

A woman with long brown hair and glasses is holding a tablet computer. She is wearing a light blue blouse and a necklace. The background shows a blurred office environment with other people working.

pracuj.pl

Cyfrowa ewolucja kariery Technologie w pracy w oczach Polaków

Raport Pracuj.pl

Cyfryzacja jest wszędzie



Rafał Nachyna

Dyrektor Zarządzający Pracuj.pl

W dyskusji na temat technologii w kontekście pracy bardzo często skupiamy się na branży IT i jej kandydatach. Oczywiście rozwój tego sektora to jeden z kluczowych tematów dla przyszłości gospodarki, w tym perspektyw wzrostu po zakończeniu pandemii koronawirusa. A jednak gdzieś w tle, wciąż zbyt cicho toczy się równie ważna, a może nawet ważniejsza debata. Mowa w niej o kompetencjach cyfrowych Polaków. Znaczenie tej dyskusji wykracza daleko poza ściśle rozumianą branżę nowych technologii. Dotyczy ona bowiem każdego z nas.

Pracodawcy, rekruterzy, kandydaci i eksperci przerzucają się kolejnymi ekscytującymi statystykami o branży IT. Trwają nieustanne dyskusje o rosnących płacach, stabilnej pozycji branży IT mimo wybuchu pandemii, coraz większej luce w dostępie do kandydatów. Trudno się temu dziwić – sami wielokrotnie podkreślaliśmy w swoich opracowaniach, że choć specjaliści ICT stanowią około 3,5% siły roboczej w Polsce, kierowanych jest do nich aż 14% ofert pracy na Pracuj.pl.

Jednocześnie jednak technologie to część codziennego życia zawodowego większości z nas – nie tylko informatyków, ale także pracowników biurowych, specjalistów w różnych dziedzinach, fachowców pracujących fizycznie. Do wykonywania pracy używamy smartfonów, laptopów i specjalistycznego oprogramowania. Do naszej codzienności w biurach i miejscach pracy przeniknęły na dobre media społecznościowe, a technologia wpływa na relacje ze współpracownikami. Coraz odważniej wykorzystujemy sztuczną inteligencję do wsparcia rekrutacji, a sieć – do szukania pracy.

W którą stronę nie spojrzymy, tam dostrzegamy jedno: rosnącą rolę kompetencji cyfrowych i w niemal wszystkich obszarach i specjalizacjach na rynku pracy. To także dlatego zdecydowaliśmy się przygotować raport Pracuj.pl „Cyfrowa ewolucja kariery”, w którym eksperci Pracuj.pl przyglądają się naszemu codziennemu życiu z technologiami. Sprawdzamy, jak Polacy oceniają dziś i jutro cyfryzującego się rynku pracy, swoje kompetencje i codzienne nawyki związane z wykorzystywaniem technologii.

Z odpowiedzi respondentów wyłania się ciekawy, niejednoznaczny i różnorodny obraz postaw Polaków w obliczu przełomów technologicznych – nie tylko tych najgłośniejszych, ale także milionów drobnych zmian mających miejsce codziennie w naszych miejscach pracy. Raport pokazuje także, że wciąż czeka nas wiele pracy w obszarze szkolenia i zwiększania biegłości cyfrowej Polaków. Zachęcam Państwa do dokładnego przyjrzenia się wynikom badań Pracuj.pl, które pokazują wiele twarzy cyfryzacji życia zawodowego.

Zapraszam do lektury!

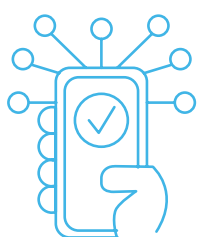
Spis treści:

→	Komentarz Rafała Nachyny	2
→	Najważniejsze ustalenia raportu	4
→	Kompetencje cyfrowe w oczach Polaków	6
→	Wpływ technologii na rynek pracy	10
→	Media społecznościowe i urządzenia w pracy	16
→	Technologie i rekrutacja online	24
→	Sztuczna inteligencja w rekrutacji	29
→	Kursy i szkolenia online	34
→	Osoby 45+ i technologie w pracy	38
→	the:protocol – nowy serwis od Pracuj.pl	45
→	O raporcie	46

Najważniejsze ustalenia

Raport „Cyfrowa ewolucja kariery. Technologie w pracy w oczach Polaków” poświęcony jest równym aspektom cyfryzacji naszego codziennego życia zawodowego. To cenne spojrzenie na to, jak Polacy korzystają w pracy z technologii, rozwiązań cyfrowych czy mediów społecznościowych, jak postrzegają własne kompetencje w tym obszarze, a także jakie opinie przyjmują wobec rozwoju nowych urządzeń i oprogramowania. Poniżej zwracamy uwagę na kilka zjawisk omawianych szerzej w raporcie.

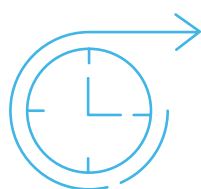
Kompetencje cyfrowe czyli... sprzeczne opinie:



67%

Polaków ocenia pozytywnie swoje kompetencje cyfrowe. Jednocześnie jednak 44% stwierdza, że zbyt niskie zdolności techniczne mogą być dla nich trudnością na rynku pracy.

Świadomi wyzwań przyszłości:



66%

Polaków uważa, że kompetencje cyfrowe będą coraz ważniejsze na rynku pracy, a 72% - że rozwój technologii będzie zmuszał pracowników do coraz częstszego nabywania nowych umiejętności.

Pozytywny wpływ technologii na rynek pracy:



71%

Polaków ocenia pozytywnie wpływ technologii na rynek pracy. Najczęściej doceniany jest wzrost dostępu do pracy z dowolnego miejsca i do nowych narzędzi pracy, a także łatwiejsze prowadzenie komunikacji z klientami i współpracownikami.

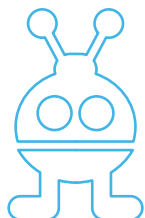
Social media w pracy przestają być tabu:



2 na 3

korzysta z mediów społecznościowych w godzinach pracy, ale tylko 15% wyłącznie do celów służbowych. Na czele kanałów używanych do celów zawodowych znajdują się Facebook i Youtube.

Sztuczna inteligencja nie zawsze odstrasza:



36%

badanych aplikowałoby mniej chętnie na ofertę, w której rekrutację przeprowadzałyby sztuczna inteligencja. Niechęć wobec AI rośnie jednak wraz ze strategicznym poziomem podejmowanych przez nią decyzji.

Szukanie pracy online – także w social media:



9 na 10

Polaków wykorzystuje przy szukaniu pracy internet i smartfony. Wśród rekrutacyjnych narzędzi online wciąż najbardziej popularne wśród kandydatów pozostają serwisy z ofertami pracy (72% badanych), a na podium znalazły się także media społecznościowe (54%).

Kursy i szkolenia online mile widziane:



62%

Polaków jest bardziej chętnych do aplikowania o pracę, jeśli pracodawca oferuje dostęp do szkoleń i kursów online. 37% Polaków nigdy nie uczestniczyło w takim szkoleniu.

Czytaj dalej, by dowiedzieć się więcej!

Źródło:

Badanie Pracuj.pl "Cyfrowa ewolucja kariery", n= 1051.



Kompetencje cyfrowe w oczach Polaków

Polacy stosunkowo wysoko oceniają swoje zawodowe kompetencje cyfrowe. Choć spora część z badanych uważa, że sprawnie korzystają z technologii w pracy, ich opinie różnią się z ocenami ekspertów m.in. Komisji Europejskiej. Badania pokazują jednak, że rosnąca liczba przekazów o wpływie technologii na rynek pracy wpływa na świadomość pracujących Polaków, dotyczącą zachodzących zmian.



Z tej sekcji dowiesz się, że...

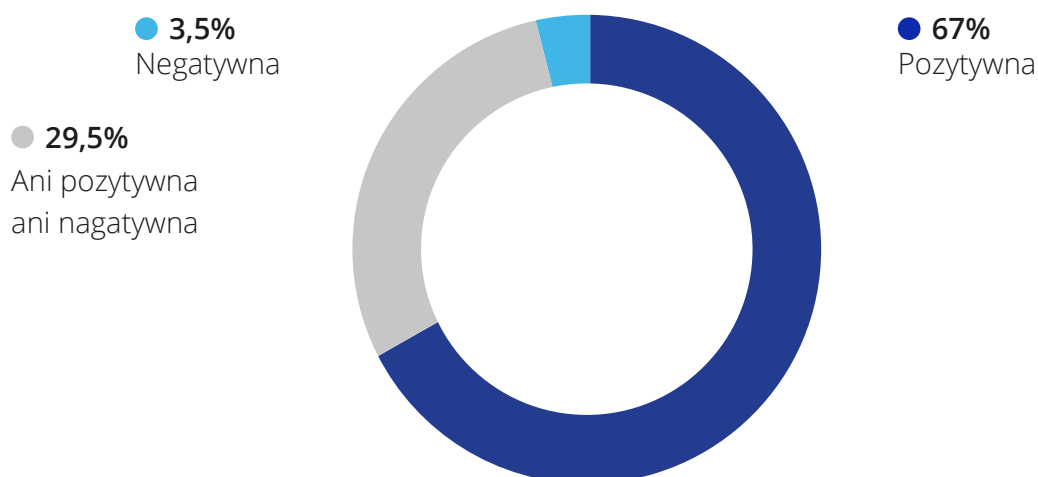
- Większość Polaków pozytywnie ocenia swoje zawodowe kompetencje cyfrowe, ale znaczna część jednocześnie uważa, że zbyt niskie umiejętności technologiczne mogą być dla nich problemem przy szukaniu nowej pracy.
- Większość Polaków uważa, że w najbliższej przyszłości kompetencje cyfrowe będą odgrywać coraz ważniejszą rolę przy decyzjach o awansach i podwyżkach.
- Tylko nieco ponad co trzeci badany uważa, że w procesie edukacji szkolnej otrzymał wiedzę, jak korzystać z narzędzi cyfrowych.

Kompetencje cyfrowe – czyli co

Kompetencje cyfrowe to jeden z najczęściej powtarzanych terminów we współczesnej dyskusji o rynku pracy. Niewątpliwie zdolność ich skutecznego kształcenia, motywowania pracowników do szkolenia się, a także uwzględnienie ich w strategiach będzie w przyszłości wpływać na perspektywy rozwoju poszczególnych osób, firm, a nawet państw.

Jak jednak właściwie można rozumieć termin „kompetencje cyfrowe”? Na potrzeby badania Pracuj.pl określiliśmy je jako zdolność do sprawnego wykorzystywania technologii, m.in. urządzeń, internetu, programów – w codziennym życiu, pracy, nauce czy czasie wolnym”. Poprosiliśmy badanych o ocenę tej dziedziny w kontekście swojego życia zawodowego.

Ocena własnych kompetencji cyfrowych w pracy



Źródło:

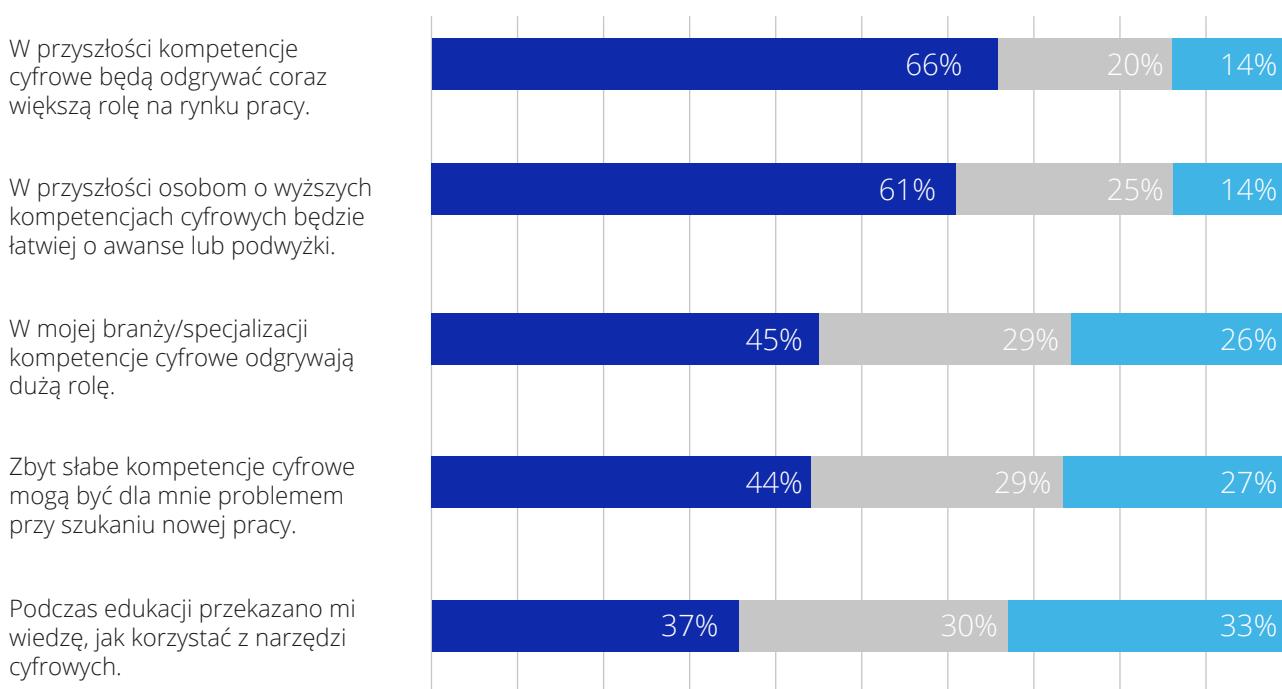
Badanie Pracuj.pl „Cyfrowa ewolucja kariery”, n = 1051, grupa reprezentatywna dla populacji osób czynnych zawodowo w wieku 18-65.

