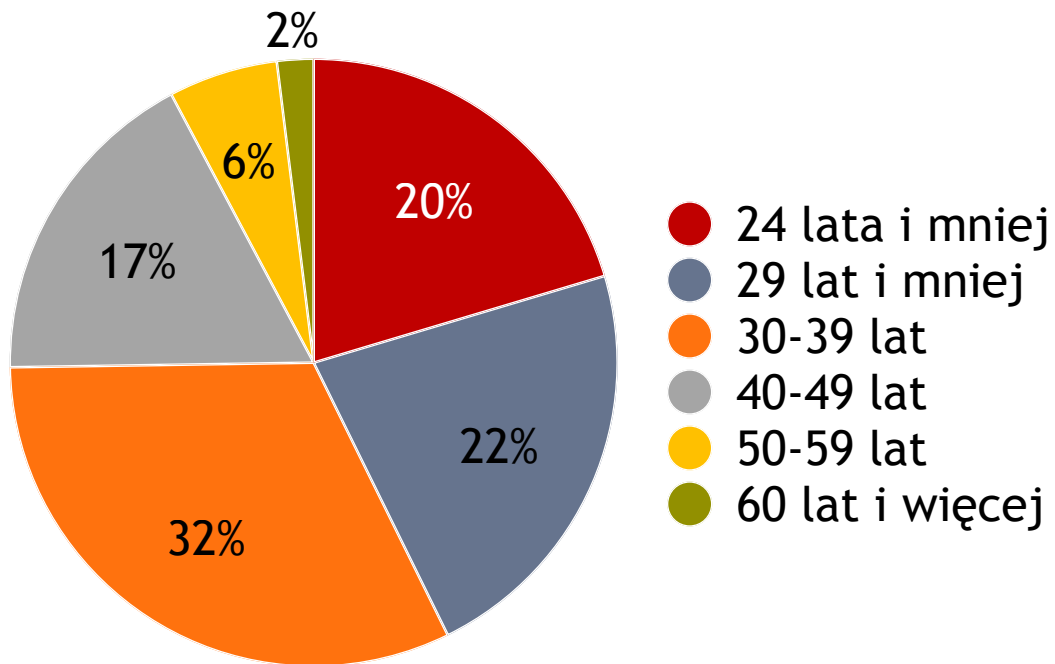
PROFIL PROFESJONALISTY

W badaniu wzięło udział 2347 profesjonalistów, których zawód mieścił się w jednej z trzech kategorii: Biznes, IT, Inżynieria.

