

Regeneracja czy tryb czuwania?



Urlopy specjalistów i managerów
w 2026 roku

RAPORT 2026




wakacje.pl

Partner badania

Spis treści

Wstęp	3
O badaniu i respondentach	4
Najważniejsze wnioski	5
Wakacyjne plany: urlop pozostaje ważnym punktem w roku	6
Gdzie chcemy odpoczywać?	7
Budżet wakacyjny	8
Co decyduje o wyborze miejsca wypoczynku?	9
Po co jedziemy na wakacje?	11
Czy urlop nas stresuje?	12
Urlop bez wylogowania	13
Przygotowanie do powrotu	16
Benefity wakacyjne	18
Workation	20
Urlop jako test kultury organizacyjnej	21
Rekomendacje dla pracodawców	22
Podsumowanie	23

Wstęp

Wakacje są jednym z najbardziej oczywistych symboli odpoczynku. Kojarzą się ze zmianą otoczenia, oderwaniem od codziennych obowiązków, regeneracją i czasem spędzonym z bliskimi. W praktyce coraz częściej okazuje się, że urlop nie zawsze oznacza pełne odłączenie się od pracy. Służbowy telefon, skrzynka mailowa, komunikatory, media społecznościowe o profilu zawodowym czy poczucie odpowiedzialności za sprawy firmowe sprawiają, że granica między czasem wolnym a pracą bywa trudna do utrzymania.

Badanie HRK dotyczące wakacyjnych planów Polaków w 2026 roku pokazuje, że urlop jest ważnym elementem życia zawodowego i prywatnego. Większość respondentów planuje co najmniej jeden dłuższy wypoczynek, a dominującym celem wyjazdów jest relaks. Jednocześnie wyniki pokazują także mniej oczywistą stronę wakacji: co czwarta osoba zamierza podczas

urlopu pozostawać w kontakcie z pracodawcą, a część badanych przygotowuje się do powrotu do obowiązków zawodowych jeszcze przed zakończeniem wypoczynku.

Z perspektywy pracodawców i działów HR wyniki badania są ważnym sygnałem. Urlop nie jest wyłącznie formalnym prawem pracownika ani pozycją w systemie kadrowym. To realny test kultury organizacyjnej, jakości zarządzania, dojrzałości managerskiej i podejścia firmy do dobrostanu pracowników. Organizacja, która deklaruje troskę o work-life balance, powinna tworzyć takie warunki, w których pracownik może nie tylko wziąć urlop, ale także rzeczywiście odpocząć.

Życzymy owocnej lektury!
Zespół HRK S.A.



O badaniu i respondentach

W badaniu wzięło udział 276 respondentów. Ankieta została przeprowadzona wśród specjalistów i managerów, czyli osób, które na co dzień funkcjonują w środowisku zawodowym wymagającym odpowiedzialności, planowania zadań i współpracy z innymi. To ważny kontekst interpretacyjny, ponieważ właśnie w tych grupach szczególnie wyraźnie widać napięcie między potrzebą odpoczynku a poczuciem odpowiedzialności za sprawy zawodowe.

Badanie prowadzone było metodą CAWI (ang. Computer Assisted Web Interview). Największą grupę w badaniu stanowiły osoby w wieku 35-44 lata, odpowiadające za 36,2 proc. próby.

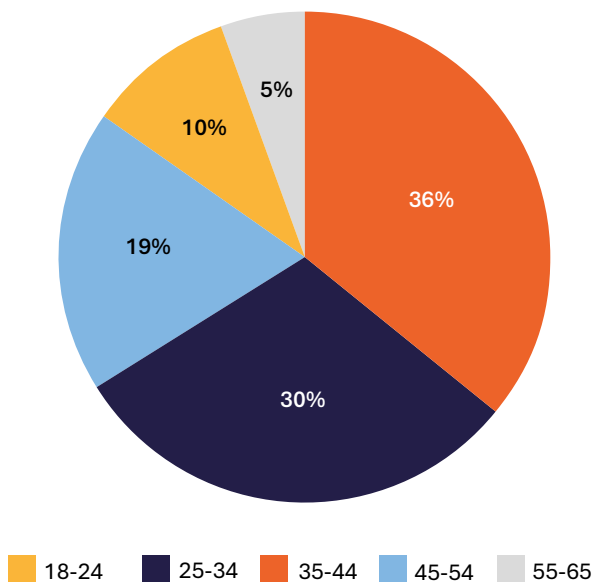
Kolejną liczną grupą byli respondenci w wieku 25-34 lata, stanowiący 30,1 proc. badanych. Osoby w wieku 45-54 lata odpowiadały za 18,5 proc. próby, grupa 18-24 lata za 9,8 proc., a osoby w wieku 55-65 lat za 5,4 proc.

W badaniu wzięły udział przede wszystkim kobiety, które stanowiły 72,8 proc. respondentów. Mężczyźni odpowiadali za 26,4 proc. próby, a 0,7 proc. badanych wskazało inną odpowiedź.

Płeć



Wiek



Najważniejsze wnioski

- **Badani chcą korzystać z dłuższego wycieczku.**

48,2 proc. respondentów deklaruje, że w tym roku planuje dwa co najmniej 7-dniowe urlopy, 28,6 proc. decyduje się na jeden taki urlop, a 14,5 proc. trzy.

- **Najczęściej wybierany format urlopu to tydzień lub dwa tygodnie.**

Tygodniowy wypoczynek planuje 42 proc. badanych, a dwutygodniowy 39,5 proc.

- **Najpopularniejszym kierunkiem są wakacje za granicą.**

Taki plan ma 75,4 proc. respondentów. Urlop w Polsce poza miejscem zamieszkania wskazuje 41,3 proc., a wypoczynek w domu 12,0 proc.

- **Półowa respondentów planuje przeznaczyć na wakacje od 2 do 5 tys. zł na osobę.**

Budżet od 5001 do 10 000 zł wskazuje 22,1 proc., poniżej 2 tys. zł 19,6 proc., a powyżej 10 tys. zł 8,3 proc.

- **Głównym celem wakacyjnego wyjazdu jest relaks.**

Wskazuje go 83,3 proc. badanych. Kolejne istotne motywacje to zwiedzanie i poznawanie nowych miejsc oraz spędzanie czasu z bliskimi.

- **Co piąty respondent, 20,3 proc., deklaruje, że zbliżający się urlop wywołuje u niego stres.**

W tej grupie wyraźnie częściej pojawia się plan kontaktu z pracodawcą podczas wycieczku.

- **Co czwarty badany, 25,0 proc., zamierza podczas urlopu pozostawać w kontakcie z pracodawcą.**

Sprawdza e-mail, telefon służbowy lub media społecznościowe o profilu zawodowym.

- **Wśród osób planujących kontakt z pracą podczas urlopu 31,9 proc. chce robić to kilka razy w tygodniu.**

30,4 proc. badanych chce utrzymywać kontakt codziennie, 23,2 proc. sporadycznie, a 14,5 proc. kilka razy dziennie.

- **47,1 proc. respondentów przygotowuje się do powrotu do obowiązków zawodowych po urlopie.**

Najczęściej oznacza to planowanie pracy przed urlopem tak, aby po powrocie minimalizować zaległości.