Sprzeczne oceny cyfrowej biegłości

Ponad 2/3 badanych Polaków (67%) badanych przez Pracuj.pl ocenia pozytywnie swoje kompetencje cyfrowe. Kolejne 30% ocenia je średnio, a tylko 4% - negatywnie. Odpowiedzi respondentów są zaskakujące w świetle badań Komisji Europejskiej, zgodnie z którymi Polska zajęła dopiero 22. miejsce w Unii Europejskiej pod kątem udziału obywateli posiadających podstawowe kompetencje cyfrowe (czytaj więcej na ten temat w ramce).

Co interesujące, w badaniu Pracuj.pl zdecydowanie pozytywną ocenę wystawiali sobie częściej mężczyźni (26%) niż kobiety (19%). Ponadto ocena tego typu kompetencji nie różniła się znacząco w poszczególnych pokoleniach. Mimo pojawiających się głosów o wykluczeniu cyfrowym starszego pokolenia w pracy, subiektywne odczucia Polaków w tym względzie nie były silnie uzależnione od wieku.

Polacy o wpływie kompetencji cyfrowych na karierę i pracę



- Zgadzam się
- Ani się zgadzam, ani nie zgadzam
- Nie zgadzam się

Źródło:
Badanie Pracuj.pl „Cyfrowa ewolucja kariery”, n = 1051,
grupa reprezentatywna dla populacji osób czynnych
zawodowo w wieku 18-65.

Warto zauważyć, że mimo stosunkowo wysokiej oceny własnych kompetencji cyfrowych aż 44% badanych zgadza się z tezą, że ich zbyt niski poziom może stanowić dla nich problem przy szukaniu nowej pracy. Co więcej, tylko nieco ponad 1/3 respondentów uważa, że podczas edukacji przekazano im wiedzę, jak korzystać z narzędzi cyfrowych (37%). Nieco częściej taką opinię wyrażają najmłodszy respondenci (44% grupy 18-24), niż np. osoby z większym doświadczeniem na rynku pracy (35% w grupie 35-65 lat). Obraz tworzony przez Polaków więc jest pełen paradoksów i wart weryfikacji w przyszłości w kolejnych badaniach.

Kompetencje cyfrowe, czyli przyszłość

Odpowiedzi badanych pokazują, że w zdecydowanej większości dostrzegają oni wpływ kompetencji cyfrowych zarówno na przyszłość, jak i obecną sytuację na rynku pracy. 2 na 3 respondentów zgadza się z opinią, że w przyszłości kompetencje cyfrowe będą odgrywać coraz ważniejszą rolę na rynku pracy (65%), niewiele mniej – że w najbliższej przyszłości osobom o wyższych kompetencjach cyfrowych będzie łatwiej o podwyżki i awanse (60%). Co interesujące, w przypadku obu tych opinii częściej nie zgadzali się z nimi przedstawiciele Generacji Z i Y (18-34 lata) niż z najstarszej grupy wiekowej (45-65 lat).

Zmiany mają miejsce jednak już dziś – niemal połowa, bo 45% badanych Polaków zgadza się z opinią, że w ich branży i specjalizacji kompetencje cyfrowe odgrywają obecnie dużą rolę – a tylko co czwarty ma odmienne zdanie.



Według analiz Komisji Europejskiej z 2020 roku podstawowe kompetencje cyfrowe posiadało 44% Polaków w wieku 16-74 lat. Unijna średnia wyniosła 58%, a Polska zajęła dalekie, 22. miejsce w rankingu państw Unii Europejskiej. Z kolei specjaliści ICT (sektora teleinformatycznego) stanowili około 3% zatrudnionych w kraju – przy średniej we Wspólnocie wynoszącej 3,9%.



Wpływ technologii na rynek pracy

Rozwój technologii pozytywnie wpływa na naszą pracę – tak przynajmniej wynika z opinii większości badanych. Ten wpływ będzie rósł z każdym rokiem, a wraz z nim – konieczność szkolenia i kształcenia się, także przez doświadczonych pracowników. Badani oczekują, że pracodawcy będą oferować im pomoc w procesie zdobywania nowych kompetencji. To szczególnie istotne w perspektywie coraz szybszej ewolucji zawodów.



Z tej sekcji dowiesz się, że...

- Większość badanych ocenia pozytywnie wpływ technologii na rynek pracy – najczęściej zwracają uwagę na wzrost możliwości pracy zdalnej, poprawę komunikacji ze współpracownikami i dostęp do nowych narzędzi.
- Zdecydowana większość badanych spodziewa się wzrostu wpływu technologii na codzienną pracę, a także że spowoduje ona potrzebę coraz częstszego szkolenia i nabywania nowych umiejętności.
- Badani oczekują od pracodawców, że będą wspierać pracowników w nabywaniu nowych umiejętności – w tym także kobiety w aplikowaniu na bardziej „techniczne” stanowiska.

Pozytywnie o technologiach

Technologie w ostatnich latach ułatwiły wykonywanie pracy, a także zwiększyły wybór sposobów realizacji zadań – taka opinia Polaków wyłania się z badań Pracuj.pl. Ogólny wpływ technologii na rynek pracy jako pozytywny ocenia 7 na 10 respondentów, a negatywnie – tylko 1 na 25. Odpowiedzi wskazują na dużą świadomość badanych co do znaczenia, jakie mają dla naszej wygody pracy rozwiązania cyfrowe.



71%

badanych Polaków ocenia pozytywnie ogólny wpływ technologii na rynek pracy w ostatnich latach.

Źródło:

Badanie Pracuj.pl „Cyfrowa ewolucja kariery”, n = 1051, grupa reprezentatywna dla populacji osób czynnych zawodowo w wieku 18-65.

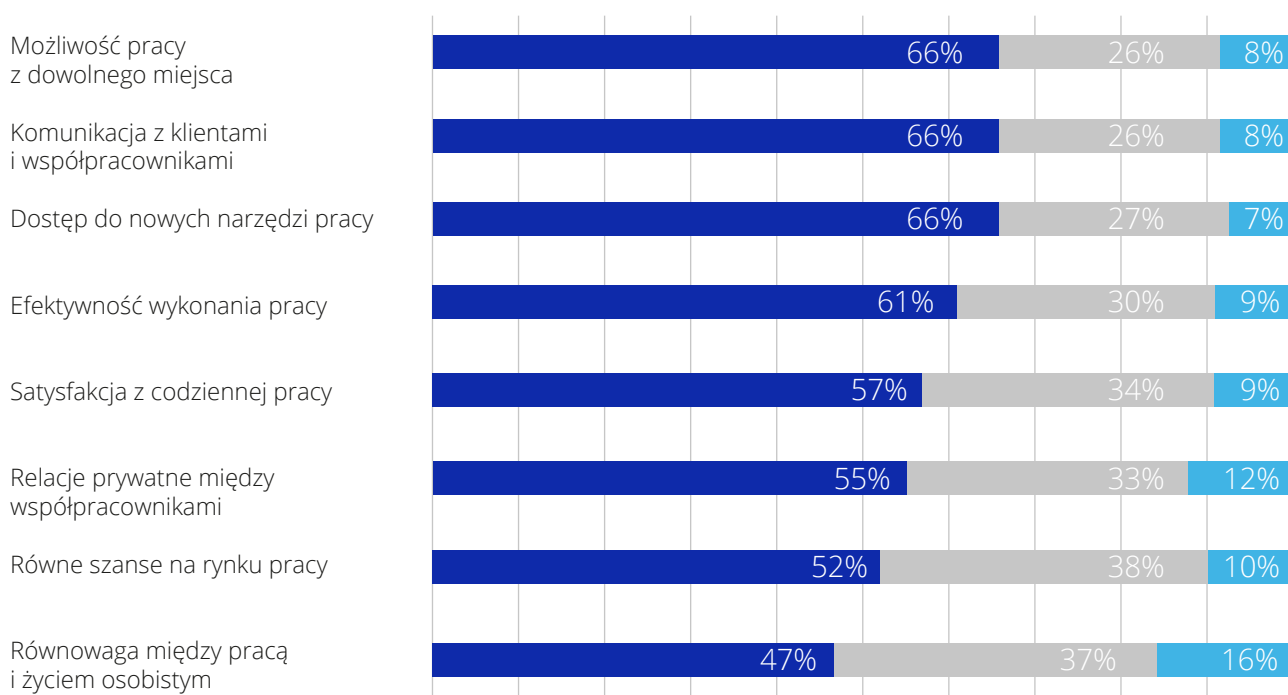
By sprawdzić szczegółowo opinie na temat wpływu, jaki miała technologia w ostatnich latach na wybrane kwestie związane z rynkiem pracy, badacze zapytali respondentów o 8 różnych aspektów życia zawodowego.

Pozytywny wpływ technologii dostrzegano szczególnie w wypadku większej liczby możliwości pracy z dowolnego miejsca, łatwiejszej komunikacji z klientami i współpracownikami, a także dostępności nowych narzędzi wykonywania pracy – doceniało je po **66%** Polaków.

Niewiele mniej osób wskazywało na pozytywny wpływ na efektywność wykonywania zadań (**61%**), satysfakcję z codziennej pracy (**57%**) i relacje prywatne między współpracownikami (**55%**). Na budującym obrazie technologii w życiu zawodowym pojawia się jednak lekka rysa.

Najmniej pozytywnych odpowiedzi dotyczyło dwóch bardzo ważnych kwestii: równości szans na rynku pracy oraz równowagi między pracą i życiem osobistym. O ile generowały one - podobnie jak pozostałe kwestie - bardzo mało ocen negatywnych, grono entuzjastów wpływu technologii na te sfery było wyraźnie najniższe.

Polacy o wpływie technologii na różne aspekty pracy



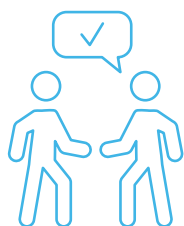
- Pozytywny
- Ani pozytywny, ani negatywny
- Negatywny

Źródło:
Badanie Pracuj.pl „Cyfrowa ewolucja kariery”, n = 1051, grupa reprezentatywna dla populacji osób czynnych zawodowo w wieku 18-65.

Edukacja mile widziana w obliczu zmian

Optymistyczne oceny wystawiane technologiom w naszej zawodowej codzienności nie oznaczają zamykania oczu na wyzwania przyszłości. 7 na 10 badanych zgadza się bowiem z opinią, że cyfryzacja będzie zmuszała pracowników do coraz częstszego szkolenia i zdobywania umiejętności. Podobny udział badanych oczekuje, że w tej sytuacji pracodawcy będą wspierać swoje zespoły w nabywaniu nowych kompetencji technologicznych.

Cyfryzacja i edukacja. Udział respondentów, którzy uważają, że...



73%

pracodawcy powinni wspierać pracowników w zdobywaniu kompetencji technologicznych.



72%

rozwój technologii będzie zmuszał pracowników do częstszego szkolenia i zdobywania umiejętności.



64%

osoby po 50 roku życia mierzą się z większymi trudnościami na rynku pracy od młodszych w obliczu rozwoju technologii.



63%

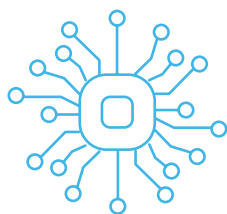
pracodawcy powinni wspierać kobiety w rozwijaniu karier w dziedzinach technicznych.

Źródło:
Badanie Pracuj.pl „Cyfrowa ewolucja kariery”, n = 1051,
grupa reprezentatywna dla populacji osób czynnych zawodowo w wieku 18-65.

Dyskusja o szkoleniu kadr i ich transformacji toczy się od wielu lat – a jak widać znajduje także odzwierciedlenie w oczekiwaniach pracowników. Dotyczy to także wsparcia grup na różne sposoby bardziej wrażliwych na zmiany poszukiwanych kompetencji.

