



RYNEK ŚWIADCZEŃ POZAPŁACOWYCH

Rynek świadczeń pozapłacowych w Polsce dynamicznie się rozwija, odpowiadając na rosnące oczekiwania pracowników i wyzwania stojące przed pracodawcami. Coraz częściej benefity stają się nie tylko dodatkiem do wynagrodzenia, ale istotnym elementem strategii budowania zaangażowania, lojalności i dobrostanu zespołów. W raporcie „Rynek świadczeń pozapłacowych” prezentujemy najważniejsze trendy, dane i analizy, które pozwalają lepiej zrozumieć rolę benefitów w nowoczesnym środowisku pracy.



Benefits nie dla wszystkich

Benefits to dziś standard tylko w największych firmach. Otrzymują je pracownicy niemal wszystkich średnich firm (95 proc.) i jednocześnie tylko co drugiego mikroprzedsiębiorstwa (49 proc.), wynika z raportu enel-med „Łączy nas zdrowie. W MŚP”.

ALINA SMOLAREK
dyrektorka HR enel-med

DARIUSZ DUMA
prezes zarządu FBN Family Business Network Poland

Zarządzający MŚP wskazują konkretne powody, które utrudniają im wdrażanie benefitów: wysokie koszty świadczeń (28 proc.), rosnące wymagania zatrudnionych (24 proc.) oraz mniejszy dostęp do rozbudowanej oferty w porównaniu z korporacjami (19 proc.). MŚP widzą potencjał świadczeń pozapłacowych i pomimo wyzwań nie zamierzają stać z boku. W ciągu roku niemal dwa razy więcej organizacji planuje rozszerzyć swoją ofertę benefitową (27 proc.) niż ją ograniczyć (14 proc.).

Korporacje doskonale rozumieją, jak ważną rolę odgrywają benefits. Przy rekordowo niskim bezrobociu sięgają po

szeroki wachlarz świadczeń, by przyciągnąć i zatrzymać pracowników, co daje im realną przewagę nad sektorem MŚP. Tymczasem coraz więcej zarządzających w mniejszych firmach dostrzega, że konkurencja o talenty to nie tylko kwestia wynagrodzenia, a dodatki pozapłacowe mają realny wpływ na decyzje kandydatów i lojalność zespołu. Widzimy rosnącą liczbę zapytań z tego sektora. Firmy szukają nie tylko benefitów, ale przede wszystkim partnera, który przeprowadzi je przez cały proces wdrażania. To istotne zwłaszcza w przypadku firm, które nie mają rozbudowanych struktur HR. Jak pokazuje nasz raport, w niemal połowie MŚP za kwestie pracownicze odpowiada sam prezes i właśnie dla takich przedsiębiorców kompleksowe wsparcie operacyjne jest kluczowe.

Benefit to nie standard

Jak pokazują dane raportu enel-med „Łączy nas zdrowie.

W MŚP” najczęściej wybieranym świadczeniem w sektorze MŚP są prezenty świąteczne lub rocznicowe, które oferuje swoim pracownikom 24 proc. badanych firm. Na niemal równym poziomie plasuje się elastyczny czas pracy (23 proc.), który staje się wygodnym rozwiązaniem dla pracodawców





23%

FIRM Z SEKTORA
MŚP NIE OFERUJE
ŻADNYCH BENEFITÓW.

i realnym wsparciem dla zatrudnionych. Szkolenia, bony towarowe oraz dofinansowanie wypoczynku deklaruje po 16 proc. przedsiębiorców. Prywatna opieka medyczna pojawia się w ofercie tylko 15 proc. firm, a karta sportowa w 13 proc. Wśród mniej popularnych świadczeń znalazło się

zapewnienie darmowego transportu (10 proc.).

Warto zauważyć, że aż 23 proc. przedstawicielek i przedstawicieli mikro, małych i średnich przedsiębiorstw nie oferuje żadnych benefitów, co może wynikać z ograniczonych zasobów finansowych lub organizacyjnych. Kiedy wejdzie- ➤



DZIŚ BENEFITY TO NIE LUKSUS, ALE REALNE WSPARCIE W WALCE O TALENTY.

w praktyce okazują się benefity odpowiadające na realne potrzeby kadr: elastyczność pracy, rozwój kompetencji przyszłości i opieka zdrowotna.

Optymistyczna perspektywa

Wśród kluczowych wyzwań w zakresie wdrażania świadczeń pozapłacowych w sektorze MŚP najczęściej wskazywane są wysokie koszty przypadające na jednego pracownika (28 proc.) oraz rosnące oczekiwania pracowników, którzy coraz częściej oczekują rozbudowanych i kosztownych benefitów (24 proc.). Dodatkowo 19 proc. przedsiębiorców zwraca uwagę na istotną dysproporcję między możliwościami dużych firm a mniejszych organizacji. Korporacje w ich opinii mają dostęp do szerszej i korzystniejszej oferty świadczeń pozapłacowych.