- **Ponad połowa badanych, 58,0 proc., deklaruje, że ich pracodawca nie oferuje benefitów związanych z wakacjami.**

28,6 proc. wskazuje, że takie benefity są dostępne, a 13,4 proc. nie wie, czy może z nich korzystać.

- **Workation pozostaje rozwiązaniem niszowym i w badaniu w 2026 roku jest deklarowane rzadziej niż rok wcześniej.**

W 2026 roku korzystanie z niego planuje 15,6 proc. respondentów, wobec 19,3 proc. w badaniu z 2025 roku.

Wakacyjne plany: urlop pozostaje ważnym punktem w roku

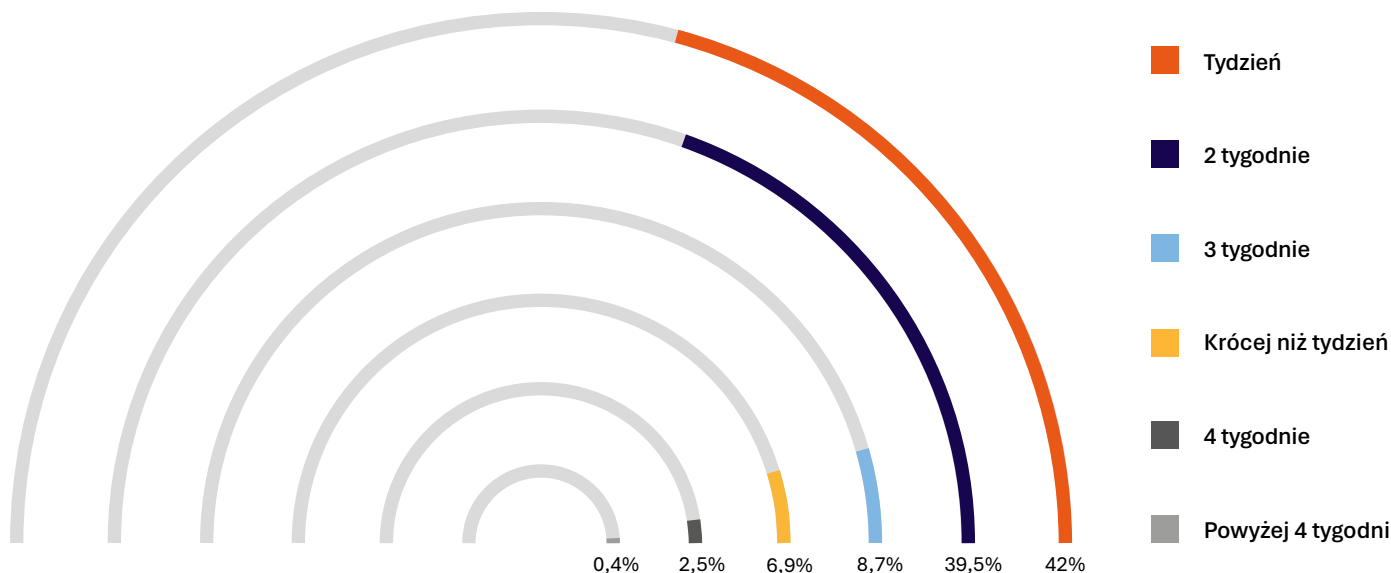
Jednym z podstawowych wskaźników pokazujących stosunek badanych do wakacyjnego wypoczynku jest liczba planowanych co najmniej 7-dniowych urlopów. Wyniki potwierdzają, że większość respondentów nie ogranicza się do pojedynczej krótkiej przerwy. Największa grupa, 48,2 proc., planuje w 2026 roku dwa urlopy trwające co najmniej tydzień. Jeden taki urlop planuje 28,6 proc. badanych, a trzy 14,5 proc. Cztery urlopy wskazało 2,2 proc., pięć 0,7 proc., a powyżej pięciu 1,1 proc. respondentów. Brak planów dotyczących co najmniej 7-dniowego urlopu zadeklarowało 4,7 proc. badanych.

Dane te mówią, że **dłuższy odpoczynek pozostaje dla respondentów ważnym elementem organizacji roku**. Warto jednak zwrócić uwagę, że planowanie urlopu nie zawsze oznacza

jego wykorzystanie jako czasu pełnej regeneracji. Współczesna praca, szczególnie w zawodach opartych na wiedzy, komunikacji i odpowiedzialności za projekty, często nie kończy się w momencie ustawienia autorespondera.

Najczęściej planowany wakacyjny wypoczynek ma trwać **tydzień**. Taką odpowiedź wskazało 42,0 proc. badanych. Niewiele mniej, 39,5 proc., planuje dwutygodniowy urlop. Trzy tygodnie wskazało 8,7 proc., krócej niż tydzień 6,9 proc., cztery tygodnie 2,5 proc., a powyżej czterech tygodni 0,4 proc. respondentów.

Jakiej długości wypoczynek planujesz w 2026 r.?



Tydzień i dwa tygodnie to dwa dominujące formaty urlopu. Z perspektywy regeneracji różnica między nimi może być istotna. Krótszy, tygodniowy wypoczynek często pozwala na zmianę otoczenia i chwilowe złapanie dystansu, ale przy wysokim poziomie obciążenia zawodowego może okazać się

niewystarczający, aby organizm i psychika rzeczywiście przeszły z trybu pracy do trybu odpoczynku. Dwutygodniowy urlop daje większą szansę na pełniejsze odłączenie, pod warunkiem, że nie jest przerywany służbowymi telefonami, mailami czy koniecznością monitorowania bieżących spraw.

Gdzie chcemy odpoczywać?

Zagranica wygrywa z wypoczynkiem w kraju

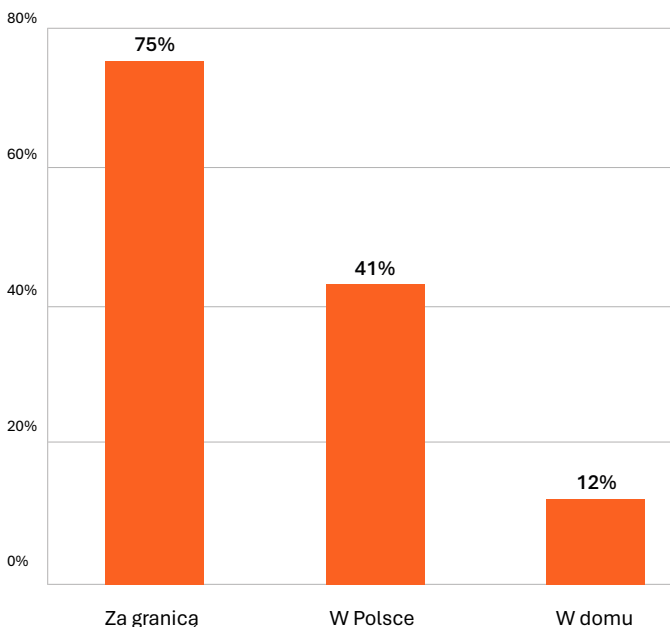
Najpopularniejszym kierunkiem wakacyjnego wypoczynku wśród respondentów są wyjazdy zagraniczne. Planuje je 75,4 proc. badanych. Urlop w Polsce, ale poza miejscem stałego zamieszkania, wskazało 41,3 proc. respondentów. 12,0 proc. planuje wypoczynek w domu.