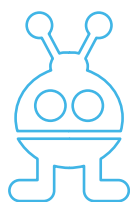
Blisko 2 na 3 badanych uważa, że pracodawcy powinni wspierać kobiety w rozwijaniu kariery w dziedzinach „technicznych”, zdominowanych przez mężczyzn (63%). Badani zauważają także, że rozwój technologii będzie przynosić większe wyzwania na rynku pracy dla osób po 50. roku życia niż dla ich młodszych współpracowników.

Technologie w bliskiej przyszłości. Udział respondentów, którzy uważają, że...



73%

technologie będą odgrywać coraz większą rolę w codziennej pracy.



62%

rozwój technologii sprawi, że część zadań ludzi będą przejmować roboty i sztuczna inteligencja.

Źródło:

Badanie Pracuj.pl „Cyfrowa ewolucja kariery”, n = 1051, grupa reprezentatywna dla populacji osób czynnych zawodowo w wieku 18-65.

Dlaczego badani tak mocno podkreślają znaczenie szkolenia i zdobywania nowych umiejętności? Wśród Polaków uczestniczących w badaniu widoczna jest duża świadomość wpływu nowych rozwiązań na rynek pracy. 73% respondentów spodziewa się, że technologie będą coraz mocniej wpływać na naszą zawodową codzienność, a blisko 2/3 zgadza się z opinią, że część pracy ludzi w bliskiej przyszłości będą przejmować roboty i sztuczna inteligencja.



Według Uniwersytetu w Oxfordzie ponad 60% osób będących obecnie dziećmi będzie w przyszłości pracować w zawodach, które jeszcze nie powstały. Co więcej, połowa obecnych profesji zniknie z rynku pracy w ciągu następnych 20 lat. Hackett Group już w 2019 roku zapytało menedżerów z całego świata o to, czy według nich transformacja cyfrowa ma wpływ na poszukiwane role, umiejętności i profile kandydatów w ich firmach w ciągu najbliższych 2-3 lat. Z tym stwierdzeniem zgodziło się aż 70% menedżerów ds. HR.



Małgorzata Skonieczna

Grupa Pracuj, Ekspertka ds. Badań Kandydatów

Optymizm nie może blokować zmian

Wyniki najnowszych badań Pracuj.pl pod wieloma względami są zaskakujące. Choć analizy Komisji Europejskiej i opinie wielu pracodawców dotyczące kompetencji cyfrowych kandydatów wskazują na liczne wyzwania w tym zakresie, sami Polacy oceniają je dość optymistycznie. Pozytywnie wypowiadają się o wpływie technologii na świat pracy w ostatnich latach i spodziewają się, że będzie on stale rósł wraz z zapotrzebowaniem na kompetencje cyfrowe.

Optymizm badanych można potraktować jako szansę. Tworzy on potencjał do zmian w organizacjach. Jak pokazuje raport, Polacy są świadomi potrzeb szkoleniowych w obszarze cyfryzacji i oczekują od pracodawców wsparcia w tym zakresie. Szkolenia obecnych specjalistów oraz poszukiwanie nowych talentów to odpowiednia strategia na najbliższy czas. Mamy jeszcze czas na zmiany, jednak powinniśmy pamiętać, że nacisk na dostosowanie się do wymogów rynku będzie rósł.

Pracodawcy myślący, że odpowiedzią na wyzwania związane z cyfryzacją będzie wyłącznie wymiana kadr na nowe, mogą się przeliczyć.



Media społecznościowe i urządzenia w pracy

Technologie towarzyszą nam w pracy w większym stopniu, niż nam się wydaje. Smartfony, laptopy, przeglądarki czy aplikacje mobilne stały się narzędziami pracy używanymi przez większość badanych Polaków. Co więcej, media społecznościowe również coraz częściej stają się źródłem wiedzy zawodowej czy przestrzenią, w której szukamy danych w czasie pracy. Choć pracodawcy wciąż stosunkowo często zakazują korzystania z nich w biurach, zachowania i postulaty pracowników znacząco się rozmiągają z tymi oczekiwaniami.



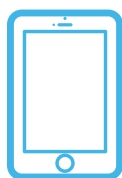
Z tej sekcji dowiesz się, że...

- W codziennej pracy Polacy zdecydowanie najczęściej korzystają ze smartfonów, przeglądarek internetowych i laptopów. Co zaskakujące, Polacy rzadko deklarują codzienne korzystanie z oprogramowania w chmurze.
- Polacy chętnie korzystają w godzinach pracy z mediów społecznościowych, ale tylko niewielka część z nich robi to wyłącznie w celach służbowych. Ich postawy w tym zakresie różnią się zauważalnie od preferencji przełożonych.
- Spośród najbardziej popularnych portali społecznościowych Polacy najczęściej deklarują korzystanie w celach służbowych z Facebooka i YouTube. Na podium znalazł się także Instagram, a na czwartym miejscu – LinkedIn.

Urządzenia, rozwiązania i codzienność

Technologie są nieodłącznym elementem zawodowej codzienności. Choć to zdanie może wydawać się dziś oczywistością, jeszcze kilka lub kilkanaście lat temu trudno było wyobrazić sobie, jaki poziom nasycenia współczesnych miejsc pracy urządzeniami i rozwiązaniami cyfrowymi osiągniemy w trzecim dziesięcioleciu XXI wieku. Odpowiedzi respondentów Pracuj.pl potwierdzają te ustalenia.

Urządzenia i rozwiązania cyfrowe wykorzystywane w pracy przynajmniej raz w tygodniu



78%

Smartfon



76%

Przeglądarka internetowa



65%

Laptop



63%

Aplikacje mobilne



48%

Oprogramowanie zainstalowane na sprzęcie



42%

Oprogramowanie działające w chmurze

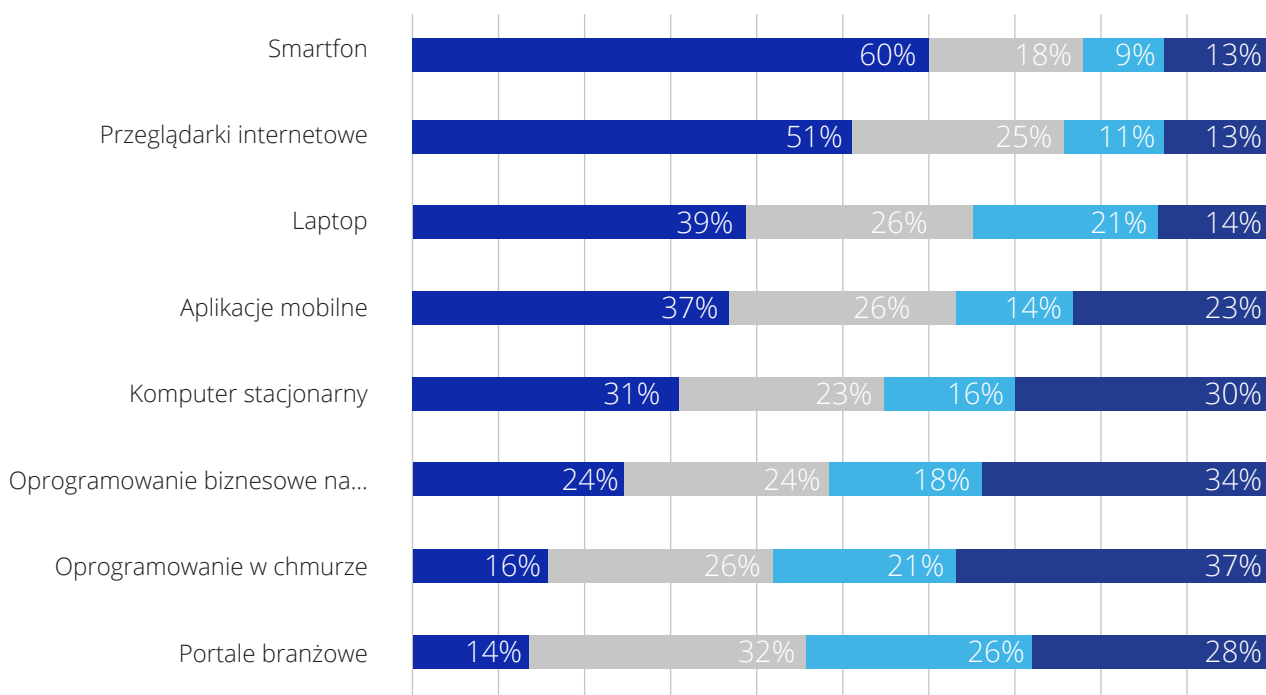
Źródło:

Badanie Pracuj.pl „Cyfrowa ewolucja kariery”, n = 1051, grupa reprezentatywna dla populacji osób czynnych zawodowo w wieku 18-65.

Najbardziej popularnym cyfrowym narzędziem pracy są smartfony – do celów zawodowych przynajmniej raz w tygodniu korzysta z nich blisko 8 na 10 badanych (78%). Tuż za nimi uplasowały się pod tym względem przeglądarki internetowe (76%), laptopy (65%) oraz aplikacje mobilne (63%). Warto zauważyć także, że 48% respondentów przynajmniej raz w tygodniu używa w pracy oprogramowania zainstalowanego bezpośrednio na komputerze, a 42% - oprogramowania w chmurze.

Ta ostatnia dana może wydawać się zaskakująca w kontekście rosnącej bardzo szybko popularności programów i stron opierających się na wykorzystaniu chmury obliczeniowej. Tezę wskazującą, że oprogramowanie biznesowe on-premise (instalowane bezpośrednio na urządzeniu) jest wciąż używane wyraźnie częściej w codziennym życiu biur od rozwiązań cloud (dostępnych zdalnie przez sieć z zewnętrznej infrastruktury), warto zweryfikować w przyszłych badaniach. Ekspertki podkreślają, że wielu odbiorców wciąż nie ma świadomości, które z popularnych rozwiązań dostępnych na rynku (np. Google Docs, Canva i Kanbanflow) kwalifikują się do kategorii chmurowej.

Jak często korzystasz w pracy z poniższego sprzętu / rozwiązań cyfrowych?



- Codziennie
- Przynajmniej raz w tygodniu
- Rzadziej niż raz w tygodniu
- Nigdy

Źródło:
Badanie Pracuj.pl „Cyfrowa ewolucja kariery”, n = 1051,
grupa reprezentatywna dla populacji osób czynnych
zawodowo w wieku 18-65.

Social media już nie są tabu

Media społecznościowe w ostatnich latach umocniły swoją rolę w świecie zawodowym. Za ich pomocą kontaktujemy się ze współpracownikami, utrzymujemy formalne i nieformalne relacje z klientami i partnerami biznesowymi, sprawdzamy informacje o przedsiębiorstwach, zdobywamy wiedzę o sytuacji w branży. Natomiast choćby jeszcze np. dekadę temu stanowiły one w wielu firmach tabu. W regulaminach wielu z nich lub w wyraźnych wskazaniach przełożonych pojawiał się zakaz wykorzystywania mediów społecznościowych w godzinach pracy, zdarzało się także blokowanie dostępu do nich ze służbowego sprzętu.

2 na 3

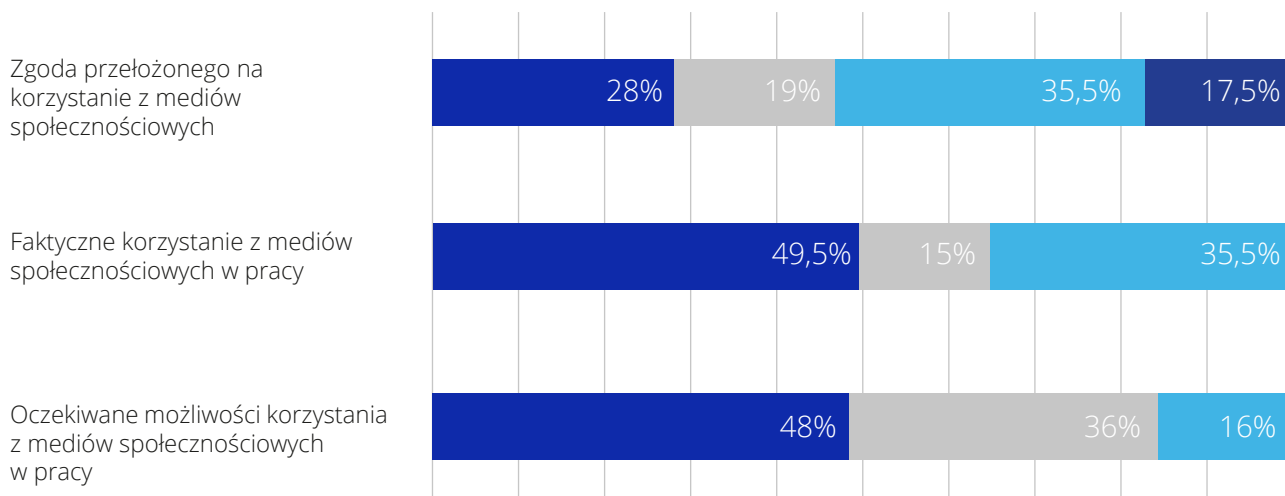
Polaków badanych przez Pracuj.pl korzysta w pracy z mediów społecznościowych, a blisko połowa – robi to zarówno w celach służbowych, jak i prywatnych.