Większość firm MŚP (59 proc.) nie ma sprecyzowanej strategii benefitowej na najbliższe 12 miesięcy, wynika z raportu enel-med. Wśród tych, które już ją określiły, przeważają optymistyczne scenariusze. 27 proc. przedsiębiorców planuje rozszerzyć ofertę benefitów pracowniczych, podczas gdy 14 proc. zamierza ją ograniczyć. Największą gotowość do inwestowania w świadczenia

my w szczególności, okazuje się, że im mniejsza firma, tym rzadziej oferuje benefity. Wśród średnich organizacji (50-249 zatrudnionych) ten odsetek wynosi 5 proc., w małych fir-

mach (10-49 zatrudnionych) 12 proc., a w mikrofirmach (do 9 pracowników) aż 51 proc.

Jeszcze do niedawna benefity pozapłacowe były przykrą koniecznością, stosowaną bez specjalnego przekonania. Dziś przedsiębiorcy dostrzegają korzyści z przemyślanej polityki benefitowej, bo jest ona podstawą walki o przyciąganie talentów z rynku i ich angażowanie w firmę. Właściciele firm rodzinnych regularnie pytają o benchmarking benefitów, ich skuteczność i dostosowanie do oczekiwań różnych pokoleń pracowników. Najskuteczniejsze

**PAKIETY MEDYCZNE
NADAL POZOSTAJĄ
JEDNYM
Z NAJBARDZIEJ
CENIONYCH
BENEFITÓW.**

pozapłacowe deklarują małe firmy, bo 39 proc. z nich planuje wzmocnić swoją ofertę benefitową, a tylko 13 proc. rozważa jej zmniejszenie. Również w średnich firmach przeważają pozytywne deklaracje (34 proc. na plus vs. 23 proc. na minus). Nastawienie do benefitów pozostaje najmniej optymistyczne wśród mikrofirm, gdzie niemal tyle samo przedsiębiorców planuje rozszerzyć ofertę świadczeń (7 proc.), co ją ograniczyć (6 proc.).

Z perspektywy dużej firmy wiemy, jak wiele korzyści przynosi dobrze zaplanowana polityka benefitowa. To realne wsparcie w budowaniu zaangażowa-

nia, lojalności i efektywności zespołu. Mniejsze firmy stają dziś przed wyzwaniem, gdyż nierzadko muszą konkurować o pracownika z korporacjami, a często brakuje im zasobów, takich jak czas czy możliwości operacyjne. Dlatego tak ważne jest, by świadczenia pozapła-

we były dostępne nie tylko dla wybranych, ale dla każdego, kto chce zadbać o swoich ludzi. W enel-med nie tylko dostarczamy benefity, ale również wspieramy firmy w ich wdrożeniu. Przygotowujemy gotowe rozwiązania, regulaminy, komunikację do pracowników i doradzamy, jak przeprowadzić zmianę z sukcesem. Często, kiedy rozmawiamy z osobami zarządzającymi mikro czy małych firm, widzimy ich zaskoczenie, że podobnie jak duże organizacje, także oni mogą liczyć na takie partnerstwo. A pakiety medyczne nadal pozostają jednym z najbardziej cenionych benefitów przez pracowników.