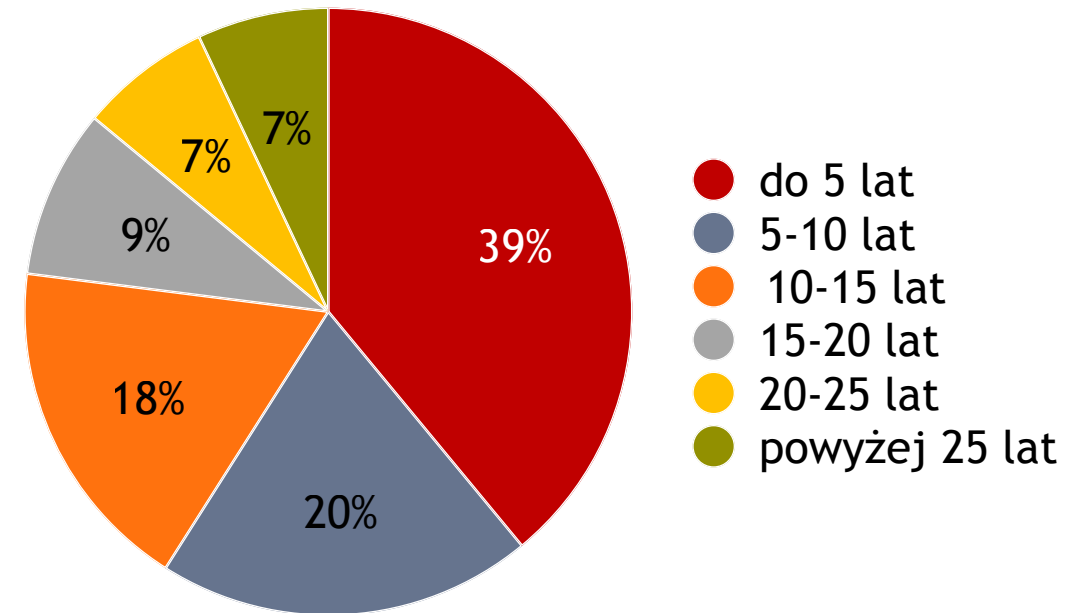


PROFIL PROFESJONALISTY

WIEK

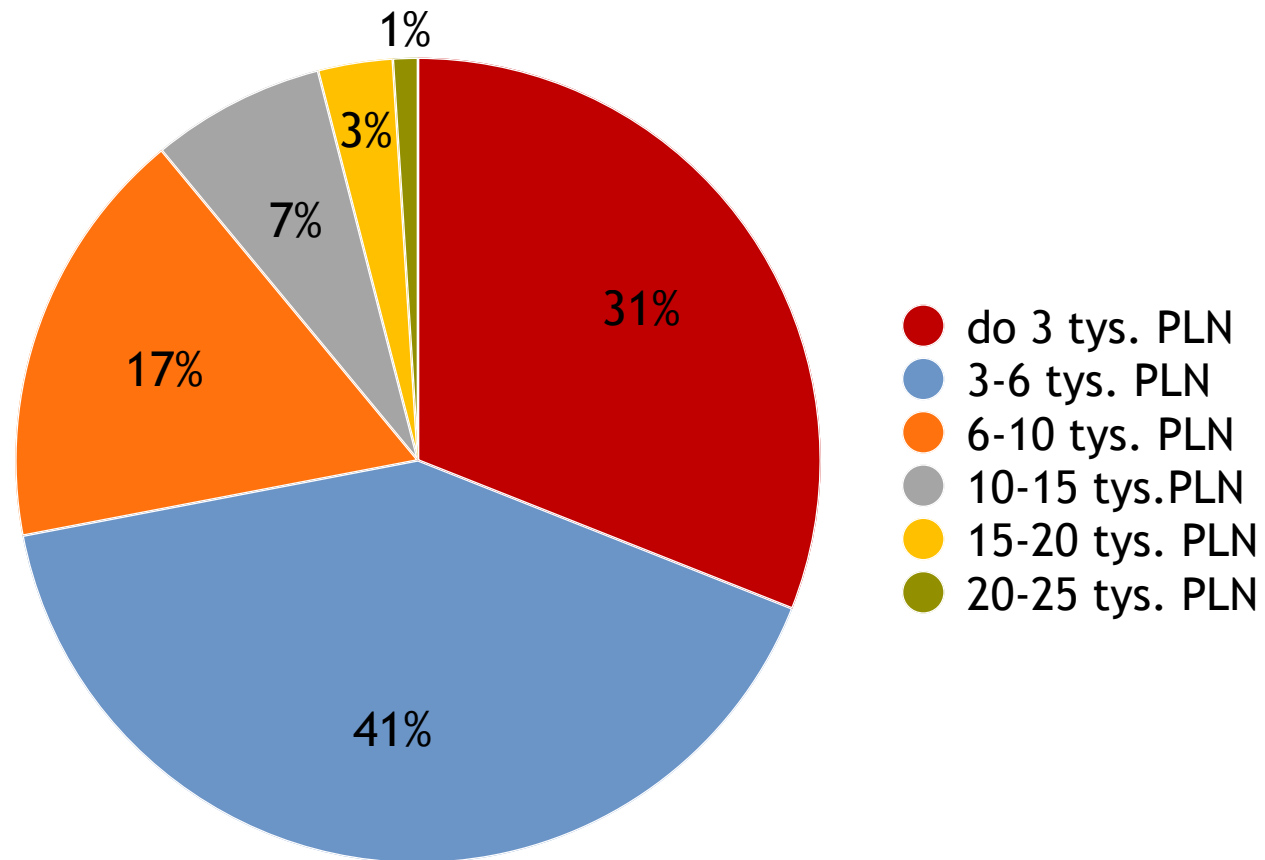


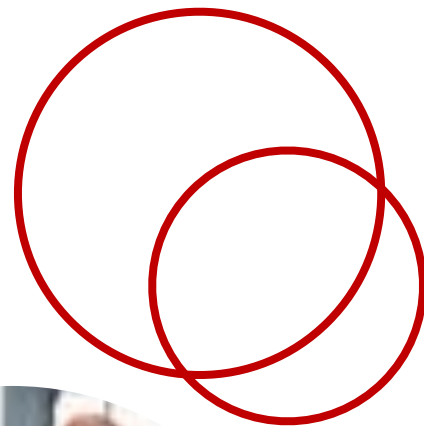
STAŻ PRACY



PROFIL PROFESJONALISTY

ZAROBKI

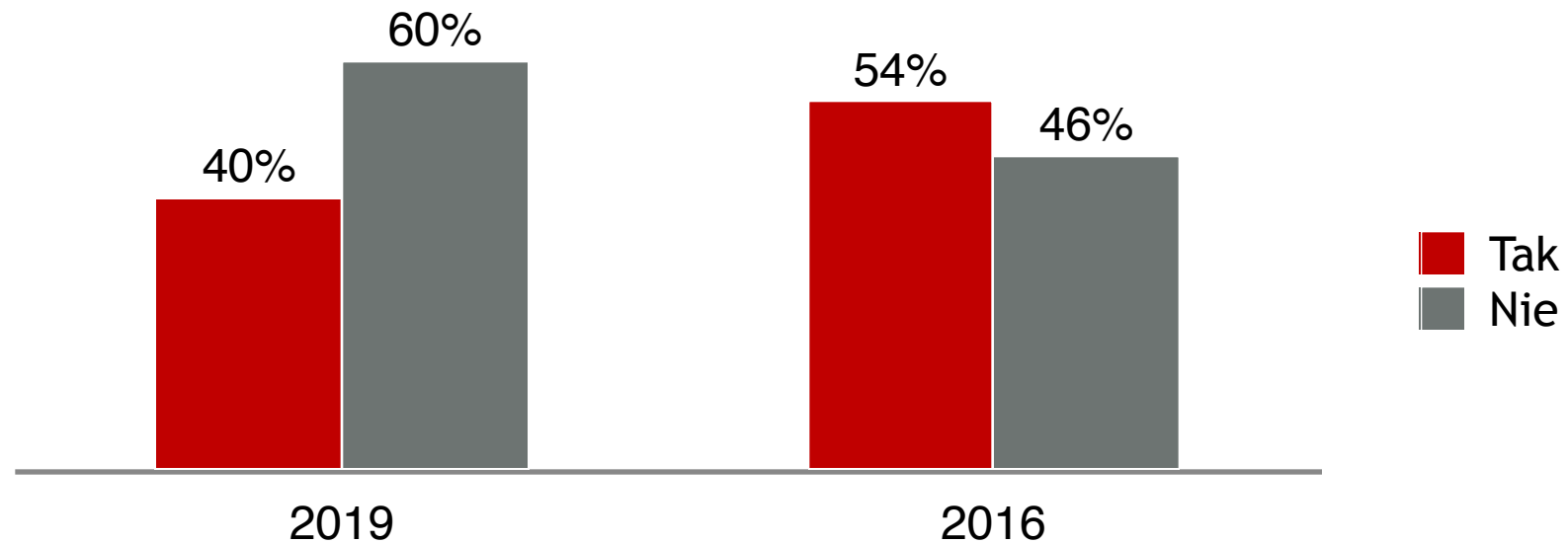




PROFESJONALISTA MNIEJ OTWARTY NA ZMIANĘ PRACY

SZUKANIE PRACY

W 2019 roku 40% profesjonalistów biorących udział w badaniu deklaruje, że aktywnie szuka pracy. W porównaniu do 2016 roku stanowi to spadek aż o 14 punktów procentowych.