Źródło: Badanie Pracuj.pl „Cyfrowa ewolucja kariery”, n = 1051, grupa reprezentatywna dla populacji osób czynnych zawodowo w wieku 18-65.

Badania Pracuj.pl potwierdzają, że tzw. social media coraz silniej wpływają na nasze codzienne życie zawodowe. Aż 2/3 respondentów (64,5%) korzysta z mediów społecznościowych w godzinach pracy. Co interesujące, tylko 15% z badanych używa ich w tym czasie wyłącznie do celów służbowych, a blisko połowa – zarówno do celów służbowych, jak i prywatnych. Badanie może wskazywać więc na ciekawe zjawisko – czyli przyciąganie się mediów społecznościowych do coraz mocniejszego zacierania się granicy między życiem prywatnym i zawodowym.

Badacze sprawdzili, jak powyższe postawy przyjmowane przez Polaków wypadają na tle ich oczekiwań wobec idealnego miejsca pracy. Udział osób, według których w idealnej firmie pracownicy mogą korzystać z mediów społecznościowych niezależnie od celu, jest bardzo zbliżony do codziennych deklaracji Polaków (48%). Większy niż w codziennej praktyce jest natomiast udział badanych deklarujących, że w takim miejscu z mediów społecznościowych powinno się korzystać tylko do celów służbowych (36%). Znacznie mniej badanych uważa natomiast, że w idealnej pracy korzystanie z mediów społecznościowych powinno być zupełnie zakazane (16%).

Korzystanie z mediów społecznościowych w pracy. Na co zgadzają się przełożeni, jak faktycznie robimy, a jak chcielibyśmy móc robić?



- W celach służbowych i prywatnych
- Tylko w celach służbowych
- Brak zgody/nie korzystam
- Trudno powiedzieć

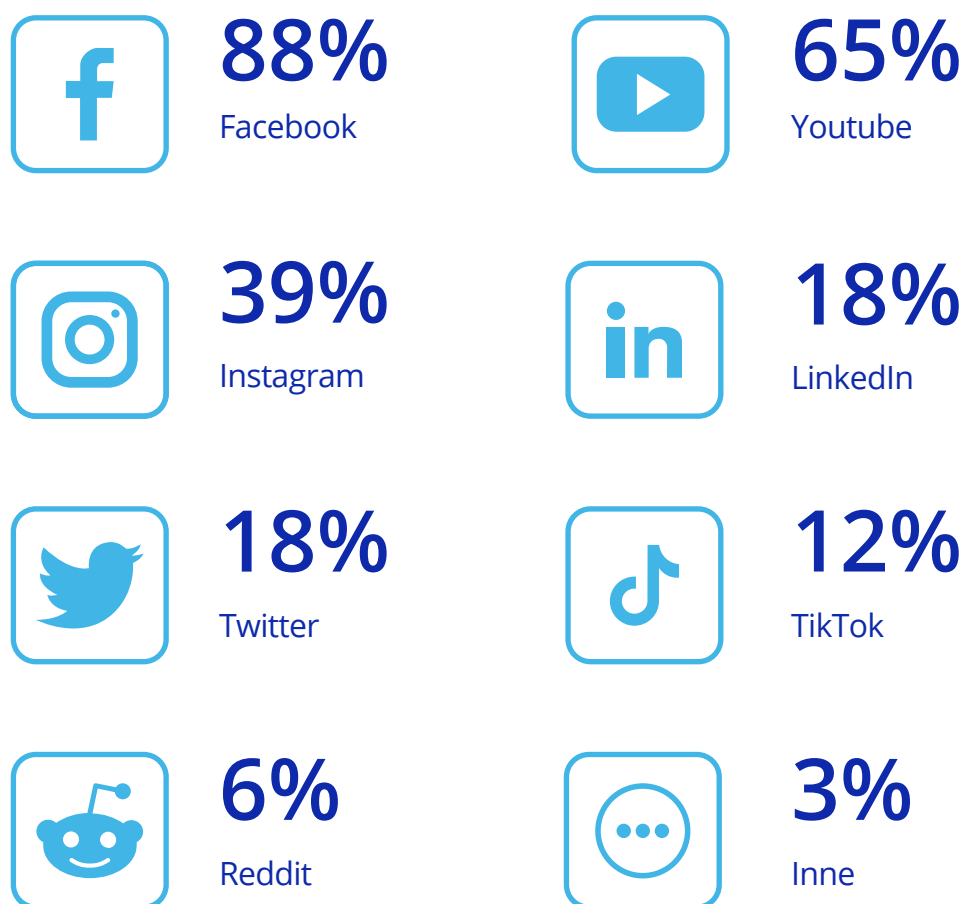
Źródło:
Badanie Pracuj.pl „Cyfrowa ewolucja kariery”,
n = 1051, grupa reprezentatywna dla populacji
osób czynnych zawodowo w wieku 18-65.

Ustalenia badaczy ciekawie wypadają na tle oczekiwań przełożonych, o których mówią badani. 47% Polaków ma przyzwolenie szefa na używanie social media w pracy, z czego 19% wyłącznie do celów służbowych, a 28% - także do celów prywatnych. Więcej niż co trzeci badany (36%) ma zupełny zakaz korzystania z tego medium w godzinach wykonywania obowiązków. Dane mogą więc wskazywać, że znaczna część pracowników korzysta z kanałów społecznościowych w sposób, który nie do końca zgadza się z firmową polityką. Co interesujące, blisko co piąty respondent (18%) nie potrafił odpowiedzieć, jak stosunek ma ich przełożony do korzystania z social media w godzinach pracy.

Facebook, YouTube i Instagram na podium

Badacze zapytali Polaków, którzy deklarują wykorzystanie mediów społecznościowych służbowo, z jakich kanałów korzystali w pracy w ciągu ostatnich 12 miesięcy. Zdecydowanie najczęściej wymieniany był Facebook – wskazało na niego 88% respondentów z tej grupy, na drugim miejscu YouTube (65%), a podium uzupełnia Instagram (39%). Zdecydowanie rzadziej wymieniany był LinkedIn (18%), co może zaskakiwać biorąc pod uwagę znaczną popularność tego medium w niektórych branżach i specjalizacjach. Ten sam rezultat osiągnął Twitter (18%). Jeszcze bardziej niszową rolę w działaniach zawodowych miały TikTok i Reddit.

Media społecznościowe, z których Polacy korzystali służbowo w ciągu ostatniego roku



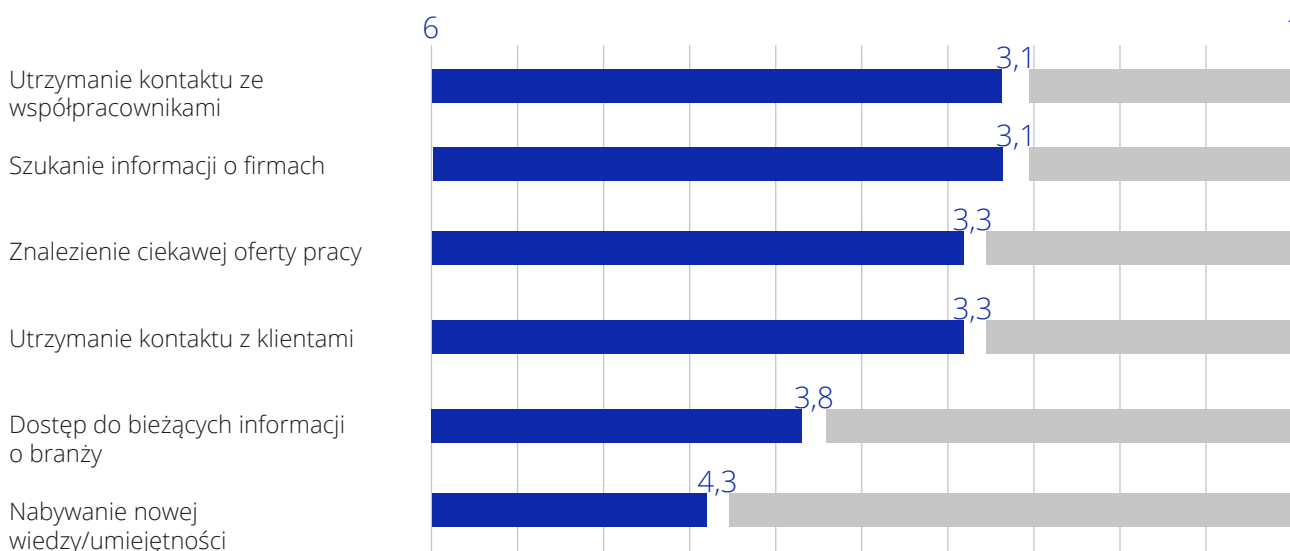
Źródło:
Badanie Pracuj.pl „Cyfrowa ewolucja kariery”, n = 501,
badani korzystający w pracy z mediów społecznościowych w celach służbowych.

Społecznościowe, czyli najlepsze do... budowania relacji

Badani deklarujący korzystanie służbowo z platform społecznościowych zostali zapytani o to, do jakich celów zawodowych są one według nich najbardziej przydatne. Respondenci oceniali 6 aspektów, którym mieli przyporządkować pozycje od 1 (najbardziej pomocne) do 6 (najmniej pomocne). Co ciekawe, uśrednione wyniki większości kategorii są do siebie bardzo zbliżone – co może wskazywać na dużą rozbieżność odpowiedzi wśród badanych, a więc wykorzystywanie kanałów społecznościowych do różnych celów.

W opiniach można jednak zauważyć pewne prawidłowości. Respondenci najczęściej uważali media społecznościowe za dobre narzędzie do budowy różnorodnych relacji – utrzymania kontaktu ze współpracownikami (średnia 3,1) i z klientami (3,3), a także szukania zastanych danych o firmach (3,1) lub ofertach pracy (3,3). Rzadziej natomiast wskazywali jako dobre źródło bieżącej wiedzy o branży (3,8) lub narzędzie poszerzania umiejętności (4,3).

Ocena przydatności social media do celów zawodowych - średnia z odpowiedzi badanych



Źródło:
Badanie Pracuj.pl „Cyfrowa ewolucja kariery”, n = 501,
badani korzystający w pracy z mediów społecznościowych w celach służbowych.



Jak podaje raport “Digital 2020 Global Overview” przygotowany przez We Are Social i Hootsuite, w 2020 roku z mediów społecznościowych korzystało 49% populacji świata i ponad 80% populacji internautów - czyli 3,8 miliarda aktywnych użytkowników. Ich liczba wzrosła rok do roku o ponad 9%.



Konstancja Zyzik

Grupa Pracuj, Talent Acquisition & Capabilities Development Manager

Spółeczność wymaga wsparcia i jasnych zasad

Badanie wskazuje wyraźnie, że rozwój mediów społecznościowych w naszym codziennym życiu ma wpływ na środowisko pracy. Dlatego stosunek pracodawcy do nich powinien być jasno określony, a także spójny z kulturą firmową. To temat-rzeka, warto zwrócić jednak uwagę na trzy ciekawe aspekty zjawiska.

Budowanie społeczności: Media społecznościowe mogą wspierać budowanie relacji między pracownikami na styku życia zawodowego i prywatnego. W większych organizacjach napędzają np. rozwój wewnętrznych grup zainteresowań czy współpracę w mniejszych zespołach, a także umacniają employee experience. W małych firmach z kolei działania pracowników mogą być bardzo dobrym narzędziem employer branding.

Zasady zamiast zakazów: Jak pokazuje badanie, social media bywają po prostu ważnym narzędziem pracy. Dlatego pełny zakaz ich wykorzystania współcześnie jest zazwyczaj złym wyborem – pracodawca powinien natomiast jasno artykułować, do jakich celów pracownik powinien używać kanałów społecznościowych w godzinach pracy i z czego te zasady wynikają.

Pilnowanie wizerunku: Aktywność pracowników związana z życiem zawodowym musi jednak uwzględniać firmową politykę i być z nią zgodna – szczególnie w dużych, rozproszonych organizacjach. Dlatego ważne jest ustalenie jasnego, zrozumiałego i czytelnego zestawu zasad, którymi powinni się kierować ambasadorzy i pracownicy marki w social media mówiąc o pracy.



Technologie i rekrutacja online

Sposoby poszukiwania pracy ewoluują – ale pewne kwestie pozostają niezmiennie. Badanie potwierdza, że smartfony i internet są obecnie już niemal powszechnym narzędziem używanym przy rekrutacji. Portale z ofertami zatrudnienia są natomiast zdecydowanie najczęściej wykorzystywanym narzędziem poszukiwania pracy w sieci. Rozważając zmianę zawodową Polacy często sięgają jednak także po media społecznościowe i aplikacje mobilne.