**W NIEMAL POŁOWIE
MŚP ZA KWESTIE
PRACOWNICZE
ODPOWIADA SAM
PREZES.**

reklama

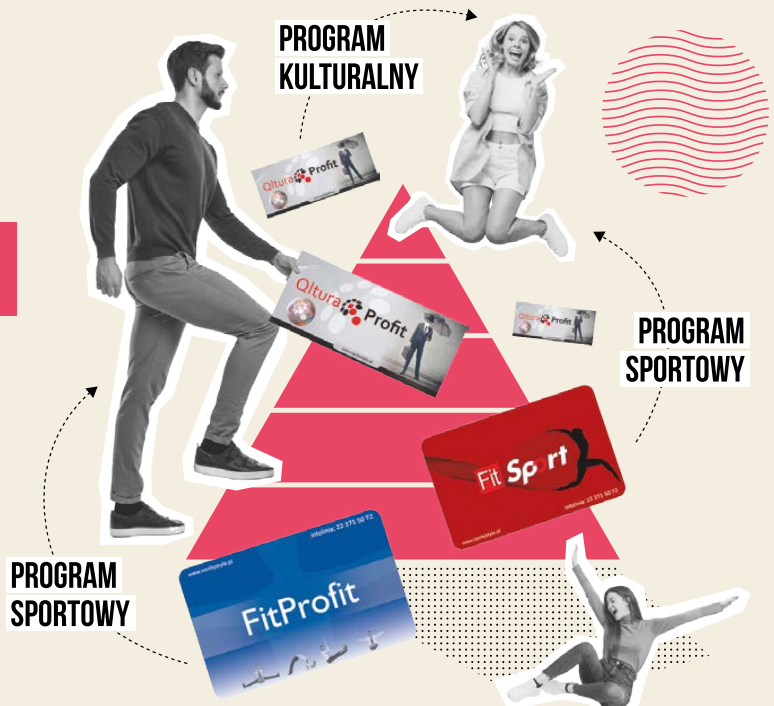
VANITYSTYLE
TIME FOR ACTION

BENEFITY POZAPŁACOWE.

**FUNDAMENT
ZAANGAŻOWANIA I SATYSFAKCI
TWOJEGO PRACOWNIKA.**



Sprawdź naszą ofertę
i rozwiązania dopasowane
do małych i dużych firm.
www.vanitystyle.pl



Dopłaty do transportu coraz bardziej porządane

Pracownicy coraz częściej oczekują wsparcia od pracodawców w pokrywaniu kosztów podróży. Chodzi m.in. o dopłaty do paliwa, biletów komunikacji miejskiej czy usług przewozowych. Obecnie benefity mobilnościowe oferuje 9 proc. firm – wynika z badania Bolt Business. Raport wskazuje również, że ponad połowa Polaków dojeżdża do pracy samochodem, spędzając w nim co najmniej pół godziny dziennie.

Z naszych badań jasno wynika, że podstawowym środkiem transportu jest samochód, którego koszty utrzymania są oczywiście wysokie. Dla zobrazowania – w Polsce dojazd do pracy dla przeciętnego Kowalskiego to 137 zł, czyli tyle, ile wynosi przykładowy rachunek kilkudniowych zakupów spożywczych lub rachunek za internet – mówi Magda Frątczak, senior country sales manager w Bolt Business w Polsce. – Koszty tych dojazdów są znacząco różne w poszczególnych krajach. Polska wyszła jako najtańsza wśród wszystkich analizowanych rynków, a najdroższa okazała się Słowacja. Pomiędzy nimi znalazły się Czechy oraz Rumunia.

Preferujemy dojazd samochodem

Z badania przeprowadzonego przez Minds & Roses dla Bolt Business w Polsce, Czechach, Rumunii i Słowacji wynika, że

samochód pozostaje najczęściej wybieraną formą transportu do pracy w każdym z badanych krajów. W Polsce korzysta z niego 55 proc. respondentów.

– Istotne jest to, że wiele osób, oprócz codziennych dojazdów do biura, wykorzystuje auto także do załatwienia codziennych spraw, co powoduje, że spędza w nim co najmniej 30 minut dziennie – podkreśla Magda Frątczak.

Pytani o to, co lubią, a czego nie lubią w dojazdach, respondenci w poszczególnych krajach wskazywali różne szczegóły, ale wyraźnie pojawiły się pewne wzorce. Wśród korzyści najczęściej wymieniano: czas na refleksję (35 proc.), element codziennej rutyny (34 proc.) oraz czas na relaks (33 proc.). Z kolei najczęściej wskazywane frustracje to korki (40 proc.), koszty (32 proc.) i tłok w komunikacji (30 proc.).

Poziom satysfakcji z dojazdów jest dość wysoki – deklaruje

go około 2/3 badanych. Problemem pozostaje jednak jakość i komfort podróży. Szczególnie wyraźne różnice widać między osobami z centrów miast a tymi dojeżdżającymi z obrzeży i terenów wiejskich, gdzie satysfakcja spada do 58 proc.

– Prawie 40 proc. pracowników w każdym z krajów chciałoby mieć benefit dotyczący mobilności, czyli formę rekompensaty ze strony pracodawcy zarówno za czas, jak i koszty dojazdu do biura. Co istotne, jedynie 9 proc. firm w Polsce jest w stanie zaoferować taki benefit – zauważa przedstawicielka Bolt Business.