Tak wysoki odsetek osób planujących urlop za granicą pokazuje, że dla wielu respondentów wakacje są nie tylko przerwą od pracy, lecz także okazją do zmiany otoczenia, eksplorowania nowych miejsc i wyjścia poza codzienną rutynę. Potwierdzają to wyniki dotyczące celów wyjazdu. Zwiedzanie i poznawanie

nowych miejsc znalazło się na drugim miejscu wśród najczęściej wskazywanych powodów wakacyjnych podróży.

Urlop w Polsce pozostaje jednak istotną opcją. Wybiera go ponad czterech na dziesięciu badanych. Może to oznaczać zarówno dłuższe wyjazdy krajowe, jak i krótsze pobyty uzupełniające główny urlop. Z kolei wypoczynek w domu, wskazany przez 12,0 proc. respondentów, może mieć różne znaczenia: od świadomej decyzji związanej z potrzebą spokoju po wybór wynikający z ograniczeń finansowych, rodzinnych lub organizacyjnych.

Gdzie planujemy spędzić wakacyjny wypoczynek?



Z perspektywy rynku pracy miejsce spędzania urlopu nie ma wpływu na realny odpoczynek pracowników i pracowniczek. Wyjazd, zwłaszcza zagraniczny, może sprzyjać odłączeniu od codzienności, ale **nie gwarantuje odciążenia od obowiązków zawodowych**. Pracownik z laptopem i służbowym telefonem może być równie dostępny na plaży, w hotelu czy w górskim pensjonacie, jak w domu. Dlatego coraz ważniejsze staje się nie tylko pytanie o to, dokąd wyjeżdżamy, ale także czy potrafimy zostawić pracę tam, gdzie jej miejsce.

*pytanie wielokrotnego wyboru

Budżet wakacyjny: między potrzebą odpoczynku a racjonalną kalkulacją

Wakacje są dla wielu gospodarstw domowych jednym z większych wydatków w roku. W badaniu połowa respondentów zadeklarowała, że planuje przeznaczyć na wakacje od 2 do 5 tys. zł na osobę. 22,1 proc. wskazało budżet od 5001 do 10 000 zł, 19,6 proc. planuje wydać poniżej 2 tys. zł, a 8,3 proc. powyżej 10 tys. zł na osobę.

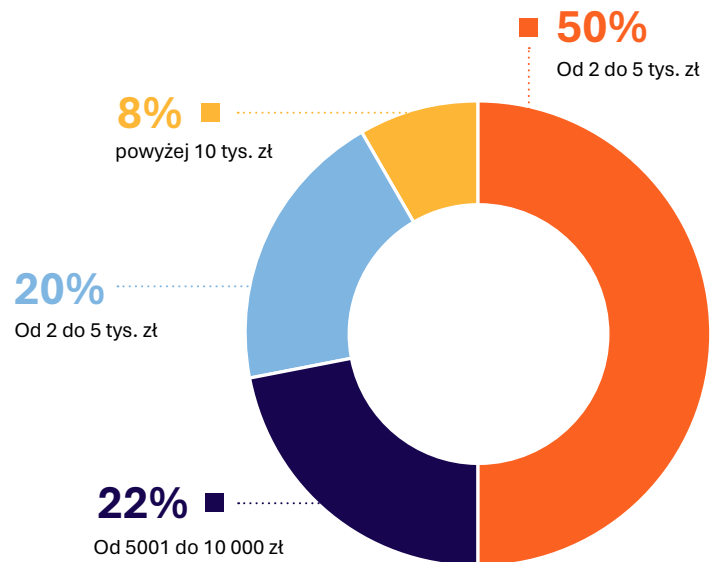
Dominacja przedziału 2-5 tys. zł pokazuje, że badani planują wakacje w sposób relatywnie umiarkowany finansowo. Nie oznacza to rezygnacji z wyjazdów, ponieważ jednocześnie większość respondentów chce wyjechać za granicę. Może to jednak świadczyć o większej uważności kosztowej,

porównywaniu ofert, wcześniejszym planowaniu oraz szukaniu rozwiązań, które pozwalają połączyć jakość wypoczynku z kontrolą wydatków.

Koszty są ważnym elementem decyzji urlopowych. Cena zakwaterowania została wskazana przez 50,7 proc. respondentów, cena dojazdu przez 38,8 proc., a koszt dóbr i usług przez 29,3 proc. badanych. Czynniki finansowe nie są jednak jedynymi ani najważniejszymi kryteriami wyboru. Najczęściej wskazywanym elementem był klimat, wybrany przez 67,4 proc. respondentów.

ILE PLANUJEMY WYDAĆ NA WAKACYJNY WYPOCZYNEK?

Można więc powiedzieć, że decyzje urlopowe badanych są **wynikiem kompromisu między potrzebą jakościowego odpoczynku a racjonalną kalkulacją**. Respondenci chcą wypoczywać w miejscach atrakcyjnych, komfortowych i odpowiadających ich oczekiwaniom, ale jednocześnie zwracają uwagę na konkretne koszty: nocleg, transport, ceny na miejscu. W praktyce oznacza to, że wakacje są planowane coraz bardziej świadomie, podobnie jak inne ważne wydatki życiowe.



Co decyduje o wyborze miejsca wypoczynku?

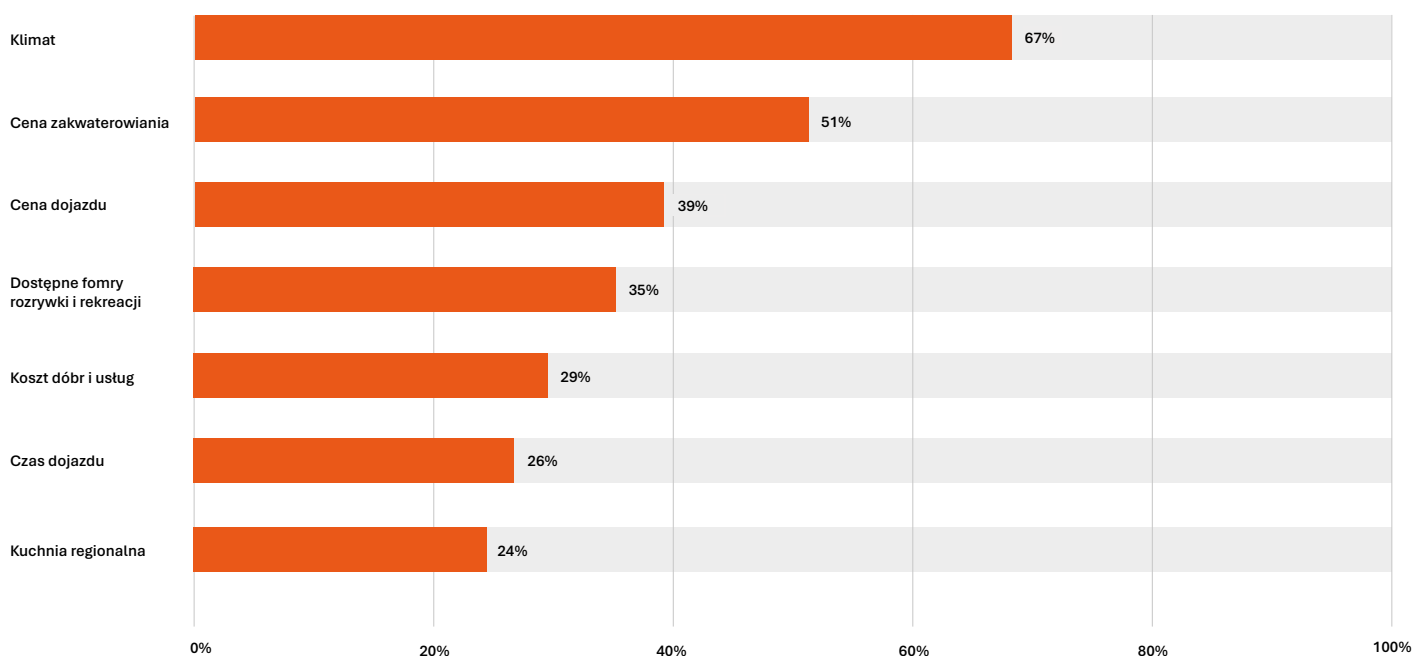
Najczęściej wskazywanym czynnikiem wpływającym na wybór miejsca wypoczynku jest **klimat**. Wybrało go 67,4 proc. respondentów. Na drugim miejscu znalazła się cena zakwaterowania, wskazana przez 50,7 proc. badanych. Kolejne czynniki to cena dojazdu, którą wybrało 38,8 proc. respondentów, dostępne formy rozrywki i rekreacji 34,8 proc., koszt dóbr i usług 29,3 proc., czas dojazdu 26,4 proc. oraz kuchnia regionalna 23,6 proc.