Z tej sekcji dowiesz się, że...

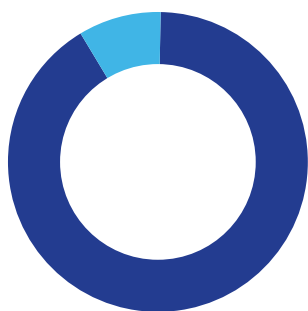
- Według badań Pracuj.pl korzystanie ze smartfona i internetu przy szukaniu pracy jest niemal powszechne – sięga po nie 9 na 10 badanych.
- Polacy szukając pracy w sieci najczęściej sięgają po portale z ofertami zatrudnienia. W drugiej kolejności najczęściej sięgają po... media społecznościowe, a w trzeciej – po wyszukiwarki internetowe.
- Przeglądając portale z ofertami pracy, Polacy najczęściej chcieliby mieć dostęp do ofert z podanymi zarobkami. Istotna jest dla nich także m.in. możliwość bezpośredniego kontaktu z rekruterem czy stworzenia własnego CV w kreatorze.

Bez smartfona i sieci jak bez ręki

Jak wynika z badań Pracuj.pl zarówno smartfony jak i internet stały się narzędziami powszechnie stosowanymi do poszukiwania pracy. Korzystanie z telefonu komórkowego w takiej sytuacji deklaruje aż 92% Polaków szukających obecnie nowej pracy. Niemal tyle samo (91%) respondentów deklaruje, że poszukując pracy korzysta z sieci.

Badania Pracuj.pl potwierdzają także, że choć używanie obu tych narzędzi przy rekrutacji może wydawać się oczywiste, technologie wykluczają część pracowników 45+. W tej grupie wiekowej udział osób nie korzystających przy szukaniu pracy ze smartfona (13%) i internetu (14%) jest wyraźnie wyższy niż w innych grupach.

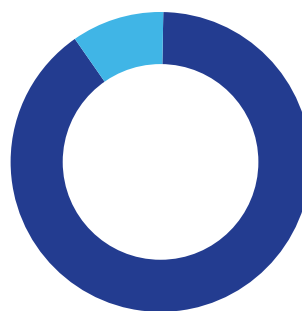
Czy korzystasz ze smartfona przy poszukiwaniu pracy?



● 92%
Tak

● 8%
Nie

Czy korzystasz z internetu przy poszukiwaniu pracy?



● 91%
Tak

● 9%
Nie

Źródło:

Badanie Pracuj.pl „Cyfrowa ewolucja kariery”, n = 327, badani poszukujący obecnie pracy.

Portale z ofertami na czele, social media tuż za nimi

Badania potwierdzają, że najpopularniejszym narzędziem online wykorzystywanym do szukania pracy pozostają portale z ofertami zatrudnienia – sięga po nie 72% badanych Polaków. Zamieszczane na nich ogłoszenia dla wielu z nich stanowią podstawowe i bazowe źródło poszukiwania ofert w sieci. Ogłoszenia m.in. z Pracuj.pl dziś są nie tylko obecne na stronach głównych portali z ogłoszeniami, ale także publikowane na kanałach społecznościowych, udostępniane znajomym, promowane w wyszukiwarkach i na stronach firmowych.

Jakich narzędzi używasz do szukania pracy w sieci?



72%

Portale z ofertami pracy



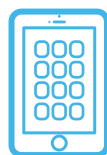
54%

Ogólne serwisy społecznościowe



52%

Wyszukiwarki internetowe



35%

Aplikacje mobilne do szukania pracy



29%

Strony internetowe pracodawców



28%

Biznesowe serwisy społecznościowe (np. LinkedIn)

Źródło:

Badanie Pracuj.pl „Cyfrowa ewolucja kariery”, n = 327, badani poszukający obecnie pracy.

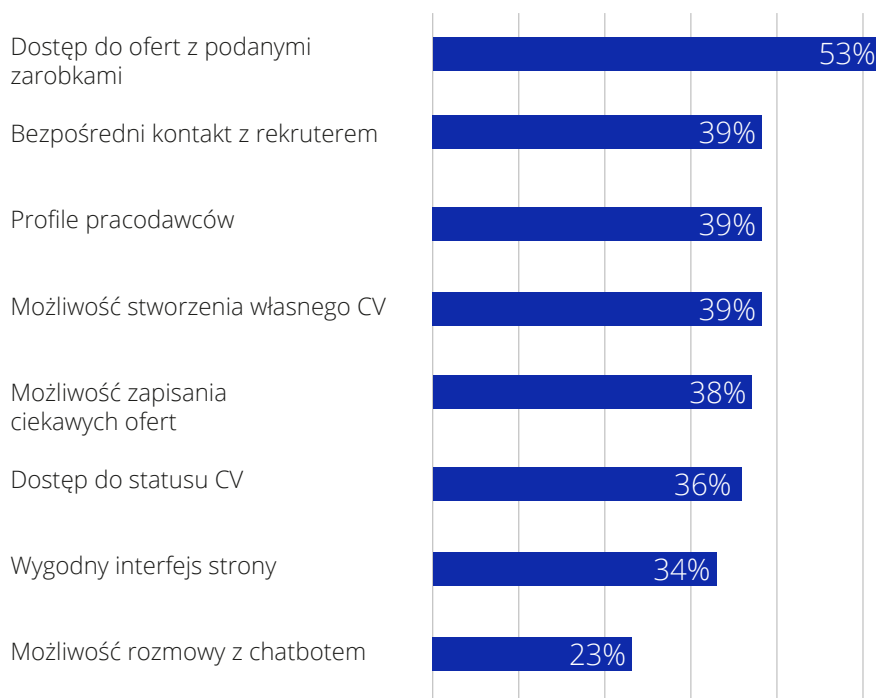
Badanie pokazuje rosnącą popularność w rekrutacji ogólnych mediów społecznościowych, takich jak np. Facebook czy Instagram. Sięga po nie 54% badanych poszukujących pracy – wynik ten podkreśla siłę tych kanałów, większą nawet od wyszukiwarek internetowych (52%). Jednocześnie jednak należy podkreślić, że duży mniejszy udział w badaniu uzyskały biznesowe serwisy społecznościowe (28%). Warto zwrócić także uwagę na stosunkowo duży udział badanych deklarujących korzystanie przy szukaniu pracy z aplikacji mobilnych (35%) oraz niski udział osób zaglądających po oferty na strony internetowe pracodawców (29%).

Widelki i interaktywność – kluczowe w sieci

Respondenci ocenili, które funkcje portali z ofertami zatrudnienia są dla nich szczególnie ważne. Zdecydowanie najczęściej wskazywany był wskazywali dostęp do ofert z podanymi zarobkami – wybrało go 53% respondentów. To wynik stosunkowo mało zaskakujący, jako że prezentacja widełek wynagrodzeń od lat pozostają jednym z kluczowych oczekiwań użytkowników portali wobec pracodawców.

Badanie wykazało jednak także, że dla sporej grupy użytkowników ważne są kwestie związane z interaktywnością ofert i łatwą komunikacją. 4 na 10 badanych wskazywało na to, że oczekuje na portalach możliwości bezpośredniego kontaktu z rekruterem, dostępu do szczegółowych danych o firmach (np. poprzez profile pracodawców) i możliwości stworzenia własnego CV w kreatorze. Wsparcie przy tworzeniu życiorysu było szczególnie często podkreślane przez kobiety, a także respondentów wchodzących na rynek pracy (18-24 lata). 38% osób zaznaczyło, że oczekuje możliwości zapisywania najciekawszych ofert na stronie. Natomiast co trzeci badany oczekuje także wygodnego interfejsu i dostępu do statusu wysłanych CV. Zdecydowanie najrzadziej preferowana jest możliwość rozmowy z chatbotem (23%).

Najczęściej poszukiwane funkcje na stronach z ofertami pracy



Źródło:

Badanie Pracuj.pl „Cyfrowa ewolucja kariery”, n = 1051, grupa reprezentatywna dla populacji osób czynnych zawodowo w wieku 18-65.

Rekrutacja przez aplikację mobilną? Większość na tak

W ostatnich latach na popularności zyskują aplikacje mobilne wspierające rekrutację. Wynika to oczywiście z rosnącego znaczenia smartfonów w codziennej komunikacji, a także konsumpcji treści w sieci. Przykładem jest aplikacja Pracuj.pl – w 2020 roku za jej pośrednictwem starało się o pracę 1,2 mln unikalnych użytkowników, którzy wyświetlili oferty 62 mln razy i wysłali ponad 8 mln CV.

Otwartość Polaków na wykorzystanie tego narzędzia w rekrutacji pokazują także najnowsze badania Pracuj.pl. 64% respondentów podchodzi pozytywnie do perspektywy poszukiwania pracy przez aplikację mobilną. Kolejne 28% ma neutralny stosunek do tego rozwiązania, a tylko 5% - negatywny. Aplikacje z ofertami pracy mają także dodatkowy atut, którym są personalizowane powiadomienia o ogłoszeniach dopasowanych do preferencji użytkownika. 67% badanych chciałoby otrzymywać takie notyfikacje, 22% - ma do tego obojętny stosunek, a 10% - ocenia je negatywnie.

Aplikowanie mobilne – Polacy otwarci

64%

badanych ma pozytywny stosunek do poszukiwania ofert pracy przez aplikację mobilną. Negatywnie odnosi się do tej perspektywy tylko 5% respondentów.

67%

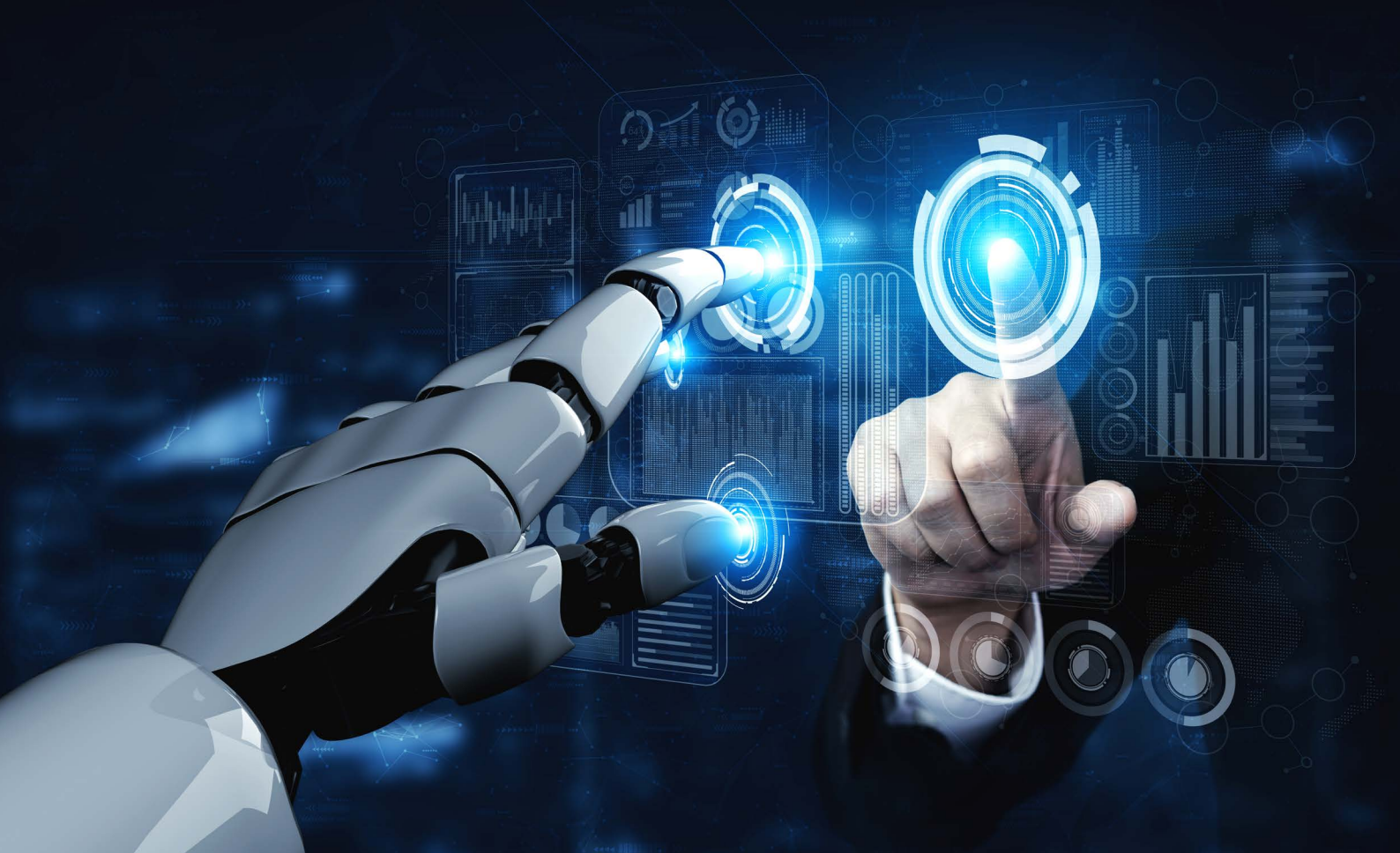
badanych ma pozytywny stosunek do notyfikacji z aplikacji o nowych ofertach pracy, dopasowanych do ich doświadczenia i specjalizacji. Negatywnie odnosi się do nich 10% respondentów.