Benefity mobilnościowe

Choć ponad połowa pracowników (53 proc.) nie musi codziennie pojawiać się w biurze, dopłaty do transportu są najczęściej wskazywanym benefitem, który mógłby ich zachęcić do częstszej obecności – zadeklarowało to 48 proc. respondentów. Z kolei 36 proc. wskazało budżet

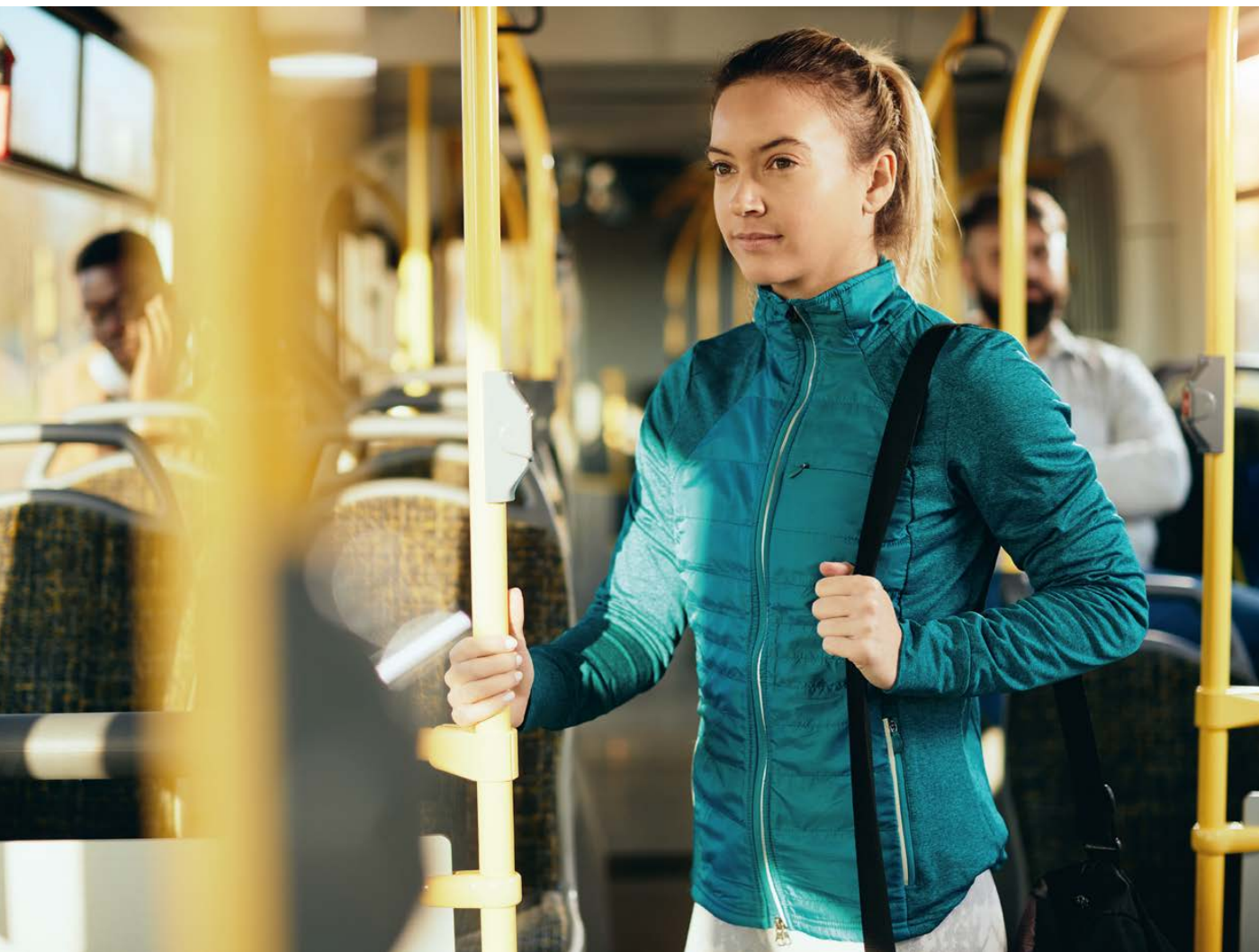
na dojazdy jako jeden z najatrakcyjniejszych benefitów pracowniczych. W praktyce chodzi głównie o zwrot kosztów paliwa

**PRAKTYKA POKAZUJE,
ŻE SYSTEM BENEFITÓW
MOBILNOŚCIOWYCH
NIEMUSI BYĆ
SKOMPLIKOWANY.
MÓWIMY TUTAJ
O PROSTYCH
ROZWIĄZANIACH.**

i transportu publicznego. Oczekiwane dopłaty miesięczne do dojazdów wynoszą średnio 177 zł. – Praktyka pokazuje, że system benefitów mobilnościowych nie musi być skomplikowany. Mówimy tutaj o prostych rozwiązaniach – może to być dofinansowanie do paliwa, bilet miesięczny na komunikację publiczną albo budżet w aplikacji mobilnej, który pracownik wykorzystuje w najbardziej dogodny dla siebie sposób – wskazuje Magda Frątczak. – Z naszego badania ewidentnie wynika, że benefity mobilnościowe są jednym z najsilniejszych czynników budujących lojalność pracowni-

ków. Ponad 1/3 respondentów uznała je za najatrakcyjniejsze. To pokazuje, jak duża jest przestrzeń do poprawy i potencjał dla firm, które zdecydują się na taki krok.