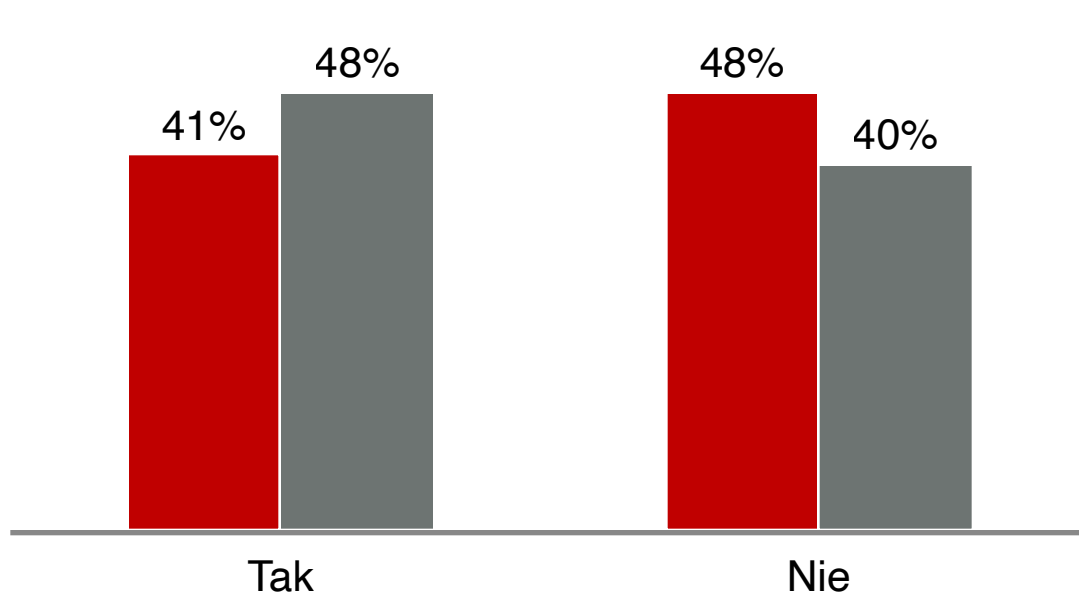
Pytanie: Czy obecnie szukasz aktywnie pracy?

SZUKANIE PRACY

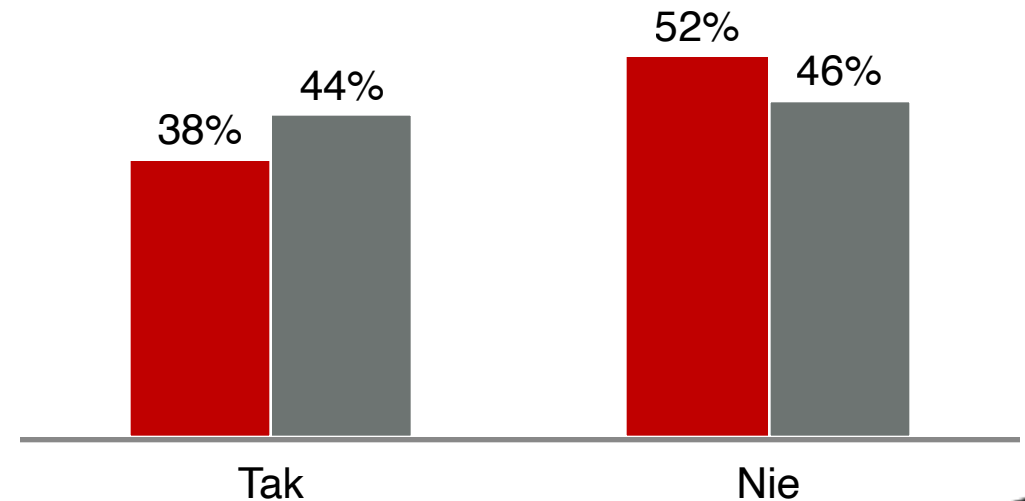
Spada również zainteresowanie profesjonalistów zmianą miejsca zamieszkania - w porównaniu do 2016 roku ubywa chętnych do przeprowadzki, zarówno w Polsce, jak i za granicę. Prawdopodobnie wiąże się to z tym, że w swoim miejscu zamieszkania znajdują wystarczająco atrakcyjne oferty pracy i nie muszą godzić się na rozłąkę z bliskimi i znajomymi.

Czy bierzesz pod uwagę zmianę miejsca zamieszkania w Polsce, ze względu na pracę?

Czy bierzesz pod uwagę wyjazd za granicę, ze względu na pracę?