Źródło:

Badanie Pracuj.pl „Cyfrowa ewolucja kariery”, n = 1051,
grupa reprezentatywna dla populacji osób czynnych zawodowo w wieku 18-65.



Według analiz WorkTech by Larocque fundusze venture capital przeznaczyły w 2020 roku 5 miliardów dolarów na inwestycje w projekty HR Tech. To drugi najwyższy wynik w ciągu ostatniej dekady, osiągnięty mimo pojawienia się pandemii koronawirusa.



Sztuczna inteligencja w rekrutacji

Sztuczna inteligencja (ang. AI) wspiera coraz więcej usług i produktów, którymi posługujemy się na co dzień. Doradza nam dopasowane do nas serie, dostosowuje layout portali i platform do naszych zwyczajów, ułatwia analizy dużych zbiorów danych biznesowych. Nic dziwnego więc, że coraz częściej rozważana jest także w procesach rekrutacyjnych. Polacy są w wielu wypadkach otwarci na jej wdrażanie w HR, choć zgłaszają także pewne zastrzeżenia.



Z tej sekcji dowiesz się, że...

- Badani Polacy w większości nie mają negatywnego podejścia do wykorzystania sztucznej inteligencji w rekrutacji – największa część traktuje ją neutralnie.
- Jak pokazują odpowiedzi respondentów, prezentowanie przez firmę efektywności i trafności wskazań rekrutacyjnych tworzonych przez AI może skutecznie rozwiewać obawy części kandydatów.
- Polacy przychylnie oceniają wsparcie sztucznej inteligencji w rekrutacji jako dodatkowego narzędzia, rzadziej natomiast akceptują podejmowanie przez nią kluczowych decyzji czy prowadzenie bezpośrednich interakcji z kandydatem.

AI zamiast rekrutera

Rekrutacja prowadzona przez robota czy algorytm to nie fantazja. Próby wsparcia rekruterów przez tzw. AI podejmowane są od lat, a nawet wdrażane z rosnącym powodzeniem. Nie odzwierciedla ona jednak wyobrażeń z filmów science fiction, a zazwyczaj raczej odciąża rekruterów przy bardziej „mechanicznych” zadaniach. Potencjał sztucznej inteligencji w rekrutacji może być znacznym wsparciem zarówno dla rekrutera, jak i kandydata.

Sztuczna inteligencja zamiast rekrutera

64% badanych ma pozytywny lub neutralny stosunek do rekrutacji prowadzonej przez sztuczną inteligencję. 36% badanych byłoby mniej skłonnych aplikować o pracę, jeśli rekrutację przeprowadzałyby sztuczna inteligencja.

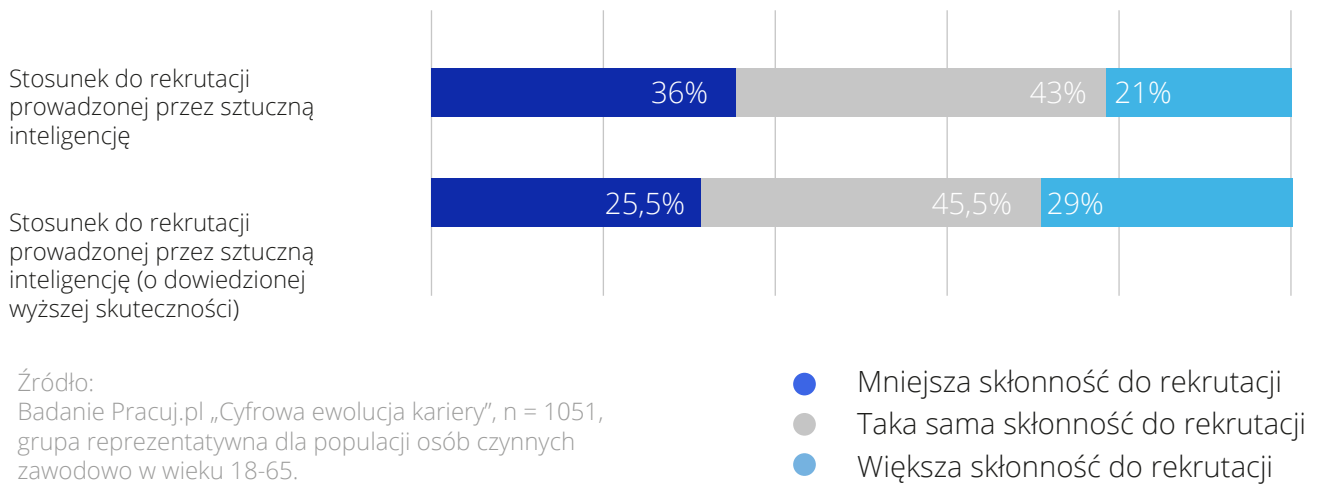
Źródło:

Badanie Pracuj.pl „Cyfrowa ewolucja kariery”, n = 1051, grupa reprezentatywna dla populacji osób czynnych zawodowo w wieku 18-65.

Czy jednak zgadzają się z tym respondenci? Spyaliśmy badanych o to, jaką postawę przyjęliby wobec rekrutacji, w której selekcji kandydatów zamiast rekrutera dokonywałaby sztuczna inteligencja. Największą grupę (43%) stanowiły osoby, które miały neutralny stosunek do tego faktu – ich chęć aplikowania o pracę nie uległaby zmianie. Dość duża pozostaje grupa osób, które zostałyby zniechęcone do rekrutacji (36%). Co ciekawe, więcej niż co piąty badany (21%) byłby w takiej sytuacji... bardziej chętny do aplikowania.

Zapyaliśmy badanych o to, jak kształtowałaby się ich postawa, gdyby otrzymali wyniki analiz, zgodnie z którymi AI wyraźnie poprawiła efekty rekrutacji i trafność doboru kandydatów w danej firmie. Co ciekawe, w tej sytuacji znacząco zmalało grono osób niechętnych rekrutacji (26%), a zwiększyła się grupa osób o postawie neutralnej (46%) oraz tych, których motywacja by wzrosła (29%).

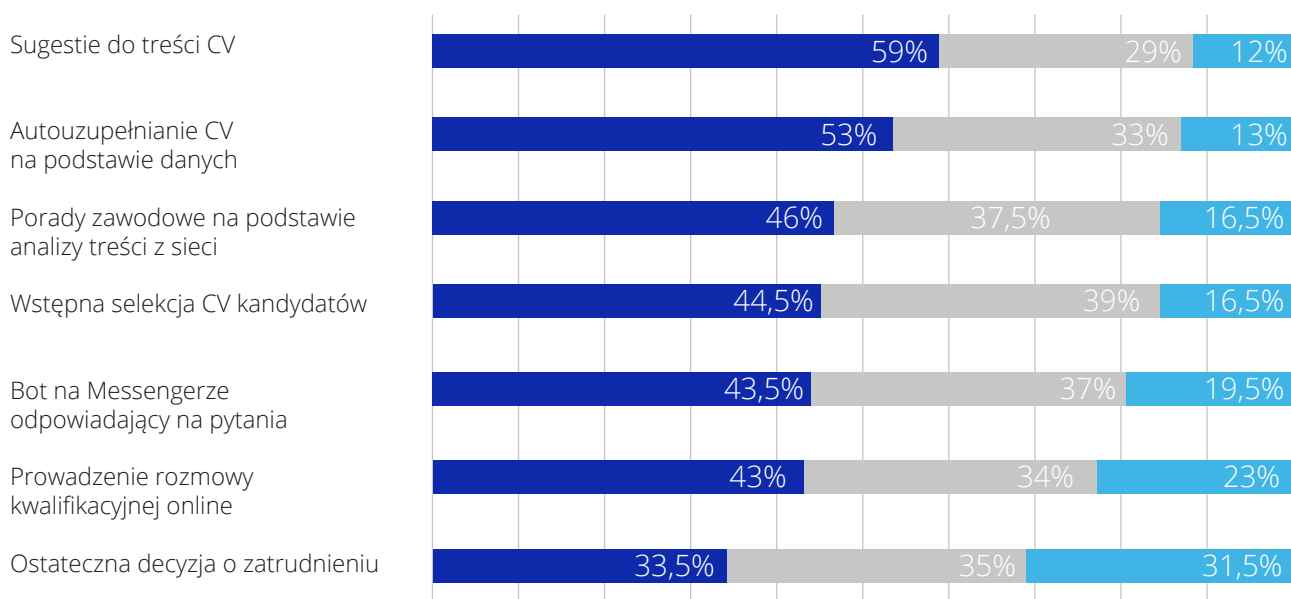
Rekrutacja przez sztuczną inteligencję w oczach kandydatów



AI może pomagać, ale bez kluczowych decyzji

Jednym jest jednak ogólny stosunek do wykorzystania sztucznej inteligencji w rekrutacji, a drugim – ocena jej użycia do konkretnych celów. Jakie aspekty wykorzystania sztucznej inteligencji w rekrutacji budzą największe kontrowersje wśród Polaków? Najmniejszy entuzjazm badani wykazywali wobec podejmowania przez AI ostatecznej decyzji o zatrudnieniu – takie działanie pozytywnie ocenia zaledwie 33,5% badanych, niewiele mniej ma do niego negatywny stosunek (31,5%). Nieco mniej kontrowersji budzi prowadzenie rozmowy kwalifikacyjnej online przez bota (43% pozytywnych ocen) oraz wstępna selekcja CV przez AI (44,5%).

Stosunek respondentów do sztucznej inteligencji w procesach rekrutacyjnych i przy szukaniu pracy



- Pozytywny
- Neutralny
- Negatywny

Źródło:
Badanie Pracuj.pl „Cyfrowa ewolucja kariery”, n = 1051,
grupa reprezentatywna dla populacji osób czynnych
zawodowo w wieku 18-65.

Stosunkowo małe kontrowersje budzi wśród badanych wsparcie AI przy przygotowaniu się do aplikowania – ponad połowa badanych pozytywnie ocenia możliwość otrzymania sugestii do treści CV od sztucznej inteligencji lub autouzupełnianie przez nią CV na podstawie dostępnych danych. Negatywnie do tych dwóch aspektów odnosi się nieco ponad co dziesiąty badany. Niemal równie rzadko Polacy artykułują wyraźnie negatywny stosunek wobec porad zawodowych od AI i botów rekrutacyjnych.

Osobny charakter w stosunku do pozostałych kwestii miało pytanie o kontrolę wyników pracy przez sztuczną inteligencję, na podstawie analizy danych z komputera służbowego. Pytanie jako jedyne nie odnosiło się do kwestii rekrutacji – a do realizacji obowiązków w obecnym miejscu zatrudnienia. Wyniki zachęcają do pogłębienia badań na ten temat. Respondenci tylko w 39% przypadków mieli pozytywne podejście do kontroli przez AI, w 40% - neutralny, a w 21% - negatywny.

Przy analizie danych o sztucznej inteligencji w rekrutacji warto zauważyć dość sporą liczbę odpowiedzi neutralnych. Można założyć hipotezę, że Polacy wstrzymują się od bardziej konkretnych ocen wielu kwestii związanych z AI ze względu na niedostateczną wiedzę lub brak osobistego stosunku do zagadnienia sztucznej inteligencji.



Według danych McKinsey Institute, w ręce robotów mogłoby być oddanych aż 64% czasu pracy w firmach produkcyjnych i 44% działań finansistów w Polsce. Dlatego na znaczeniu będą umiejętności odróżniające człowieka od sztucznej inteligencji. Według raportu PFR, DELab UW i Google są to m.in. kompetencje poznawcze, społeczne, cyfrowe i techniczne.



Maciej Chwiłoc

Grupa Pracuj, Dyrektor ds. Rozwoju Technologii

Sztuczna inteligencja powinna być przyjazna

Badanie Pracuj.pl przynosi ciekawe ustalenia z punktu widzenia eksperta od technologii wspierających HR. Wiele popularnych materiałów dotyczących sztucznej inteligencji skupia się na potencjale przejmowania przez nią miejsc pracy czy na zagrożeniach związanych z nieodpowiedzialnym wykorzystaniem Big Data przez biznes. To ważne wyzwania, których nie można lekceważyć, ale zbyt rzadko podkreśla się zalety AI i jej wpływ na nasz codzienny komfort.