Dla najmłodszych pracowników (18–24 lata) szczególnie atrakcyjne są usługi przewozowe, takie jak Bolt – wskazało je 28 proc. badanych. W tej grupie wiekowej, obejmującej osoby rozpoczynające kariery w czasie pandemii, oczekiwania dotyczące benefitów mobilnościowych są szczególnie silne. Możliwość korzystania z takiego wsparcia znacząco wpływa na ich satysfakcję z pracy. JSz





Nowe standardy dotyczące dofinansowania posiłków pracowniczych

Zakład Ubezpieczeń Społecznych oficjalnie przyjął katalog standardów regulujących zasady dofinansowania posiłków pracowniczych. Nowe rozwiązania upraszczają formalności po stronie pracodawców, a dla pracowników oznaczają realne wsparcie domowego budżetu. Świadczenia żywieniowe mogą być wyłączone ze składek ZUS do kwoty 450 zł miesięcznie, pod warunkiem wdrożenia określonych procedur.

O zmianach w prawie do praktycznych wytycznych

We wrześniu 2025 r. limit zwolnienia z oskładkowania ZUS został podniesiony z 300 do 450 zł miesięcznie. Rozszerzono również katalog miejsc, w których pracownicy mogą korzystać z do-

finansowania – nie tylko punkty gastronomiczne, ale także sklepy spożywcze. Choć rynek pracy przyjął te zmiany z entuzjazmem, w praktyce przez wiele miesięcy brakowało jasnych wskazówek, jak stosować nowe przepisy. Problemem były także niejednoznaczne interpretacje, które blo-

kowały firmy przed wdrożeniem świadczenia na szerszą skalę. Przedstawiciele organizacji pracodawców i związków zawodowych proponowali m.in., aby regulamin pracodawcy oraz oświadczenie pracownika o jego przestrzeganiu stanowiły wystarczające dowody prawi-

dłowego korzystania z kart żywieniowych i podstawę do zwolnienia świadczeń z ZUS.

Efekt dialogu społecznego

Dzięki apelom Federacji Przedsiębiorców Polskich, Ogólnopolskiego Porozumienia Związków Zawodowych, Pracodawców RP, Forum Związków Zawodowych oraz Konfederacji Lewiatan, ZUS zatwierdził nowe wytyczne.

– Po miesiącach współpracy wypracowano standardy, które z jednej strony pozwalają pracownikom i pracodawcom w bezpieczny sposób korzystać z dofinansowania posiłków poprzez wdrożenie odpowiednich regulaminów i stosowanie określonych produktów, a z drugiej umożliwiają wyłączenie ze składki ZUS do 450 zł. To bardzo ważne, ponieważ przepis przekłada się na optymalizację fiskalną po stronie pracodawcy i jest pewnego rodzaju zachętą, która sprawia, że środki obrotowe, które pracodawca może, a nie musi przekazać na dofinansowanie posiłków, znajdują się na rynku – tłumaczy Arkadiusz Rochala, dyrektor generalny Pluxee Polska.

Minimum formalności, maksimum korzyści

Nowe regulacje redukują obowiązki administracyjne. Pracodawca musi jedynie wdrożyć zatwierdzony regulamin i odebrać oświadczenia od pracowników. Środki są wykorzystywane wyłącznie w sieci partnerskiej – w punktach gastronomicznych i sklepach spożywczych – i tylko na posiłki zgodne z celem świadczenia.

Większość obowiązków administracyjnych przenosi się na wydawcę kart.

– Przedsiębiorca i pracownik nie muszą zbierać i archiwizować paragonów, jeśli korzystają z kart, które obowiązują w sieci kontraktualnej składającej się z punktów gastronomicznych i spożywczych, w których pracownik może kupić posiłek. Umowa między wydawcą karty

NOWE REGULACJE REDUKUJĄ OBOWIĄZKI ADMINISTRACYJNE. PRACODAWCA MUSI JEDYNIĘ WDROŻYĆ ZATWIERDZONY REGULAMIN I ODEBRAĆ OŚWIADCZENIA OD PRACOWNIKÓW.

a sklepem spożywczym określa, że środki z tej karty mogą być wydane tylko na posiłki. Tym samym z jednej strony adresujemy potrzebę ZUS poprzez właściwe użycie i nakierowanie na dofinansowanie posiłków, z drugiej strony zapewniamy bezpieczne rozwiązanie i ściągamy dodatkową pracę administracyjną z pracodawców – przekonuje dyrektor generalny Pluxee Polska.

Nowy impuls dla rynku benefitów

Zdaniem ekspertów, zatwierdzenie standardów to przełom,

który może istotnie przyspieszyć rozwój rynku dofinansowania posiłków i zachęcić firmy do oferowania tego świadczenia. Z wycień Pluxee wynika, że dzięki zwolnieniu ze składek ZUS, firma i pracownik mogą zaoszczędzić nawet ponad 2 tys. zł rocznie na osobę.