Klimat jako najczęściej wskazywany czynnik można interpretować szerzej niż tylko pogodę. Dla wielu osób oznacza on prawdopodobnie pewność warunków sprzyjających odpoczynkowi, możliwość spędzania czasu na zewnątrz, oderwanie od codzienności i poczucie wakacyjnej zmiany. To szczególnie ważne w kontekście potrzeby regeneracji.

Cena zakwaterowania jako drugi najważniejszy czynnik pokazuje jednak, że atrakcyjność miejsca musi mieścić się w określonych ramach budżetowych. Nocleg jest jednym z największych kosztów wyjazdu, dlatego jego cena może decydować o wyborze kierunku, standardu pobytu lub długości urlopu. Podobne znaczenie mają cena dojazdu i koszty dóbr oraz usług na miejscu.

Interesujące jest także miejsce dostępnych form rozrywki i rekreacji. Wskazało je 34,8 proc. respondentów. Oznacza to, że część badanych poszukuje miejsc, które nie tylko pozwalają odpocząć, ale też oferują konkretne aktywności, atrakcje i możliwości spędzania czasu. Jednocześnie aktywny wypoczynek jako główny cel wyjazdu wskazało 28,3 proc. badanych, co pokazuje, że rekreacja jest ważna, ale nie dominuje nad potrzebą relaksu.

Co decyduje o wyborze miejsca wypoczynku?



*pytanie wielokrotnego wyboru



Marzena Buczkowska-German,
CEE Head of PR & Communication
Wakacje.pl



Pogoda jako czynnik decydujący o wyborze miejsca wypoczynku faktycznie odgrywa wśród polskich turystów coraz większą rolę. O ile, jeszcze kilka lat temu, wszyscy marzyli o wypoczynku na gorącej plaży, o tyle teraz widać bardziej równomierne rozłożenie natężenia podróży. Jest to związane z różnymi potrzebami klientów. O ile nadal największa grupa osób wybiera się na urlop w okresie letnim, w czasie wakacji szkolnych, to coraz wyraźniej widać wzrost zainteresowania podróżami przed i po sezonie, kiedy typowe kierunki wypoczynkowe w basenie Morza Śródziemnego gwarantują już dobre warunki do spędzania czasu na zewnątrz. Malta, Hiszpania, Cypr, Włochy czy Turcja to dzisiaj destynacje całoroczne. O ile latem przyciągają głównie miłośników morskich i słonecznych kąpiei, o tyle wiosną, jesienią i zimą są świetnym miejscem dla osób, które chcą zwiedzać i uprawiać turystykę aktywną. Temperatury oscylujące w granicach 20 st. bardzo do tego zachęcają, podobnie jak fakt, że wówczas zazwyczaj odwiedzających jest mniej, a to oznacza mniejsze kolejki do atrakcji turystycznych, restauracji i generalnie niższe ceny, które mogą być nawet o 50 proc. atrakcyjniejsze w porównaniu z tymi ze szczytu sezonu.

Często w deklaracjach respondentów pojawia się stwierdzenie, że na decyzję o wyjeździe wpływ mają właśnie koszty. Z obserwacji Wakacje.pl wynika, że raczej liczy się stosunek ceny do jakości. Nasze statystyki pokazują, że Polacy preferują

zakwaterowanie w hotelach wyższej kategorii – cztero- i pięciogwiazdkowych, ale faktycznie poszukują obiektów, które spełniają ich wymagania w odniesieniu do jakości i zakresu świadczonych usług. Ma to szczególne znaczenie wśród rodzin, które poszukują obiektów gwarantujących świetną zabawę dzieciom. I tu warto wspomnieć o jeszcze jednym trendzie – tzw. „sprytnych” wyjazdach – czyli podróżach w okresie wolnym od szkoły, ale jeszcze przed szczytem sezonu letniego czy zimowego. Mowa o wycieczkach w czasie egzaminu ósmoklasisty i matur, które odbywają się w maju. To już nie majówka, co pozwala zaoszczędzić na kosztach podróży, z drugiej strony moment, kiedy można zabrać dzieci na pierwszy letni wypoczynek bez straty lekcji.

Kolejną grupą, która podróżuje jeszcze przed wakacjami, są maturzyści – tu najlepiej sprawdzają się oferty z programem all inclusive, które zapewniają całodzienne wyżywienie, napoje bezalkoholowe i drinki oraz dostęp do różnych animacji i programów sportowych organizowanych na terenie danego obiektu. Rodziny z dziećmi chętnie wybierają się także na krótkie wypady typu city break w czasie długich weekendów – majówki, czerwcowki (weekend z Bożym Ciałem), ale także w październiku w okresie obejmujących Dzień Nauczyciela, czy później w listopadzie.

Po co jedziemy na wakacje? Odpoczynek, nowe miejsca i czas z bliskimi

Najważniejszym celem wyjazdu wakacyjnego jest **wypoczynek i relaks**. Taką odpowiedź wskazało 83,3 proc. respondentów. To najbardziej jednoznaczny wynik w tej części badania. Pokazuje, że dla zdecydowanej większości badanych wakacje mają przede wszystkim funkcję regeneracyjną. Wyjazd ma być sposobem na odzyskanie energii, odpoczynek psychiczny i fizyczny oraz przerwanie codziennego rytmu obowiązków.

Drugim najczęściej wskazywanym celem jest zwiedzanie i poznawanie nowych miejsc. Wybrało go 63,4 proc. respondentów. Trzecim jest spędzenie czasu z bliskimi, wskazane przez 59,4 proc. badanych. Te trzy odpowiedzi tworzą obraz wakacji jako czasu, który łączy regenerację, doświadczenie i relacje. Respondenci chcą odpocząć, ale niekoniecznie biernie. Chcą zmienić otoczenie, poznawać nowe miejsca i być z osobami ważnymi w ich życiu.