Badania Pracuj.pl pokazują, że większość badanych jest pozbawionych uprzedzeń wobec wykorzystania sztucznej inteligencji w rekrutacji – szczególnie w przypadku gdy ułatwia nam życie pomagając napisać skuteczne CV lub odciążając od ręcznego wypełniania dokumentów. Warto zwrócić uwagę na fakt, że niechęć części badanych wobec AI w rekrutacji maleje w wypadku, gdy dostają dowody jej korzystnego wpływu na trafność wyboru kandydata. To ważna informacja pokazująca, że proces adaptacji sztucznej inteligencji w HR powinien być prowadzony w sposób transparentny, przedstawiający zalety rozwiązań i rozwiewający wątpliwości co do przyczyn jej wykorzystania.

W Grupie Pracuj od lat sprawdzamy różne formy zastosowania AI – choćby modele uczenia maszynowego wspomagające wysyłki do klientów i kandydatów czy deep learning wspierający funkcjonowanie platformy. Testujemy także różnorodne rozwiązania pozwalające jak najlepiej zrozumieć układ i treść ogłoszeń by z jednej strony pomagać pracodawcom tworzyć atrakcyjne oferty a z drugiej docierać z nimi do najlepszych kandydatów.



Kursy i szkolenia online

Sposoby szkolenia się i nabywania nowych umiejętności zawodowych to kolejny aspekt świata pracy, na który mocno wpłynęła pandemia koronawirusa. Ogromny wzrost znaczenia pracy zdalnej w wielu firmach spowodował, że szkolenia online dla części pracowników stał się jedyną dostępną formą zwiększania kwalifikacji. Badani Pracuj.pl potwierdzają, że dostęp pracowników do tego benefitu jest dziś dużym atutem pracodawcy.



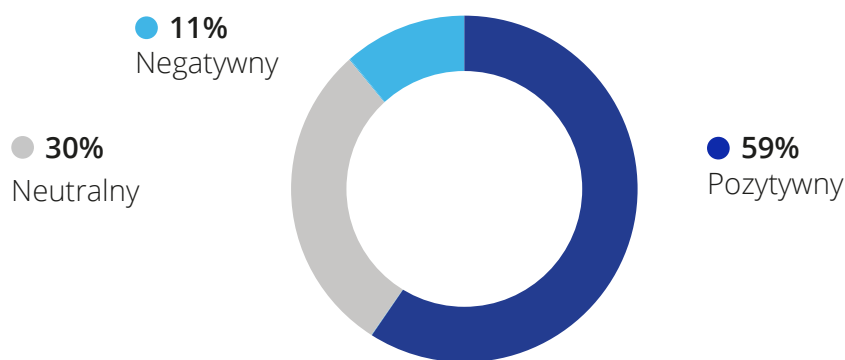
Z tej sekcji dowiesz się, że...

- Kursy i szkolenia online są formą edukacji, która wzbudza raczej pozytywne skojarzenia Polaków. Jednocześnie jednak tylko mniejszość badanych uważa je za równie wartościowe, co szkolenia „na żywo”.
- 2 na 3 Polaków miało okazję uczestniczyć w swoim życiu w zawodowym szkoleniu online, a 1/3 uczestniczyła w nim w ciągu ostatniego roku.
- Dostęp do szkoleń i kursów online może być magnesem przyciągającym kandydata – większość Polaków traktuje je jako dodatkową zachętę do aplikowania o pracę.

Szkolenia online mile widziane

Według niedawnych badań Pracuj.pl na różnych etapach pandemii zdalnie mogła pracować mniej więcej połowa Polaków. Siłą rzeczy więc wiele aktywności realizowanych wcześniej na żywo zaczęło się przenosić do sieci. Szkolenia to po konferencjach biznesowych druga dziedzina, która przeszła w tym obszarze ogromną rewolucję w minionym roku. O ile kursy online prowadzone były od lat, o tyle w okresie pandemii w wielu wypadkach okazywały się w wielu wypadkach jedynym dostępnym rozwiązaniem.

Jaki jest Twój stosunek do kursów i szkoleń online?



Źródło:

Badanie Pracuj.pl „Cyfrowa ewolucja kariery”, n = 1051, grupa reprezentatywna dla populacji osób czynnych zawodowo w wieku 18-65.

Jak do tej formy nabywania wiedzy odnoszą się badani? 6 na 10 Polaków postrzega pozytywnie szkolenia i kursy online (59%), nieco mniej niż co trzeci ma do nich neutralne podejście (30%), a tylko co dziesiąty odnosi się do nich negatywnie. Co interesujące, negatywny stosunek widoczny jest wyraźnie częściej w najmłodszej grupie wiekowej (18-24: 16%). Blisko 2 na 3 Polaków zgadza się ponadto z opinią, że szkolenia i kursy online są dobrą formą zwiększania swoich kompetencji. Warto podkreślić, że Polacy zdają się dostrzegać rosnące znaczenie dokształcania się zawodowego. Duży jest nie tylko udział osób gotowych na poświęcenie prywatnego czasu na kurs online, który zwiększa szanse na zdobycie lepszej pracy (65%), ale także – co zaskakujące – gotowych zainwestować własne pieniądze w taki kurs (50%).

Nierówny dostęp do szkoleń online

Jak wynika z odpowiedzi respondentów, wśród badanych znalazło się niemal tyle samo osób, które brały udział w szkoleniu w 2020 roku (36%), jak tych które nigdy nie uczestniczyły w takim wydarzeniu w miejscu pracy (37%). Badanie wykazuje więc, że ponad 1/3 Polaków jest wciąż wykluczona z tej formy nabywania wiedzy zawodowej. Dostęp do zawodowych szkoleń i kursów online często jest mocno skorelowany z wykształceniem. Brak uczestnictwa w takiej formie edukacji zawodowej deklarują najczęściej osoby z wykształceniem podstawowym (54% z tej grupy) – rzadziej osoby ze średnim (36%), a najrzadziej - z wykształceniem wyższym (20%). Różnice między grupami wiekowymi praktycznie nie występują.

37% Polaków badanych przez Pracuj.pl **nigdy** nie uczestniczyło w szkoleniu lub kursie online związanym z pracą.

36% Polaków uczestniczyło w takim szkoleniu **w ciągu ostatniego roku.**

Źródło:

Badanie Pracuj.pl „Cyfrowa ewolucja kariery”, n = 1051, grupa reprezentatywna dla populacji osób czynnych zawodowo w wieku 18-65.

Kiedy ostatnio uczestniczyłeś(aś) zawodowo w szkoleniu lub kursie online?



- W ciągu ostatniego miesiąca
- W ciągu 6 miesięcy
- W ciągu roku
- Dwa lata temu
- Nigdy

Źródło:

Badanie Pracuj.pl „Cyfrowa ewolucja kariery”, n = 1051, grupa reprezentatywna dla populacji osób czynnych zawodowo w wieku 18-65.

Warto podkreślić, że dostęp do darmowych kursów i szkoleń online może być dodatkową zachętą dla kandydatów. Badania Pracuj.pl pokazują, że 62% kandydatów byłoby bardziej skłonnych do rekrutacji do firmy, jeśli dowiedzieliby się o oferowaniu takiego benefitu dla jej pracowników. To zachęcający atut pracodawcy szczególnie dla respondentów w wieku 25-34 lat, a także osób z wykształceniem wyższym – wśród obu grup 69% byłoby bardziej chętne do aplikowania, jeśli firma gwarantowałaby im dostęp do darmowych szkoleń i kursów.

62% badanych Polaków byłoby bardziej chętnych do aplikowania o pracę, jeśli rekrutująca firma oferuje pracownikom darmowe kursy i szkolenia online.

Źródło:

Badanie Pracuj.pl „Cyfrowa ewolucja kariery”, n = 1051,
grupa reprezentatywna dla populacji osób czynnych zawodowo w wieku 18-65.



Jak wynika z raportu Facts and Factors, globalny rynek e-learningu będzie w najbliższych latach przechodzić proces przyspieszonego rozwoju. Jego wartość w 2019 roku była szacowana na 144 miliardy dolarów, a w 2026 roku może osiągnąć wysokość 374 mld USD. To wynik osiągnięty zarówno w wyniku pandemii koronawirusa i transformacji biznesu, którą wywołuje, a także obserwowanego od kilku lat wzrostu dostępu do narzędzi cyfrowych i oprogramowania w chmurze.



Osoby 45+ i technologie w pracy

Pracownicy z najstarszych pokoleń stanowią ważną, a jednak często pomijaną grupą w kontekście zmian technologicznych. By przyjrzeć się ich specyficznym postawom, badacze przeanalizowali szczegółowo odpowiedzi respondentów w wieku 45-65 lat dotyczące zjawisk omawianych w raporcie.



Z tej sekcji dowiesz się, że...

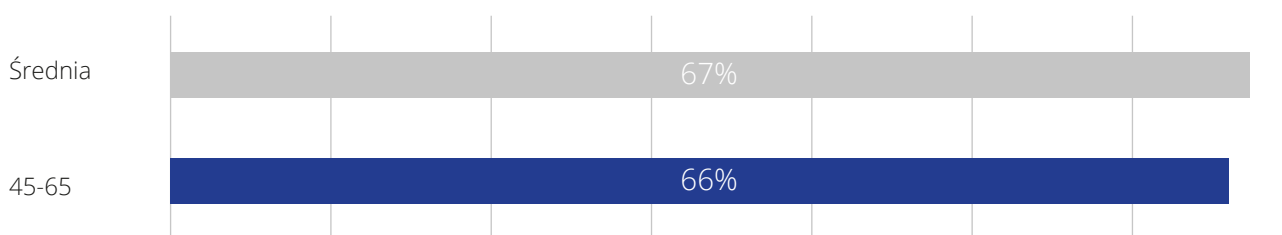
- Osoby 45+ nie oceniają swoich kompetencji cyfrowych gorzej od innych grup, choć mają świadomość, że rozwój technologii stawia przed nimi większe wyzwania zawodowe niż przed młodszymi osobami.
- Najstarsi badani najczęściej ze wszystkich grup spodziewają się dużego wpływu technologii i kompetencji cyfrowych na najbliższą przyszłość rynku pracy.
- Ta grupa badanych najrzadziej popiera dostęp do mediów społecznościowych w pracy do celów prywatnych. Najczęściej też w ogóle nie korzysta z nich w pracy.

Optymistyczni wobec kompetencji cyfrowych

Badanie Pracuj.pl wyłania zaskakujący i niejednorodny obraz pracowników 45+. Mocniej od młodszych osób podkreślają oni znaczenie technologii i ich wpływ na przyszłość. Choć nie wyróżniają się pod kątem poziomu obaw przed cyfryzacją, najczęściej ze wszystkich grup wiekowych spodziewają się jednocześnie rosnących trudności na rynku pracy dla osób w swoim wieku.

W jednej z pierwszych sekcji raportu określiliśmy kompetencje cyfrowe jako zdolność do sprawnego wykorzystywania technologii, m.in. urządzeń, internetu, programów – w codziennym życiu, pracy, nauce czy czasie wolnym. Aż 66% badanych z grupy wiekowej 45-65 oceniło pozytywnie swoje kompetencje cyfrowe w pracy. To wynik zaskakujący w obliczu toczącej się powszechnie dyskusji o wyzwaniach technologicznych stojących przed starszymi uczestnikami rynku pracy oraz o potencjalnym wykluczeniu cyfrowym. Oznacza to, że najstarsi pracownicy oceniają swoje zdolności lepiej niż osoby w wieku 35-44 lat (64%), i tylko nieco słabiej niż najmłodsze grupy wiekowe - 25-34 (69%) i 18-24 (71%).

Odsetek badanych oceniających pozytywnie posiadane kompetencje cyfrowe



Źródło:

Badanie Pracuj.pl „Cyfrowa ewolucja kariery”, n = 1051. Grupa badanych 45-65 – n=378.

Pozytywnie nastawieni do technologii

Badani 45+ wyróżniają się dużym przekonaniem o wpływie technologii na przyszłość pracy. Najstarsi najczęściej ze wszystkich grup (72% badanych 45+) uważają, że w najbliższej przyszłości kompetencje cyfrowe będą odgrywać coraz większą rolę w życiu zawodowym. Najczęściej uważają także, że osobom o wysokich kompetencjach cyfrowych będzie łatwiej o podwyżki i awanse w bliskiej przyszłości (65%).

Respondenci w wieku 45+ są grupą, która najbardziej pozytywnie ocenia wpływ technologii na większość aspektów życia zawodowego. Najczęściej ze wszystkich grup uważają, że technologie wpłynęły pozytywnie na efektywność wykonywania pracy (66%), dostęp do nowych narzędzi (67%), komunikację ze współpracownikami (67%) czy możliwość pracy z dowolnego miejsca (70%).

Pozytywni cyfrowo. Według osób 45+ technologie...



70%

Mają ogólnie pozytywny wpływ na rynek pracy.