■ 2019
■ 2016



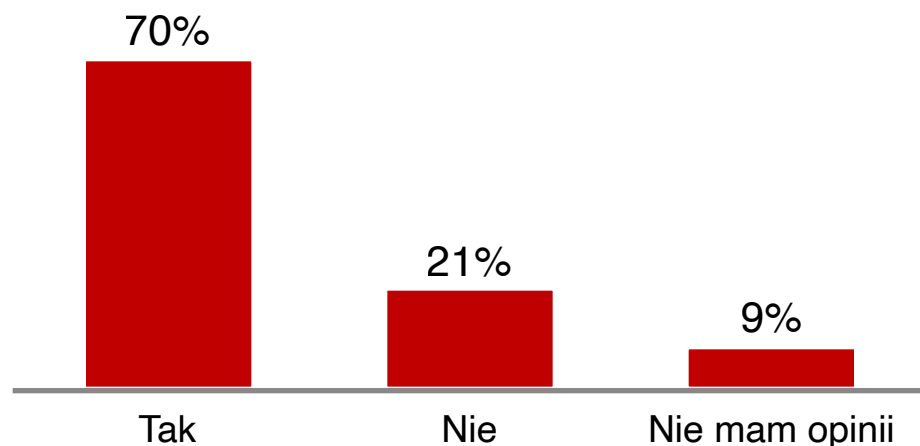


REPUTACJA PRACODAWCY

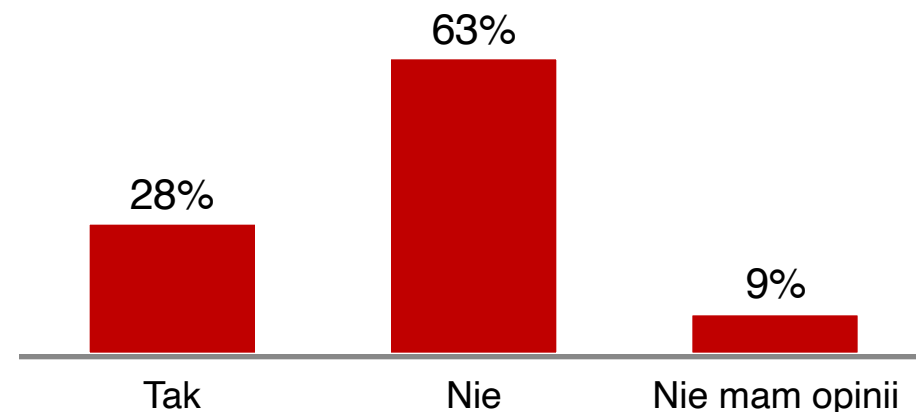
REPUTACJA PRACODAWCY

Reputacja pracodawcy jest ważna dla profesjonalistów – aż 70% respondentów wskazało, że uzależnia złożenie aplikacji do danego pracodawcy od jego reputacji. Jednocześnie tylko 28% profesjonalistów wskazało, że spotkało pracodawcę, którego można nazwać idealnym.

Czy przystąpienie do rekrutacji uzależniasz od wizerunku pracodawcy?



Czy spotkałeś pracodawcę, którego możesz nazwać idealnym?

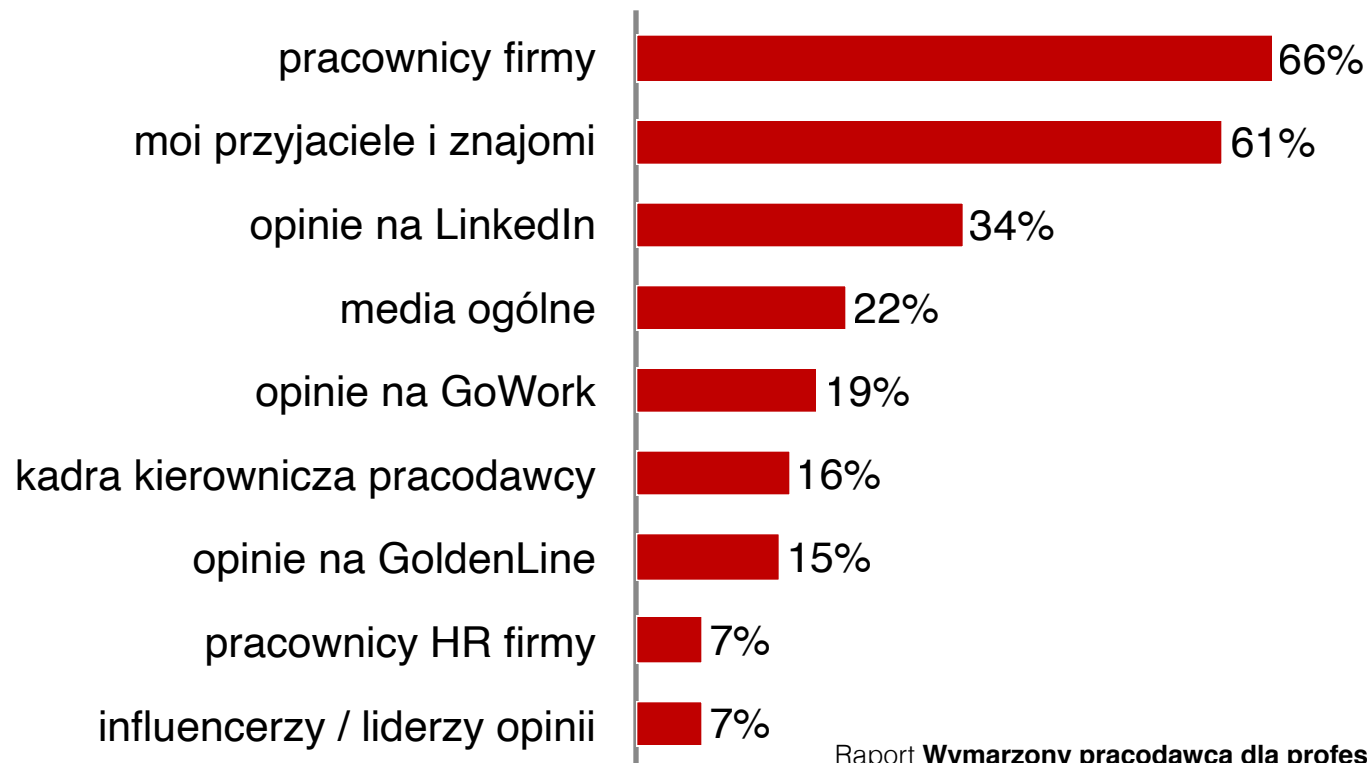


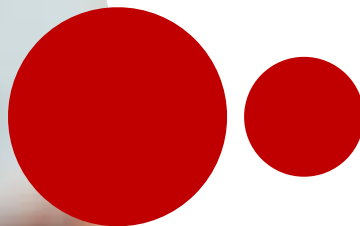
REPUTACJA PRACODAWCY

Szukając informacji o pracodawcach profesjonaliści sięgają do różnych źródeł. Według badanych najbardziej wiarygodne opinie o pracodawcach przekazują pracownicy firmy (66% wskazań) oraz znajomi (61%). Zaufanie do opinii pracowników wzrosło aż o 16 punktów procentowych w stosunku do 2016 r., co wyraźnie pokazuje, że warto dbać o pracowników w firmie, bo to oni są najlepszymi ambasadorami marki pracodawcy.