– Jest to również istotne z perspektywy prospołecznej, ponieważ regularne jedzenie i spożywanie posiłków w pracy to forma profilaktyki zdrowotnej. A zdrowsze społeczeństwo oznacza mniej zwolnień z pracy. A trzeba pamiętać, że Polacy ciągle jedzą bardzo dużo kanapek – mówi Arkadiusz Rochala.

Co na to pracownicy?

Badania potwierdzają, że dla zatrudnionych dofinansowanie posiłków to atrakcyjny benefit. Z raportu Pluxee „Benefit Trendbook 2025” wynika, że:

- 88 proc. pracowników wskazuje benefity finansowe jako najbardziej pożądane,
- 81 proc. uznaje dofinansowanie posiłków za atrakcyjny świadczenie,
- 77 proc. ocenia, że takie wsparcie realnie odciąża budżet domowy.

– Jestem przekonany, że wypracowane rozwiązania sprawdzą się na naszym rynku, podobnie jak od wielu lat sprawdzają się na rynkach Europy Zachodniej i Wschodniej. Cieszę się, że strona społeczna i ZUS dostrzegły pragmatyzm rozwiązania, ale też skorzystały z zagranicznych inspiracji – podkreśla Arkadiusz Rochala.

JSz

O lojalności decyduje pensja i elastyczność

Pokolenie Z wchodzi na rynek pracy w trudnym czasie – liczba ofert dla początkujących sukcesywnie spada, a wymagania wobec kandydatów rosną szybciej niż ich szanse na zdobycie doświadczenia. Zamiast spokojnego startu kariery, młodzi często trafiają do pracy na krótko i szybko ją zmieniają. Z raportu Randstad o pokoleniu Z w pracy wynika też, że w tym samym czasie technologia, zwłaszcza sztuczna inteligencja, staje się dla Zetek naturalnym narzędziem rozwoju, choć dla niektórych grup pracowników z tego pokolenia dostęp do szkoleń z jej zakresu wciąż pozostaje ograniczony.

MARZENA MILINKIEWICZ
dyrektor zarządzająca Randstad
Polska

Mniejsza liczba ofert na początkujące stanowiska przyspiesza rotację i skraca staż pracy

Od stycznia 2024 r. liczba ofert pracy na początkujących stanowiskach (0-2 lata doświadczenia) zmniejszyła się o 29 proc. w skali globalnej. To wyrażenie wyższy spadek niż w przypadku stanowisk wymagających od 3-5 lat doświadczenia (14 proc.) i 6-9 lat doświadczenia (4 proc.). Ten trend na początkujących stanowiskach jest szczególnie widoczny w sektorze technologii (35 proc.), w logistyce (25 proc.) i finansach (24 proc.). Różnica w zapotrze-

bowaniu branży technologicznej między pracownikami na poziomie juniorskim a seniorskim wynosi 37 proc., natomiast w sektorze finansów 30 proc.

Trend spadkowy przełamuje sektor opieki zdrowotnej, w którym liczba ofert dla początkujących wzrosła o 13 proc. To efekt braków kadrowych w placówkach medycznych, głównie na stanowiskach opiekuńczych i technicznych, w tym wśród pielęgniarek, asystentów i techników radiologów.

Średni staż pracy pokolenia Z w jednym miejscu w ciągu pierwszych pięciu lat kariery wynosił zaledwie 1,1 roku, podczas gdy u mileniśców było to 1,8 lat, a u pokolenia X prawie 3 lata. Tylko 11 proc. przedstawicieli pokolenia Z deklaruje chęć pozostania w obecnej organizacji na dłużej niż rok. 41 proc. Zetek z Polski (globalnie co trzeci bada-

ny z pokolenia Z) planuje w ciągu roku zmienić pracę. Krótszy staż oznacza, że pracodawcy mają mniej czasu na wdrożenie i rozwój talentu, a młodzi pracownicy szybciej oceniają niedopasowanie między oczekiwaniami a rzeczywistością zawodową.

58 proc. Zetek wskazuje zbyt niskie wynagrodzenie jako główny powód rezygnacji już w pierwszym roku zatrudnienia. Kolejne bariery to brak elastyczności (38 proc.) oraz brak perspektywy rozwoju (35 proc.). Jednocześnie tylko 16 proc. młodych deklaruje, że szkolenia to kluczowy czynnik retencji.