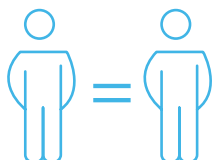
70%

Pozytywnie wpłynęły na dostępność pracy z dowolnego miejsca.



67%

Wpłynęły pozytywnie na dostęp do nowych narzędzi pracy i lepszą komunikację w pracy.



49%

Uważa, że technologie wpłynęły pozytywnie na równe szanse kandydatów na rynku pracy.

Źródło:

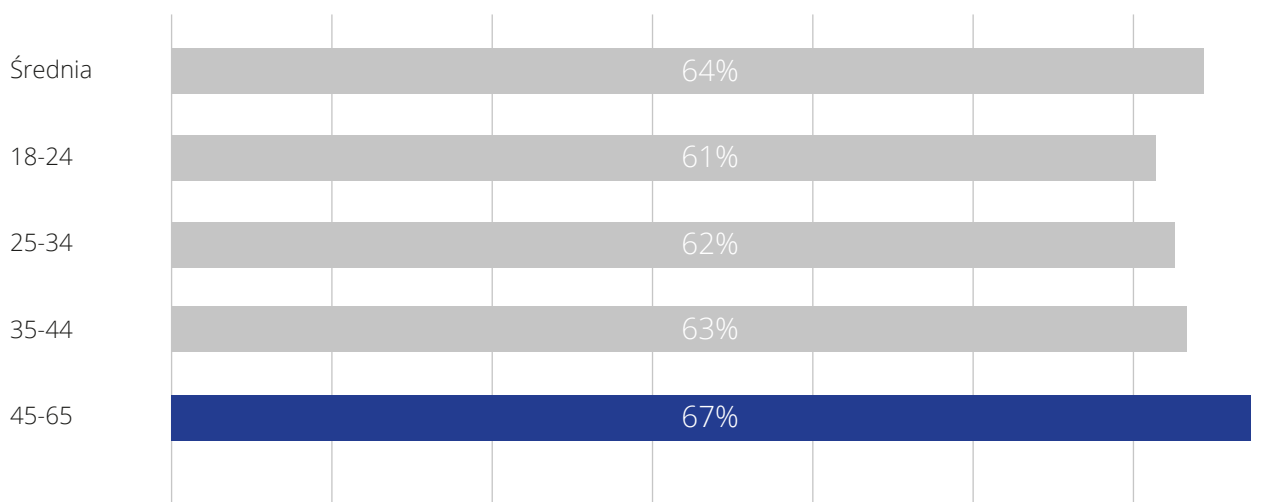
Badanie Pracuj.pl „Cyfrowa ewolucja kariery”, n = 1051. Grupa badanych 45-65 – n=378.

Świadomi wyzwań i luk w wiedzy

Pozytywny stosunek do technologii i ich roli w ułatwianiu życiu pracowników to jedno. Drugą kwestią jest jednak świadomość przewagi, jaką mają młodszy pracownicy dzięki większej biegłości w wykorzystaniu technologii. Znacznie ponad 2/3 badanych z grupy 45+ (67%) przyznaje, że rozwój technologii jest powodem większych trudności na rynku pracy osób 50+ od młodszych uczestników rynku. Ponadto tylko 35% respondentów 45+ uważa, że przekazano im w edukacji szkolnej wiedzę o tym, jak korzystać z narzędzi cyfrowych – to wynik znacznie niższy od odpowiedzi np. najmłodszych badanych (44%).

W efekcie tylko połowa badanych z najstarszej grupy uważa, że technologie wpłynęły pozytywnie na równe szanse kandydatów na rynku pracy. Można zaobserwować więc interesującą rozbieżność między ogólnymi ocenami wpływu technologii na świat pracy w oczach grupy 45+, a oceną wpływu zmian na własną sytuację zawodową w najbliższej przyszłości.

Uważający, że rozwój technologii będzie powodem większych trudności na rynku pracy dla grupy 50+ według grup wiekowych



Źródło:
Badanie Pracuj.pl „Cyfrowa ewolucja kariery”, n = 1051.

Oczekujący wsparcia pracodawców w szkoleniu

Pracownicy 45+ najczęściej ze wszystkich grup wiekowych uważają, że pracodawcy powinni wspierać pracowników w zdobywaniu kompetencji technologicznych (79%). Postawa ta, co zrozumiała, łączy się z tym, że również najczęściej wyrażają oni opinię, że w najbliższej przyszłości pracownicy będą musieli się coraz częściej szkolić, by utrzymać się na rynku pracy (79%). Warto zauważyć, że mimo stereotypowego postrzegania pracowników 45+ jako najbardziej konserwatywnych, są oni największymi zwolennikami wspierania kobiet przez pracodawców w rozwijaniu karier w dziedzinach technicznych, uważanych stereotypowo za „męskie” (68%).

Przyszłość według pracowników 45+. Badani najczęściej ze wszystkich pokoleń uważają, że...



79%

Pracodawcy powinni wspierać pracowników w nabywaniu kompetencji technologicznych.



79%

Pracownicy będą musieli się coraz częściej szkolić, by utrzymać się na rynku pracy.



65%

Część zadań pracowników będzie przejmowana wkrótce przez boty i sztuczną inteligencję.

Źródło:

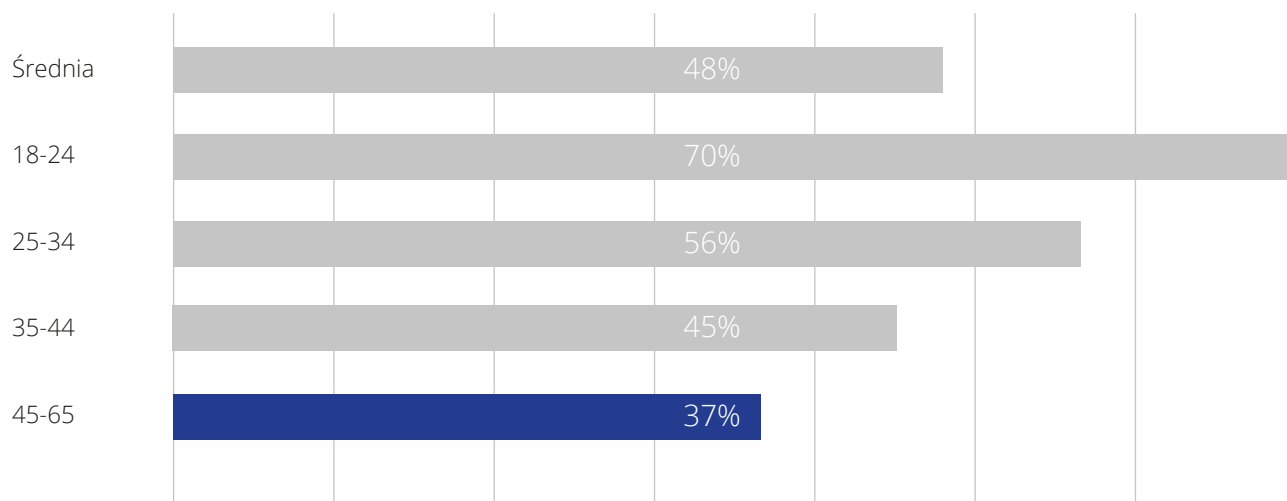
Badanie Pracuj.pl „Cyfrowa ewolucja kariery”, n = 1051. Grupa badanych 45-65 – n=378.

Mniej zorientowani na media społecznościowe

Pracownicy 45+ zdecydowanie najrzadziej ze wszystkich grup wiekowych popierają korzystanie z mediów społecznościowych w pracy zarówno do celów służbowych, jak i prywatnych. Takie rozwiązanie popiera tylko 37% najstarszych badanych – dla porównania średnia wyniosła 48%, a w grupie 18-24 znalazło się aż 70% zwolenników dowolności w używaniu social media w pracy.

Co więcej, w grupie 45+ znajduje się także zdecydowanie największy udział osób, które w ogóle nie sięgają po media społecznościowe w godzinach wykonywania obowiązków – deklaruje to blisko co drugi (46%) respondent wśród najstarszych. Warto także zauważyć, że pracownicy w wieku 45-65 lat najrzadziej spośród wszystkich grup uważali, że kanały takie jak Facebook, Instagram czy LinkedIn to dobre miejsce do znalezienia ciekawej oferty pracy (średnia odpowiedzi 3,7).

Popierający korzystanie w pracy z mediów społecznościowych w celach służbowych i prywatnych - według grup wiekowych



Źródło:

Badanie Pracuj.pl „Cyfrowa ewolucja kariery”, n = 1051. Grupa badanych 45-65 – n=378.



W 2020 roku osoby w wieku 50+ stanowiły 37% populacji krajów OECD, a do 2050 roku udział ten urośnie do 45%. Analitycy tej organizacji podkreślają, że w latach 2009-2019 liczba firm zgłaszających niedobór odpowiednich talentów wzrósł z 30% do 54%. Dlatego w obliczu rosnącej liczby osób ze starszych grup wiekowych na rynku pracy tak ważne jest, by wspierać szkolenie i aktywizację zawodową doświadczonych pracowników.



Agata Grzejda

Ekspertka ds. komunikacji wewnętrznej

Technologie nie są zarezerwowane dla młodych

Cyfryzacja dotyczy wszystkich pracowników i kandydatów, niezależnie od wieku. Większość prognoz przyszłości zakłada kilka kluczowych trendów: starzenie się społeczeństwa, idący za nim rosnący średni wiek zakończenia kariery zawodowej, wzrost znaczenia kompetencji cyfrowych i coraz szybszą ewolucję zawodów dostępnych na rynku pracy. Profesje będą znikać, a w ofertach pracy – pojawiać się coraz częściej wymagania nowych umiejętności.

Respondenci Pracuj.pl w wieku 45+ w obliczu zachodzących zmian zachowują optymizm i dostrzegają pozytywne efekty postępu technologicznego. Przyjmowane przez nich postawy mogą stanowić dla pracodawców dobry fundament do wykorzystywania ich kompetencji i doświadczenia na nowych polach, przy uzupełnieniu wiedzy kandydatów w ramach szkoleń i kursów. Aby tak jednak się stało, już dziś muszą być rozwijane programy szkoleniowe i działania zorientowane na pracowników tzw. silver generation.

Niezależnie od postaw badanych trzeba zauważyć, że pracownicy ze starszych roczników stają przed dużymi wyzwaniami technologicznymi, w których wsparcia powinni im udzielić pracodawcy i których powinny dotyczyć rozwiązania systemowe. Osoby w starszym wieku mogą podchodzić czasem do pewnych rewolucji w karierze konserwatywnie – badania pokazują jednak, że przy odpowiednim wsparciu udana zmiana zawodowa 45+ jest możliwa.

the:protocol

nowy serwis
od Pracuj.pl

Serwis Pracuj.pl uruchomił the:protocol – wyjątkowy portal dedykowany kandydatom z branży IT i rekrutującym ich firmom. Nowe rozwiązanie dostępne jest w wersji beta i zostało stworzone od podstaw z myślą o specyficznych potrzebach specjalistów IT oraz pracodawców poszukujących talentów w branży cyfrowej.

[Sprawdź szczegóły](#)



Wspólna przestrzeń komunikacji
kandydatów i pracodawców
branży IT



Konkret:
Oferty skupione
na kluczowych
informacjach
o stanowisku pracy



Wygoda:
Wyszukiwanie ogłoszeń
po widelkach, języku
i technologii



Prosty design:
wybór trybu nocnego,
przeglądanie ofert
w jednym widoku



Efektywność:
Wsparcie opiekuna
w przygotowaniu
oferty i monitoring
efektów na
3 etapach



Rozwój:
bieżący rozwój serwisu
zgodnie z potrzebami
użytkowników

O raporcie

Raport „Cyfrowa ewolucja kariery. Technologie w pracy w oczach Polaków” oparty został na wynikach badania przeprowadzonego w styczniu 2021 przez ARC Rynek i Opinia na zlecenie portalu Pracuj.pl. Badanie przeprowadzono metodą CAWI (profesjonalnego formularza internetowego) na próbie 1051 osób, reprezentatywnej dla populacji osób czynnych zawodowo w wieku 18-65 lat pod względem płci, wieku, poziomu wykształcenia i wielkości miejscowości.

Badanie miało na celu poznanie opinii czynnych zawodowo Polaków na temat różnych aspektów technologii i cyfryzacji w kontekście życia zawodowego. Badacze zmierzali opinie i postawy respondentów przyjmowane wobec narzędzi wykorzystywanych przy rekrutacji, indywidualnych kompetencji cyfrowych, wykorzystania mediów społecznościowych w pracy, sztucznej inteligencji, kursów i szkoleń prowadzonych online, a także wpływu technologii na przyszłość rynku pracy.

Kontakt:

Aleksandra Skwarska

Starszy specjalista ds. PR i CSR

Grupa Pracuj

tel: +48 698 171 306

email: aleksandra.skwarska@pracuj.pl