Aktywny wypoczynek, na przykład sport, wskazało 28,3 proc. badanych. To istotna grupa, ale wyraźnie mniejsza niż ta, która wybiera relaks, zwiedzanie czy czas z bliskimi. Edukację, kursy i warsztaty wskazało 3,6 proc. respondentów, co pokazuje, że wakacje rzadko są planowane jako czas formalnego rozwoju czy zdobywania nowych kompetencji.

Z perspektywy organizacji wyniki pokazują, czego pracownicy oczekują od urlopu. Nie chodzi wyłącznie o nieobecność w pracy. Chodzi o doświadczenie, które ma przywrócić zasoby: energię, uwagę, cierpliwość, kreatywność i gotowość do działania. Jeżeli podczas urlopu pracownik nadal pozostaje mentalnie w pracy, podstawowa funkcja wakacji zostaje osłabiona.



Czy urlop nas stresuje?

Czy urlop nas stresuje? Dla większości respondentów **zbliżający się urlop nie jest źródłem stresu**. Taką odpowiedź wskazało 79,7 proc. badanych. Jednocześnie 20,3 proc. deklaruje, że **urlop wywołuje u nich obawy**. To wynik, którego nie należy pomijać. Co piąta osoba doświadcza napięcia związanego z czymś, co z definicji powinno służyć odpoczynkowi.

Stres urlopowy może mieć wiele źródeł. Część z nich dotyczy samej organizacji wyjazdu: kosztów, logistyki, podróży, opieki nad dziećmi, zdrowia, bezpieczeństwa czy niepewności związanej z planami. Jednak w kontekście rynku pracy szczególnie istotne są te źródła stresu, które wynikają z obowiązków zawodowych.

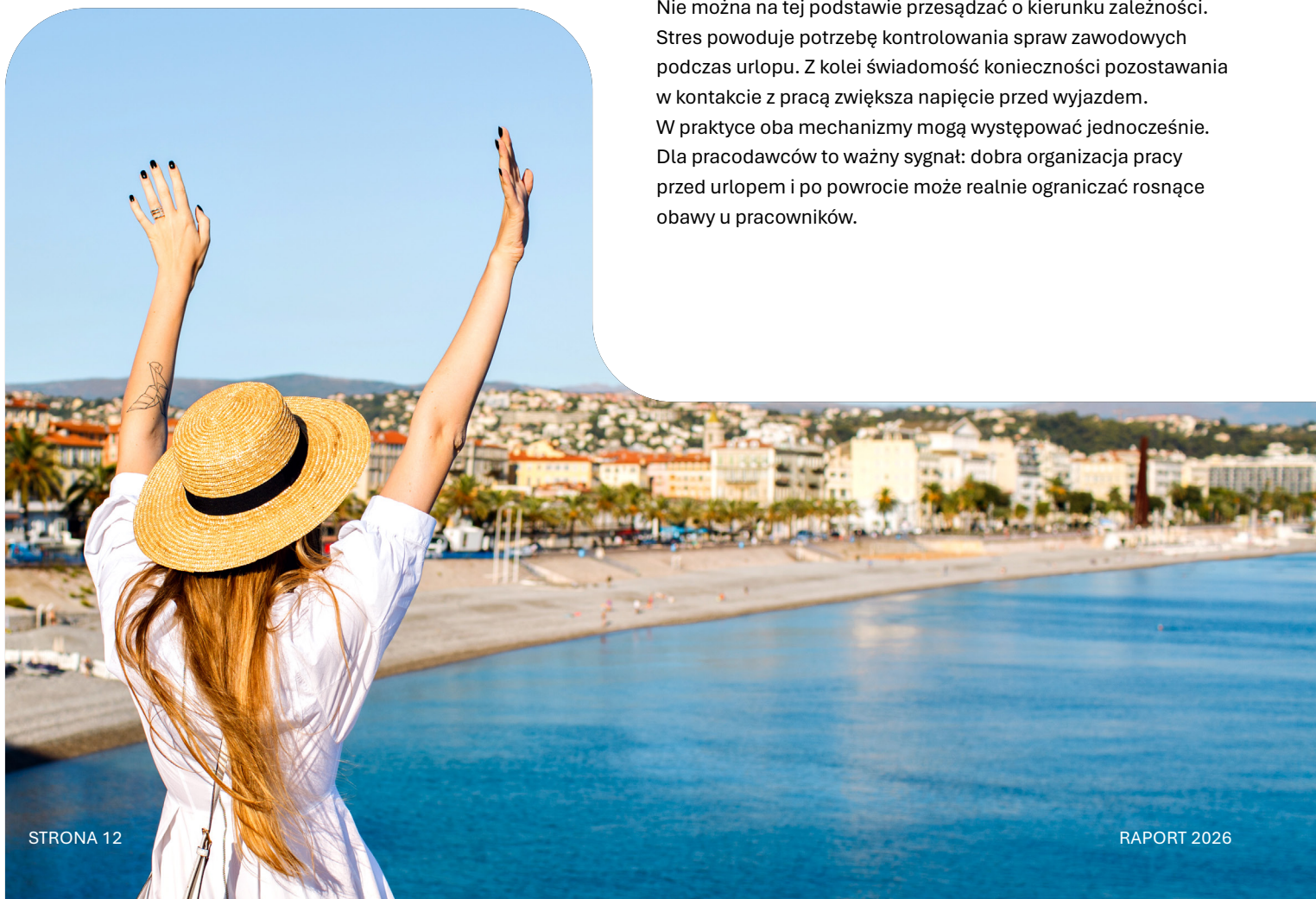
Należą do nich zaległości przed urlopem, konieczność zamknięcia wielu zadań w krótkim czasie, brak zastępstwa, poczucie, że po powrocie czeka duża liczba spraw, a także przekonanie, że mimo formalnego urlopu trzeba będzie być dostępnym.

Badanie pokazuje ważną zależność: osoby, które odczuwają stres związany ze zbliżającym się urlopem, wyraźnie częściej planują kontakt z pracodawcą podczas wypoczynku. W tej grupie 39,3 proc. respondentów deklaruje zamiar pozostawiania w kontakcie z pracą. Wśród osób, które nie odczuwają stresu urlopowego, odsetek ten wynosi 21,4 proc.

CZY ODCZUWAMY STRES ZWIĄZANY Z WYJAZDEM NA URLOP?



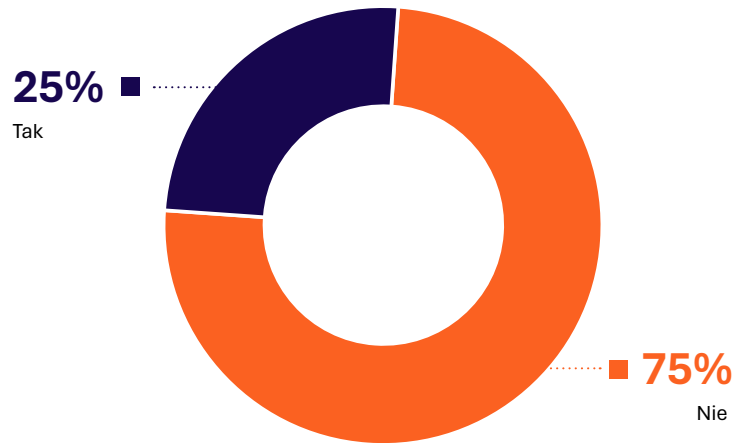
Nie można na tej podstawie przesądzać o kierunku zależności. Stres powoduje potrzebę kontrolowania spraw zawodowych podczas urlopu. Z kolei świadomość konieczności pozostawiania w kontakcie z pracą zwiększa napięcie przed wyjazdem. W praktyce oba mechanizmy mogą występować jednocześnie. Dla pracodawców to ważny sygnał: dobra organizacja pracy przed urlopem i po powrocie może realnie ograniczać rosnące obawy u pracowników.