Zetki pewne siebie w rozwoju, niepewne w możliwościach zatrudnienia
Choć aż 82 proc. przedstawicieli pokolenia Z uważa, że szybko się uczy, to niemal połowa z nich (38 proc.) spotyka się z odrzuce-



niem w rekrutacji z powodu braków kompetencyjnych. Wyzwania pokolenia Z nie są takie same dla wszystkich jego przedstawicieli. Brak odpowiednich umiejętności jest powodem odrzucania kandydatów w podobnym stopniu zarówno w pracy biurowej, jak i fizycznej. Jednak mężczyźni częściej zgłaszają taki problem niż kobiety.

34 proc. przedstawicieli pokolenia Z w Polsce deklaruje, że nie ma pewności, czy znajdzie inną pracę. Taką obawę wyraża 35 proc. milenialsów, 41 proc. pokolenia X i 30 proc. pokolenia baby boomers. Zetki w Polsce mają większe poczucie szans na rynku pracy niż w innych krajach. Globalna średnia sięga 41 proc.

Równocześnie 36 proc. badanych z pokolenia Z w Polsce

**TO, ŻE LICZBA OFERT
NA POCZĄTKU JĄCYCH
STANOWISKACH
GWAŁTOWNIE SPADŁA,
OZNACZA NIE TYLKO
WIĘKSZĄ KONKURENCJĘ
DLA MŁODYCH
KANDYDATÓW, ALE
TAKŻE REALNĄ ZMIANĘ
W STRATEGIACH ROZ
WOJOWYCH FIRM.**

obawia się, że przeszkodą dla ich wymarzonej kariery może być brak odpowiedniego wykształcenia (na świecie twierdzi tak 41 proc. badanych Zetek). Natomiast 28 proc. badanych twierdzi, że ich cechy demo-

graficzne lub sytuacja rodzinna utrudniają realizację wymarzonej kariery. I pod tym względem Pokolenie Z w Polsce jest też w lepszej sytuacji niż w innych krajach, bo globalnie takie obawy przejawia 40 proc. badanych. To, że liczba ofert na początkujących stanowiskach gwałtownie spadła, oznacza nie tylko większą konkurencję dla młodych kandydatów, ale także realną zmianę w strategiach rozwojowych firm. Pracodawcy, którzy ograniczają zatrudnianie na poziomach juniorskich, pozbawiają się w praktyce naturalnego źródła nowych talentów. W dłuższej perspektywie będzie to prowadzić do pogłębienia luki kompetencyjnej, ponieważ firmy nie będą w stanie zastąpić doświadczonych pracowników młodszymi, odpowiednio przeszkolonymi ➤



osobami. Dodatkowym ryzykiem jest spadek zaangażowania – jeśli młodzi ludzie już na początku drogi zawodowej napotykają bariery, to tracą wiarę we własne możliwości, co może zniechęcać ich do długofalowego planowania rozwoju. Dlatego przedsiębiorstwa powinny przemyśleć politykę zatrudniania. Nawet jeśli obecnie wolą pracowników z doświadczeniem, warto równolegle tworzyć programy rozwojowe, które pozwolą w relatywnie krótkim czasie przygotować młodych do samodzielnej pracy.

Kompromisy Zetek

– akceptują pracę nieidealną dziś, a jednocześnie szukają lepszej na przyszłość

52 proc. młodych osób w Polsce deklaruje, że obecna praca

nie odpowiada ich wymarzonej ścieżce kariery i stanowi to najwyższy odsetek wśród wszystkich pokoleń, a ponad jedna trzecia (37 proc.) już żałuje wyboru branży. Jednocześnie aż 2 na 3 Zetki przyznają, że podjęłyby pracę niezgodną z osobistymi wartościami, jeśli wynagrodzenie i benefity byłyby atrakcyjne. W badaniu zrealizowanym przez Randstad 54 proc. Zetek w Polsce twierdzi, że pracuje efektywnie, a 52 proc. czuje się w pełni zaangażowanych. To wyniki wyraźnie niższe niż w innych krajach, a jednocześnie niepokojącym sygnałem dla pracodawców jest fakt, że 54 proc. przedstawicieli generacji regularnie przegląda oferty pracy. Niedobór ofert dla początkujących może wyjaśniać, dlaczego pokolenie

**PRZEDSIĘBIORSTWA
POWINNY PRZEMYŚLEĆ
POLITYKĘ ZATRUDNIANIA.
NAWET JEŚLI OBECNIE
WOLĄ PRACOWNIKÓW
Z DOŚWIADCZENIEM,
WARTO RÓWNOLEGLE
TWORZYĆ PROGRAMY
ROZWOJOWE, KTÓRE
POZWOLĄ W RELATYWNIE
KRÓTKIM CZASIE
PRZYGOTOWAĆ MŁODYCH
DO SAMODZIELNEJ
PRACY.**

Z rzadziej pracuje na pełny etat – w Polsce pracuje tak 48 proc. badanych z tej grupy, podczas gdy średnia dla wszystkich pokoleń to 60 proc., a wśród mileniśców i pokolenia X wynosi odpowiednio 71 proc. i 77 proc. Ten trend widać we wszystkich badanych krajach. Jednocześnie model jednego etatu zdecydowanie rzadziej uznawany jest za optymalny przez pracowników z pokolenia Z. 28 proc. Zetek mówi, że ich celem jest taki tryb pracy. Młodzi często preferują rozwiązania hybrydowe w postaci łączenia etatu z działalnością dodatkową (22 proc.) lub inne formy, jak samozatrudnienie (15 proc.).