Za mało wiarygodne źródła informacji badani uznali kadrę kierowniczą pracodawcy (16%) oraz pracowników działu HR firmy (7%), choć warto podkreślić, że w stosunku do 2016 roku nastąpił wzrost zaufania do tych źródeł informacji (z 3% dla kadry kierowniczej i 4% dla HR). Opiniom zamieszczanym na GoWork ufa co piąty badany.

Najbardziej wiarygodne źródła informacji o pracodawcach





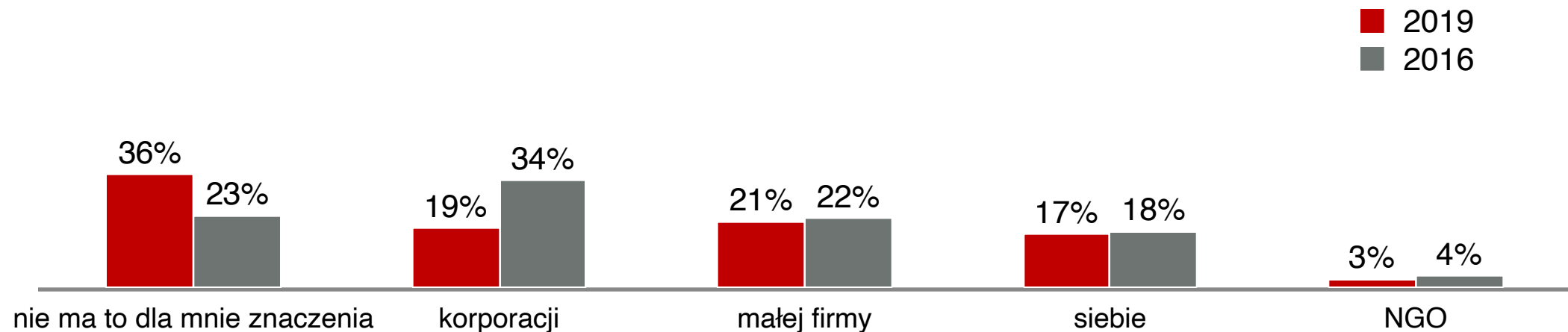
KORPORACJA, CZY MAŁA FIRMA?



KORPORACJA, CZY MAŁA FIRMA?

Zwiększyła się ilość osób, dla których nie ma znaczenia wielkość i rodzaj firmy, dla której będą pracować (wzrost o 13 punktów procentowych od 2016 r.). Mniej więcej o tyle samo punktów procentowych zmniejszyła się ilość osób deklarujących chęć pracy w korporacji (o 15 punktów proc. mniej niż w 2016 r.).

Dla kogo chciałbyś pracować?





WAŻNE W PRACY DLA PROFESJONALISTY

ATRYBUTY MARKI PRACODAWCY WAŻNE DLA PROFESJONALISTY

Pracodawcy w komunikacji z kandydatami często używają wynagrodzenia, jako wabik. Oczywiście jest, że w pracy chcemy dobrze zarabiać, ale samo konkurowanie wynagrodzeniem nie wystarczy, żeby przyciągnąć kandydatów, zwłaszcza w branżach, w których zarobki są wysokie niemal „z definicji”.

Warto zapewnić pracownikom, na każdym etapie kariery w firmie, atmosferę, dla której będzie im się chciało codziennie przychodzić do pracy, docenianie (sukcesów i zwykłej dobrej roboty), a także dawać poczucie sensu wykonywanej pracy, który nie zawsze jest widoczny na pierwszy rzut oka. Pracownik, który znajdzie to w swojej pracy będzie bardziej związany z pracodawcą, niż w sytuacji, gdy w pracy trzymają go tylko pieniądze (nawet bardzo dobre).

95%

Przyjazna
atmosfera
w zespole

94%

Atrakcyjne
zarobki

94%

Docenianie
pracowników

92%

Poczucie sensu
wykonywanej
pracy

89%

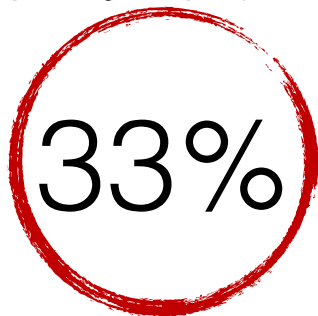
Atrakcyjne zadania
wykonywane
w pracy



Pytanie: Jakie atrybuty marki pracodawcy są dla Ciebie ważne, a na które nie zwracasz uwagi? Skala od 1 do 5 (zaprezentowano odpowiedzi ważne + bardzo ważne).

POWODY **PODJĘCIA PRACY** U OBECNEGO PRACODAWCY

Oczekiwania profesjonalistów wobec pracodawców to jedna sprawa, a jakie są rzeczywiste powody podjęcia pracy u konkretnego pracodawcy? Wśród najczęściej wskazywanych znalazły się: lokalizacja, atrakcyjne zadania w pracy i możliwości rozwoju. Warto o tym pamiętać przy konstruowaniu ogłoszenia o pracę.



Lokalizacja



Atrakcyjne
zadania w pracy



Możliwości
rozwoju



Atrakcyjne
wynagrodzenie



Stabilność
zatrudnienia



Przyjazna
atmosfera w zespole



Elastyczność
form zatrudnienia



Reputacja
i prestiż firmy



Benefity



Poczucie sensu
wykonywanej pracy



Pytanie: Co zdecydowało o podjęciu pracy u obecnego pracodawcy?
Możliwość wyboru trzech odpowiedzi.

PRZYCZYNY REZYGNACJI Z PRACY

Wysokość zarobków nie jest dla profesjonalisty głównym czynnikiem decydującym o podjęciu pracy u danego pracodawcy, ale nieatrakcyjne zarobki, na równi z brakiem możliwości rozwoju, znalazły się na czele powodów rozstań z pracodawcą. Profesjonalista nie chce też pracować w miejscu, w którym panuje kiepska atmosfera i toksyczna kultura organizacyjna. Co piąty pracownik podjął decyzję o odejściu z pracy, ponieważ czuł się niedoceniany.