Urlop bez wylogowania: kontakt z pracą podczas wypoczynku

Jednym z najbardziej wymownych wyników badania jest to, że 1/4 respondentów planuje podczas urlopu pozostawać w kontakcie z pracodawcą. Kontakt ten obejmuje sprawdzanie e-maila, telefonu służbowego lub mediów społecznościowych o profilu zawodowym. W opozycji stoi 75,0 proc. badanych, którzy nie planują takiej dostępności.

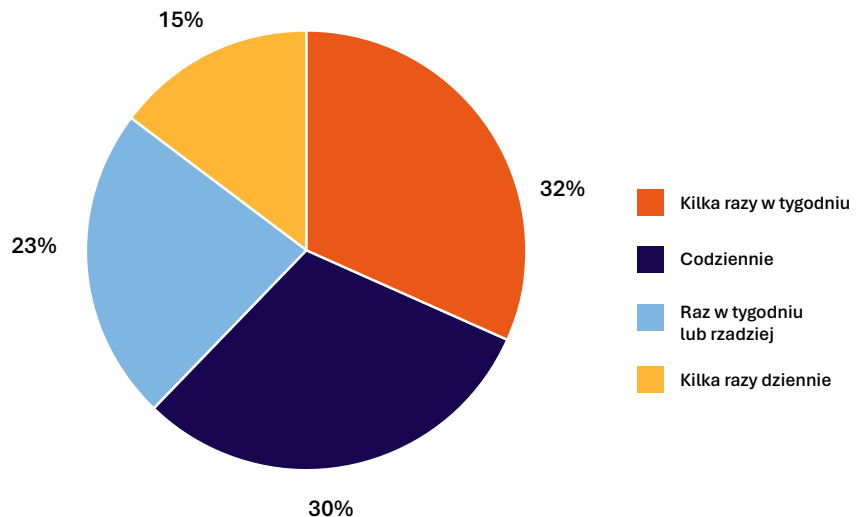
CZY PLANUJESZ KONTAKTOWAĆ SIĘ Z PRACODAWCĄ PODCZAS WAKACJI?



Z jednej strony trzy czwarte respondentów deklaruje, że nie zamierza kontaktować się z pracą, co można uznać za pozytywny sygnał. Z drugiej strony jedna czwarta badanych to nadal znacząca grupa. W praktyce oznacza to, że dla wielu pracowników urlop nie jest czasem całkowitego odłączenia, lecz okresem zmniejszonej aktywności zawodowej. Różnica jest istotna. Odpoczynek wymaga nie tylko fizycznej nieobecności w biurze, ale też przerwania cyklu reagowania na bodźce zawodowe.

Wśród osób, które planują kontakt z pracodawcą podczas urlopu, najczęściej zamierza robić to kilka razy w tygodniu. Tak odpowiedziało 31,9 proc. tej grupy. 30,4 proc. planuje kontakt codzienny, 23,2 proc. sporadyczny, czyli raz w tygodniu lub rzadziej, a 14,5 proc. kilka razy dziennie. Oznacza to, że znaczna część osób deklarujących kontakt z pracą nie zakłada jedynie wyjątkowej dostępności w sytuacjach kryzysowych. Mówi raczej o regularnym monitorowaniu spraw zawodowych.

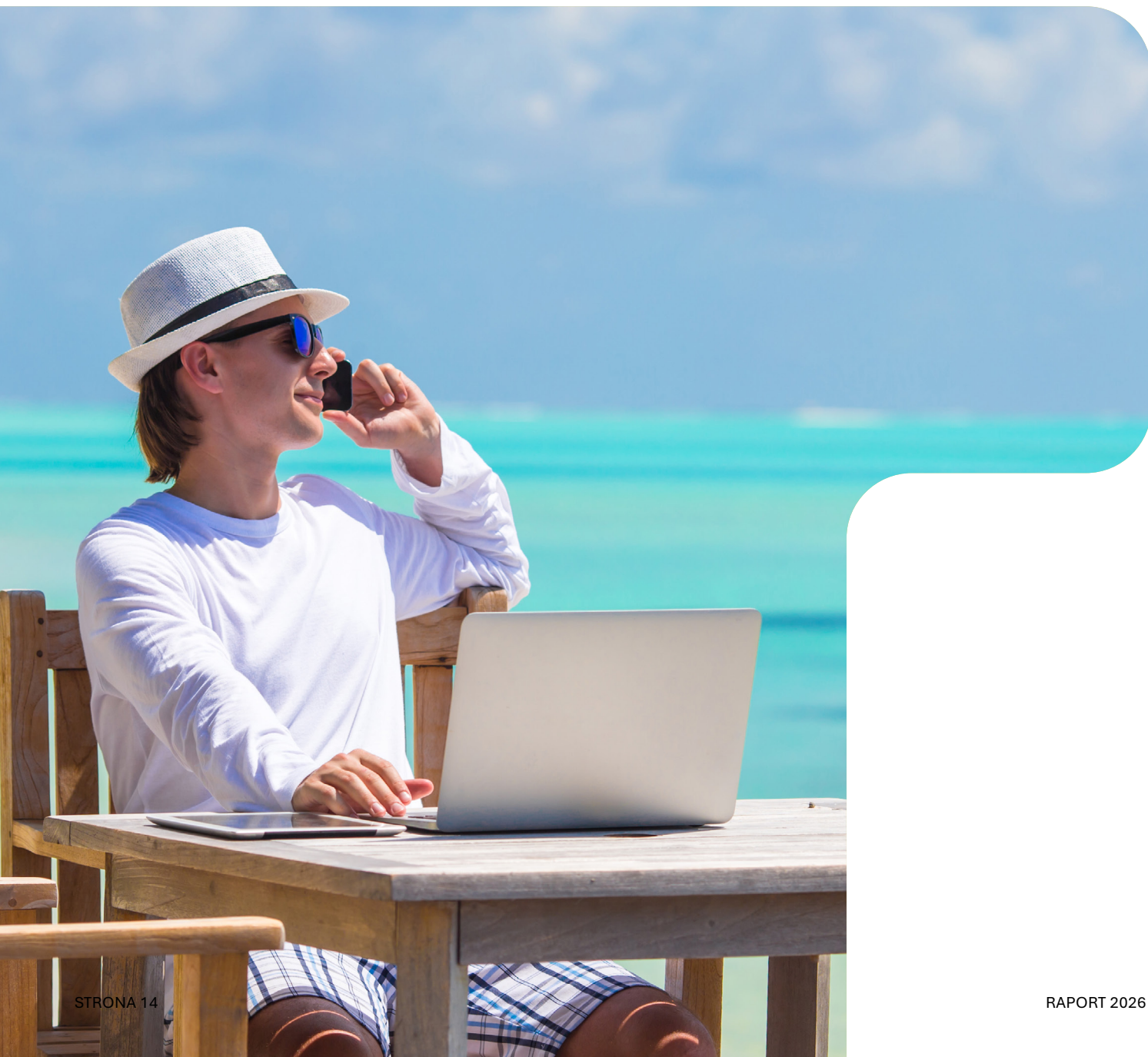
JAK CZĘSTO PLANUJESZ KONTAKTOWAĆ SIĘ Z PRACODAWCĄ?