Ekscytacja technologią vs. ograniczony dostęp do szkoleń z AI

Zetki to jednocześnie najbardziej technologiczne pokolenie – największy odsetek spośród wszystkich generacji wiąże się z sektorem technologicznym od razu po studiach (12 proc.). Dla porównania wśród mileniśców, pokolenia X i baby boomers to od 6 do 9 proc.

51 proc. Zetek w Polsce już dziś korzysta z AI w pracy i to najwyższy odsetek wśród wszystkich pokoleń oraz większy niż globalna średnia (48 proc.). Ponad połowa wyraża entuzjazm wobec możliwości tej technologii. Jednocześnie jednak w Polsce relatywnie niski odsetek młodych talentów uczestniczył w ostatnim roku w szkoleniach z zakresu AI. Deklaruje tak 35 proc. badanych. W większości badanych krajów ten wynik jest wyższy. Korzystanie z narzędzi AI stanowi popularną formę nauki dla

76 proc. Zetek w Polsce. Dla porównania: 93 proc. uczestniczy w szkoleniach w miejscu pracy, 82 proc. uczy się od współpracowników, 79 proc. korzysta z kursów online, a 79 proc. zdobywa wiedzę w popularnych platformach wideo takich, jak YouTube i TikTok. Zetki wy-

MOBILNOŚĆ POLSKICH ZETEK POKA JUŻE, ŻE MŁODZI NIE BOJĄ SIĘ EKSPERYMENTOWAĆ I TRAKTUJĄ RYNEK PRACY JAK LABORATORIUM KARIERY. FIRMY, KTÓRE NADAL BAZUJĄ NA TRADYCYJNYCH STRUKTURACH I DŁUGOTRWAŁYM WDRAŻANIU PRACOWNIKÓW, MOGĄ NIE NADAŻYĆ ZA CHOCZEKIWANIAM.

rażnie doceniają nowe sposoby pozyskiwania umiejętności, bo z jednej strony deklarują, że rozwój zawodowy jest dla nich ważny, ale z drugiej – tylko 16 proc. na tyle ceni tradycyjne szkolenia oferowane przez pracodawców, że są one w stanie powstrzymać ich rotację.

Rotacja Zetek rośnie – o lojalności decyduje pensja i elastyczność

Polskie pokolenie Z charakteryzuje mobilność zawodowa. 38 proc. badanych odchodzi

z pracy nie doczekując w niej rocznicy zatrudnienia. Wśród 15 badanych krajów polskie Zetki znalazły się na drugim miejscu (41 proc.) – zaraz po Kanadzie – jeśli chodzi o plany odejścia z pracy już po roku. Zaledwie 11 proc. badanych zamierza pozostać w firmie na dłużej.

Najczęściej wskazywanym przez Zetki z Polski powodem odejścia w pierwszym roku jest zbyt niskie wynagrodzenie – tak deklaruje 58 proc. respondentów, ale też brak elastyczności czasu pracy (38 proc.) i brak możliwości rozwoju kariery (35 proc.). W porównaniu z innymi krajami młodzi Polacy częściej odczuwają potrzebę zmiany branży, co skłania 29 proc. z nich do rezygnacji z dotychczasowej pracy (w skali globalnej odsetek ten wynosi 23 proc.).

Mobilność polskich Zetek pokazuje, że młodzi nie boją się eksperymentować i traktują rynek pracy jak laboratorium kariery. Firmy, które nadal bazują na tradycyjnych strukturach i długotrwałym wdrażaniu pracowników, mogą nie nadażyć za ich oczekiwaniami. A z drugiej strony ich mobilność stwarza szansę przyciągnięcia talentów, pod warunkiem, że mamy plan, jak odpowiedzieć na ich potrzeby. Warto jednak dostosować swoje zatrudnienia do Zetek, bo to pokolenie, które jest otwarte na rozwój, choć inaczej widzi sposób zdobywania wiedzy. Wymaga to m.in. dostosowania programów i platform edukacyjnych. W miejsce klasycznych szkoleń, pokolenie Z zdecydowanie częściej widziałoby kursy online i krótkie filmy instruktażowe.