31%

Brak możliwości
rozwoju w firmie

31%

Nieatrakcyjne
wynagrodzenie

22%

Niedobra atmosfera
w pracy

20%

Niedocenywanie
w pracy

18%

Toksyczna kultura
organizacyjna



Pytanie: Jaki był główny powód, dla którego zrezygnowałeś ze współpracy z poprzednim pracodawcą? Możliwość wyboru trzech odpowiedzi.

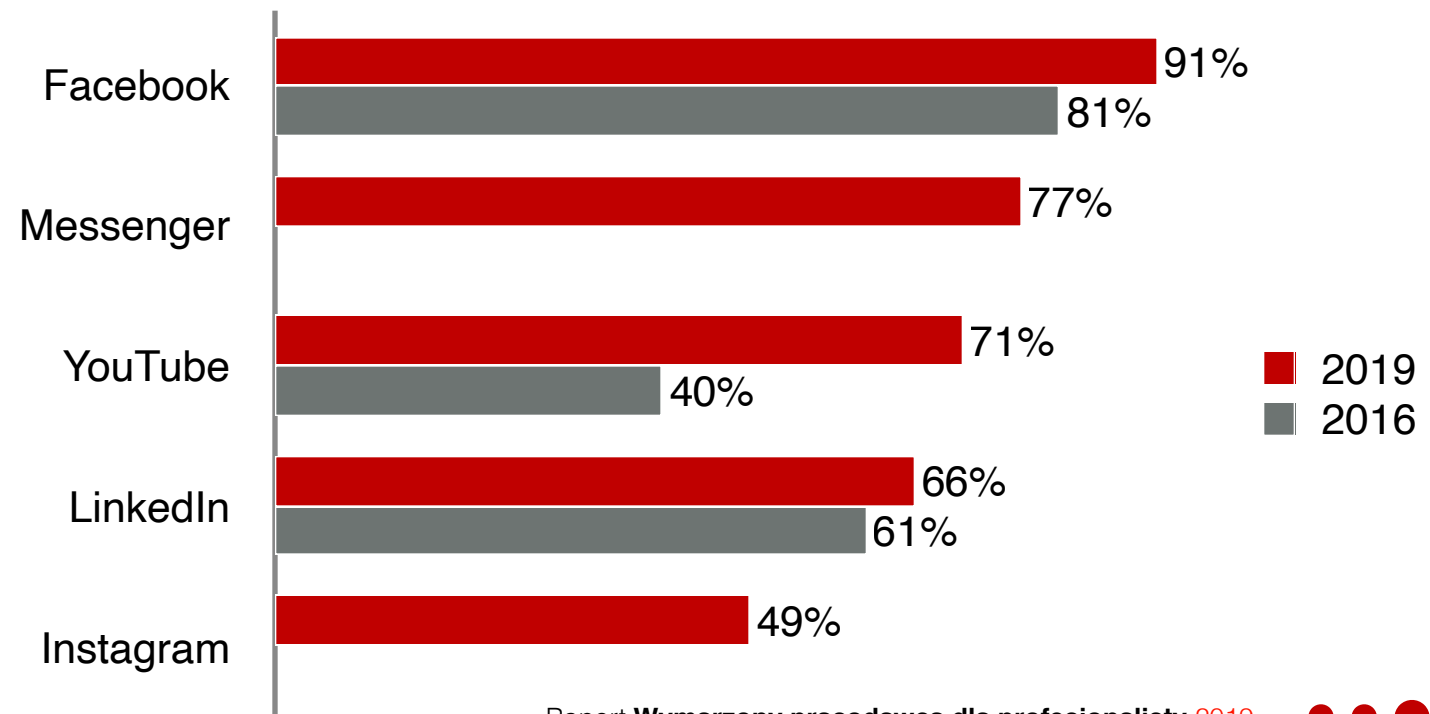


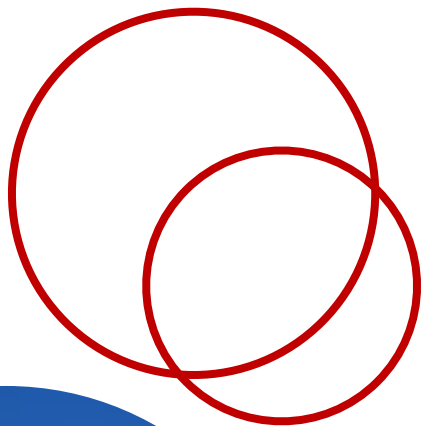
KOMUNIKACJA Z PROFESJONALISTAMI

KOMUNIKACJA Z PROFESJONALISTAMI

Media społecznościowe to ważny kanał komunikacji z potencjalnymi kandydatami do pracy. Korzysta z nich większość profesjonalistów. Największym powodzeniem cieszą się Facebook, którego używa 91% ankietowanych oraz Messenger (77%) i Youtube (71%). Warto zauważyć, że, w porównaniu do 2016 roku, znacznie więcej osób korzysta z mediów społecznościowych, szczególnie jest to widoczne w przypadku YouTube.

TOP5 mediów społecznościowych, z których korzystają kandydaci





MOTYWACJA DO PRACY

MOTYWACJA DO PRACY

Najczęściej wskazywanym przez profesjonalistów motywatorem do pracy są pieniądze - twierdzi tak niemal 2/3 badanych. Dobre zarobki są niewątpliwie tym, co powoduje, że chce się przychodzić do pracy, ale same zarobki nie są wystarczającym motywatorem, żeby zatrzymać pracowników na dłużej. Warto pamiętać, że w sytuacji, gdy różni pracodawcy oferują podobne zarobki, do głosu dochodzą inne motywy, takie jak atmosfera w pracy, poczucie satysfakcji czy docenianie w pracy.