To zjawisko ma istotne konsekwencje dla jakości regeneracji. Sprawdzenie poczty służbowej nie zawsze oznacza wykonanie zadania, ale prawie zawsze oznacza uruchomienie myślenia o pracy. Jedna wiadomość może przywrócić napięcie, przypomnieć o niedokończonych sprawach, wywołać potrzebę reakcji lub poczucie odpowiedzialności. Nawet jeśli pracownik nie odpowie natychmiast, jego uwaga może zostać odciągnięta od odpoczynku.

W badaniu widać także różnice między grupami respondentów. Mężczyźni częściej niż kobiety deklarują zamiar kontaktu z pracą podczas urlopu. Wśród mężczyzn taką odpowiedź wskazało

35,6 proc., a wśród kobiet 21,4 proc. Różnice widoczne są również w grupach wiekowych. Najwyższy odsetek planowanego kontaktu z pracą pojawia się wśród osób w wieku 45-54 lata, gdzie wynosi 31,4 proc., oraz w grupie 35-44 lata, gdzie wynosi 29,0 proc. Ze względu na strukturę próby wyniki te należy traktować jako obserwacje w badanej próbie, a nie podstawę do daleko idących uogólnień.





Anna Wygaś,
ekspertka ds. rekrutacji i managerka,
HRK Katowice



Kontakt z pracą podczas urlopu rzadko zaczyna się od dużych spraw. Częściej od drobnych gestów: szybkiego sprawdzenia skrzynki, odczytania powiadomienia, krótkiego spojrzenia na komunikator. „Tylko zobaczę, czy wszystko jest w porządku” - to zdanie brzmi niewinnie, ale dla naszego układu nerwowego może oznaczać powrót do trybu gotowości. Ciało jest na plaży, w górach albo przy rodzinnym stole, ale uwaga wraca do projektów, terminów, decyzji i odpowiedzialności.

Z perspektywy psychologicznej odpoczynek nie jest po prostu brakiem pracy. Jest stanem, w którym organizm może wyjść z mobilizacji. W codzienności zawodowej wielu specjalistów i managerów funkcjonuje w trybie ciągłego reagowania: na wiadomości, spotkania, potrzeby zespołu, klientów, przełożonych. Jeśli podczas urlopu nadal regularnie sprawdzamy służbowe kanały, mózg dostaje sygnał, że sytuacja wciąż wymaga czujności. Trudno wtedy mówić o pełnej regeneracji, nawet jeśli formalnie nie wykonujemy zadań.

Warto też pamiętać, że potrzeba sprawdzania pracy podczas urlopu nie zawsze wynika z zewnętrznej presji. Czasem jest próbą obniżenia własnego napięcia. Dla części osób brak kontroli jest bardziej stresujący niż sama praca. Zglądanie do skrzynki daje chwilową ulgę, bo pozwala upewnić się, że „nic się nie pali”. Problem w tym, że ta ulga bywa krótkotrwała. Każda wiadomość może uruchomić kolejny ciąg myśli, scenariuszy i emocji, które zabierają nas z wypoczynku, nawet jeśli nie odpisujemy.

Dlatego w rozmowie o urlopie tak ważne jest pojęcie granic. Granice nie są brakiem zaangażowania. Nie oznaczają obojętności wobec pracy, zespołu czy klientów. Są warunkiem zdrowego funkcjonowania. Osoba, która potrafi się wyłączyć, nie jest mniej odpowiedzialna. Przeciwnie, dba o zasoby, które pozwalają jej później wrócić do pracy z większą koncentracją, cierpliwością i odpornością psychiczną.

Z perspektywy organizacji warto zadbać, aby pracownik nie musiał samodzielnie walczyć o prawo do niedostępności. Jeśli firma naprawdę wspiera well-being, powinna stworzyć jasne zasady kontaktu podczas urlopu. Pracownik powinien wiedzieć, co jest sytuacją wyjątkową, kto przejmuje jego obowiązki i czy rzeczywiście oczekuje się od niego sprawdzania telefonu. Brak takich ustaleń często prowadzi do nieformalnego „czuwania”, które bywa bardziej obciążające niż jasno nazwana dyspozycyjność.

Urlop jest potrzebny nie tylko po to, aby odpoczęło ciało. Odpocząć musi także uwaga. Dopiero wtedy możliwe jest prawdziwe wyciszenie, odzyskanie dystansu i odbudowanie energii. Dlatego jedno z najważniejszych pytań, jakie warto zadać przed wyjazdem, brzmi nie: „czy wszystko zdąży zamknąć?”, ale: „czy stworzyliśmy takie warunki, żebym naprawdę mógł lub mogła się wyłączyć?”.

Przygotowanie do powrotu: dobra organizacja czy praca ukryta w urlopie?

Blisko 50% respondentów deklaruje, że **przygotowuje się do powrotu do obowiązków zawodowych po urlopie**.

Samo przygotowanie do powrotu nie musi być zjawiskiem negatywnym. Wręcz przeciwnie, może świadczyć o dobrej organizacji pracy, odpowiedzialnym planowaniu i chęci uniknięcia chaosu po nieobecności. Kluczowe znaczenie ma jednak to, w jaki sposób pracownicy się przygotowują.

Wśród osób, które przygotowują się do powrotu, 60,0 proc. planuje pracę przed urlopem tak, żeby po powrocie minimalizować zaległości. To najbardziej konstruktywna i organizacyjnie zdrowa forma przygotowania. Oznacza działanie przed rozpoczęciem wypoczynku, a więc w czasie, który nadal należy do pracy. Pozwala uporządkować zadania, ustalić priorytety, przekazać sprawy i ograniczyć ryzyko przeciążenia po powrocie. Również 41% osób przygotowujących się do powrotu deklaruje, że osoba zastępująca przekazuje im status zadań w dniu powrotu z urlopu. To również dobra praktyka,

pod warunkiem, że rzeczywiście następuje po zakończeniu urlopu, a nie w jego trakcie. Jasne przekazanie statusu spraw zmniejsza niepewność, ułatwia wejście w rytm pracy i pozwala uniknąć sytuacji, w której pracownik pierwszego dnia po urlopie samodzielnie odtwarza, co wydarzyło się podczas jego nieobecności.

Jednocześnie część odpowiedzi wskazuje na działania, które mogą osłabiać regeneracyjną funkcję urlopu. Około 31% osób przygotowujących się do powrotu pod koniec urlopu sprawdza służbowy telefon i skrzynkę mailową. 20,8 proc. pozostaje na bieżąco w trakcie urlopu, sprawdzając e-mail i telefon służbowy. Z kolei 8% pod koniec urlopu kontaktuje się ze współpracownikami. Dla części pracowników może to być sposób na zmniejszenie stresu przed powrotem, ale w praktyce oznacza wcześniejszy, nieformalny powrót do pracy.