65%

Atrakcyjne
zarobki

43%

Atmosfera
w pracy

31%

Satysfakcja
z pracy

28%

Docenianie przez
przełożonych
i pracowników

27%

Możliwość rozwoju
zawodowego

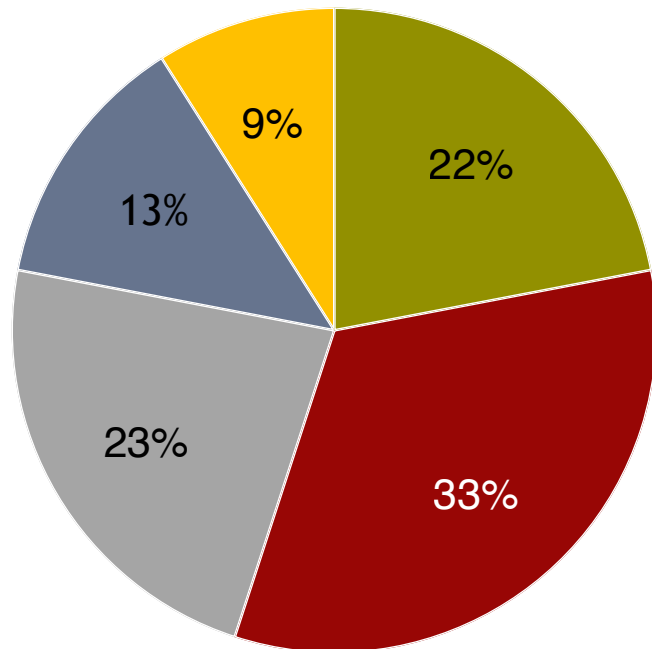


PROFESJONALIST A **AMBASADOREM** MARKI PRACODAWCY

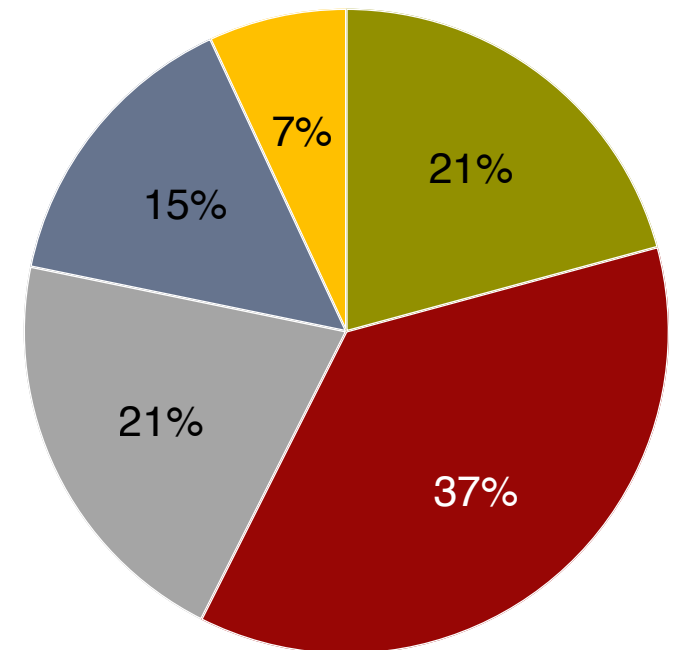
AMBASADORZY MARKI PRACODAWCY

Każdy pracodawca chciałby, żeby pracownicy byli ambasadorami jego marki i polecali pracę w firmie, gdyż to właśnie opiniom pracowników najbardziej ufają kandydaci. Ponad połowa profesjonalistów, którzy wzięli udział w badaniu, deklaruje że są ambasadorami marki pracodawcy i poleciliby pracę w swojej firmie znajomemu.

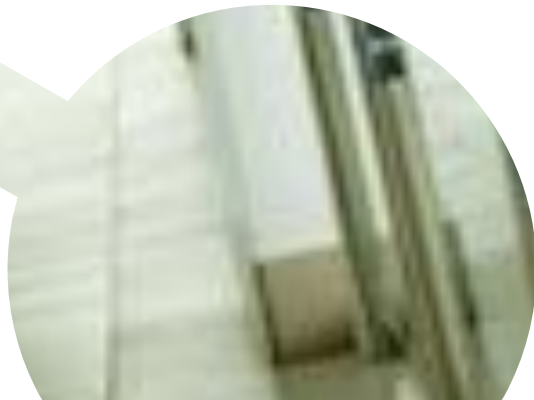
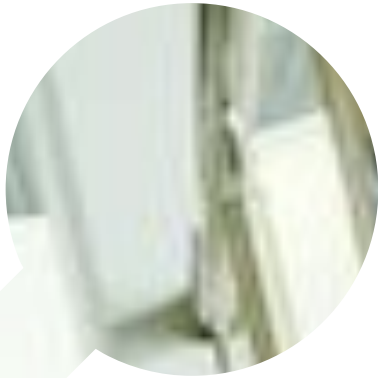
Czy uważasz, że jesteś
ambasadorem marki pracodawcy?



Czy polecilibyś pracę w Twojej
firmie Twojemu znajomemu?



- Zdecydowanie tak
- Raczej tak
- Ani tak, ani nie
- Raczej nie
- Zdecydowanie nie



RANKING PRACODAWCÓW 2019



RANKING PRACODAWCÓW 2019

KATEGORIA: BIZNES

01.



Google Poland

02.



IKEA

03.



EY (Ernst & Young)

04.



Coca-Cola

05.



TVN

RANKING PRACODAWCÓW 2019

KATEGORIA: BIZNES

6	Deloitte
7	Grupa Allegro
8	Amazon
9	Dr Irena Eris
10	PwC
11	British Airways
12	ABB

13	Volkswagen Group Polska
13	Volvo Group
15	Capgemini Polska
15	PKN Orlen
17	L'Oréal Polska
18	Bank Gospodarstwa Krajowego
19	Bayer
20	Accenture

Warsztat **strategiczny**

PROFESJONALISTA NA RYNKU PRACY

Zorganizujemy dla twojej firmy całodzienne lub kilkugodzinne warsztaty (w zależności od potrzeb) strategiczne poświęcone tematowi kandydatów na rynku pracy, na których [m.in.](#):

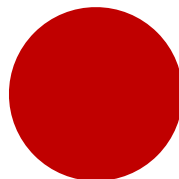
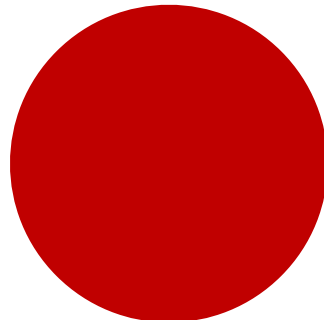
- Pokażemy najważniejsze trendy, które mają wpływ na markę pracodawcy.
- Dokonamy analizy danych zgromadzonych w raporcie.
- Wspólnie spojrzymy na najważniejsze cechy marki pracodawcy dla kandydatów posiadających doświadczenie zawodowe.
- Spojrzymy na zgromadzone opinie kandydatów na temat twojej marki.
- Przeanalizujemy kanały komunikacji, których używają kandydaci do zdobywania wiedzy o pracodawcach.
- Porozmawiamy o celach biznesowych organizacji i potrzebach rekrutacyjnych.
- Zidentyfikujemy najmocniejsze strony marki pracodawcy i zderzymy je z oczekiwaniami kandydatów.
- Poszukamy historii, które potwierdzą prawdziwość wybranych atrybutów.
- Inne elementy według indywidualnych potrzeb pracodawcy.

Warsztatowy charakter analizy pozwoli na zderzenie wyników badań z realiami biznesowymi i potrzebami grup kandydatów.

Forma warsztatu: online – zdalnie lub offline – warsztat w formie bezpośredniego spotkania w siedzibie Twojej firmy.

Kontakt i szczegóły: anna.macnar@hrminstitute.pl | 500 041 562

Cena: 4500 PLN netto



KONTAKT

Anna Macnar

anna.macnar@hrminstitute.pl | +48 500 041 562

HRM Institute | www.hrminstitute.pl

Employer Branding Summit www.ebsummit.pl

Blog HRM Institute

www.hrminstitute.pl/blog

Facebook HRM Institute

www.facebook.com/hrminstitute

Employer Branding Summit 2020

www.ebsummit.pl

Akademia Ekspertów EB

www.akademiaemployerbranding.pl/



dla kandydata

4.0

O rynku pracownika mówi się już od kilku lat. Badania pokazują, że prawie 50% pracodawców ma problem ze znalezieniem pracowników. Z drugiej strony ponad 50% kandydatów narzeka na jakość procesów rekrutacyjnych. W czym tkwi problem i czy istnieje rozwiązanie, które mogłoby pogodzić te dwie niezadowolone strony?

Czego oczekują kandydaci w procesie rekrutacji?

Przede wszystkim należy przyrzeć się obszarowi technologii - aż 80% firm ma nadal potencjał do automatyzacji. W procesie rekrutacji, automatyzacją można objąć aplikowanie na ofertę pracy oraz budowanie relacji z kandydatem.

1

Aplikowanie

Znajdź mnie

Skutecznie docieraj z ofertą do kandydatów - skorzystaj z automatycznej publikacji ogłoszeń - **multipostingu** oraz dywersyfikuj źródła **multisourcingiem**. Wykorzystaj Social Media, stwórz ciekawą kampanię, nie zapominaj o działaniach offline, zakładce kariera.

Prosto, łatwo, dostępne

Zrezygnuj z formularza aplikacyjnego z wieloma pytaniami selekcyjnymi - kandydaci oczekują możliwości aplikowania **bez cv, bez konieczności rejestracji**.

Mam pytanie

Daj kandydatowi możliwość **kontakty w momencie podejmowania decyzji** o zaaplikowaniu (komunikator, mail, telefon do rekrutera).

Czego — tak naprawdę oczekują kandydaci?

Niestety nadal brak informacji zwrotnej od rekruterów to częste zjawisko.

Wiemy, że wszystkie wspomniane wskazówki wymagają czasu, zarówno na wdrożenie, jak i stosowanie.

Aby móc spełnić wyżej opisane oczekiwania Kandydata 4.0, pracodawcy powinni przede wszystkim zainwestować w technologię (np. System do zarządzania rekrutacją - ATS), która wesprze rekruterów w codziennej pracy, uporządkuje proces, skróci czas podejmowania decyzji, ułatwi wyszukiwanie informacji o kandydatkach i zadba o ochronę danych osobowych (RODO).



Alina Michalek
Expert HR

alina.michalek@hrlink.pl

2 Budowanie relacji

Daj mi znać, że otrzymałeś moją aplikację

Podziękuj kandydatowi za złożoną aplikację i poświęcony czas, **poinformuj o etapach procesu**, czasie trwania i osobach biorących udział. Stawiaj na budowanie relacji i zaangażowania kandydata od pierwszego kontaktu!

Jeszcze jestem w procesie rekrutacyjnym?

Jeśli rekrutacja przebiega w kilku etapach, **pozostań w kontakcie z kandydatem** na każdym z nich. Informuj także czy nastąpiły jakiegokolwiek zmiany w organizacji procesu.

W sumie to nie wiem, czemu mnie odrzucili...

Dawanie negatywnej informacji zwrotnej jest jednym z najtrudniejszych aspektów pracy HR'owca. **W rekrutacji bardziej od efektu pierwszego wrażenia, liczy się efekt ostatniego wrażenia.** To ma ogromny wpływ na twoją markę i powodzenie w kolejnych poszukiwaniach.

Chcę podzielić się opinią

Kandydat też powinien mieć możliwość **przekazania nam feedbacku**, nawet jeśli nie jest dla nas pozytywny. Jeśli nie wiesz, co robisz źle, nie możesz tego poprawić.



EB Summit

NAJWAŻNIEJSZE WYDARZENIE EB W POLSCE!

10 września 2020 / WARSZAWA

Zapraszamy na najważniejsze wydarzenie
employer brandingowe w Polsce!

Zarezerwuj czas w kalendarzu!

www.ebsummit.pl

Rządzisz w EB?

Stań w szranki i sprawdź się!



Zgłoś projekt do konkursu
**Employer Branding
Excellence Awards**