Sylwia Kościszko,
Coach, Ekspertka ds. rozwoju w zespole HRK Consulting
HRK S.A.



Z perspektywy psychologii organizacji sposób, w jaki pracownik funkcjonuje podczas urlopu i wraca do pracy, wiele mówi o jakości zarządzania w firmie. Dobrze zaplanowany odpoczynek nie powinien zależeć wyłącznie od indywidualnej odpowiedzialności pracownika. To proces, w którym uczestniczą trzy strony: pracownik, manager oraz organizacja.

Po stronie pracownika ważne jest świadome domknięcie najważniejszych spraw przed urlopem. Nie chodzi o to, aby zrobić wszystko „na zapas”, bo to często prowadzi do przeciążenia jeszcze przed wyjazdem. Chodzi raczej o określenie priorytetów, wskazanie tematów krytycznych, przekazanie kontekstu osobie zastępującej i zaakceptowanie faktu, że część spraw może poczekać. Dla wielu specjalistów i managerów najtrudniejsze nie jest techniczne ustawienie autorespondera, ale mentalne oddanie kontroli. To naturalne, szczególnie u osób odpowiedzialnych za projekty, klientów lub zespół.

Właśnie dlatego tak istotna jest rola managera. Dobry lider nie tylko akceptuje urlop w systemie, ale pomaga stworzyć warunki do realnego odpoczynku. Powinien zadbać o priorytety, zastępstwa i jasne granice kontaktu. Ważne jest również to,

jaki komunikat wyśle pracownikowi przed urlopem. Zdanie „odpocznij, wszystko mamy zabezpieczone” działa zupełnie inaczej niż „miej telefon pod ręką, gdyby coś się wydarzyło”. Ten drugi komunikat może sprawić, że pracownik formalnie wyjeżdża, ale psychicznie zostaje w pracy.

Organizacja powinna natomiast tworzyć standardy, które zdejmują z pracowników presję ciągłej dostępności. Jeżeli każda nieobecność wymaga indywidualnych negocjacji i nieformalnych ustaleń, łatwo o poczucie winy, napięcie i potrzebę kontrolowania sytuacji z urlopu. Firmy mogą temu przeciwdziałać poprzez proste zasady: planowanie zastępstw, respektowanie nieobecności, jasne definiowanie sytuacji naprawdę pilnych i zostawianie przestrzeni na spokojny powrót.

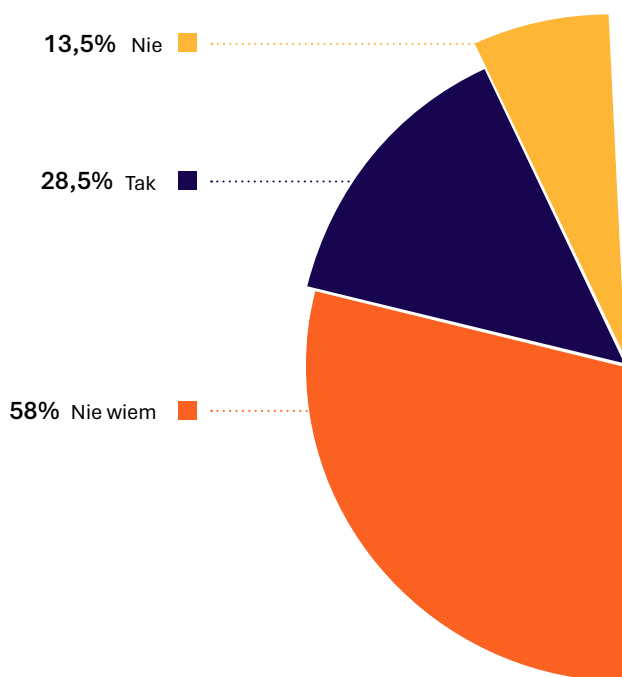
Z punktu widzenia well-beingu kluczowe jest to, aby urlop nie był kolejnym zadaniem do sprawnego zarządzania. Ma być czasem regeneracji. Jeżeli pracownik wraca z urlopu również napięty, jak przed wyjazdem, organizacja traci ważną szansę na odbudowanie jego energii, koncentracji i odporności psychicznej. Dlatego dojrzałe firmy nie pytają tylko, czy pracownik wykorzystał urlop. Pytają również, czy miał warunki, by naprawdę odpocząć.

Benefity wakacyjne: obszar z dużym potencjałem

Aż 58,0 proc. respondentów deklaruje, że ich pracodawca nie oferuje benefitów związanych z wakacjami.

Część badanych - 28,6 proc. wskazuje, że takie benefity są dostępne, a 13,4 proc. nie wie, czy pracodawca je oferuje.

Czy mój pracodawca oferuje benefity związane z wakacyjnym wypoczynkiem?



Wyniki pokazują, że benefity wakacyjne nie są rozwiązaniem powszechnym. Jednocześnie część pracowników może nie mieć wiedzy o świadczeniach, które formalnie istnieją w organizacji, ale nie są wystarczająco dobrze komunikowane.

Wśród respondentów, którzy zadeklarowali, że ich pracodawca oferuje benefity wakacyjne, najczęściej wskazywanym świadczeniem są tzw. **wczasy pod gruszą, czyli dofinansowanie wyjazdów wakacyjnych**. Wskazało je 26,6 proc. tej grupy. Bony turystyczne wybrało 19,0 proc., ubezpieczenie wakacyjne 15,2 proc., dofinansowanie wyjazdów wakacyjnych dla dzieci 12,7 proc., możliwość skorzystania z workation 11,4 proc., dodatkowe dni urlopu 6,3 proc., a nielimitowane dni urlopu 1,3 proc.

Wyniki te pokazują, że **benefity wakacyjne są bardzo zróżnicowane**. Część z nich ma charakter finansowy i bezpośrednio wspiera budżet urlopowy pracownika. Inne, takie jak dodatkowe dni urlopu czy workation, dotyczą organizacji czasu i miejsca pracy. Jeszcze inne, jak ubezpieczenie wakacyjne, odpowiadają na potrzebę bezpieczeństwa.

Z perspektywy employer branding benefit wakacyjne mogą być wartościowym elementem oferty pracodawcy, szczególnie wtedy, gdy są spójne z szerszą kulturą organizacyjną. Samo świadczenie finansowe nie wystarczy, jeśli pracownik w czasie dofinansowanego urlopu nadal musi odbierać służbowe telefony. Największą wartość mają te rozwiązania, które wspierają regenerację nie tylko formalnie, ale także praktycznie.



Piotr Jakielaszek
Dyrektor Biura Personalnego,
Polska Wytwórnia Papierów Wartościowych S.A.



Benefity związane z wypoczynkiem – inwestycja w regenerację, rodzinę i relacje w pracy

Każdy z nas potrzebuje momentu, w którym naprawdę może odetchnąć. Nie tylko „nie być w pracy”, ale mentalnie się od niej odłączyć, złapać dystans, побыć z rodziną, zadbać o zdrowie i wrócić z nową energią. Dlatego benefity związane z wypoczynkiem nie są zwykłym dodatkiem do pensji. To realne wsparcie pracownika i jego najbliższych.

W PWPW dobrze widać, że takie świadczenia mają praktyczne znaczenie. W ubiegłym roku z przynajmniej jednej formy dofinansowania wypoczynku własnego lub wypoczynku dziecka skorzystało ponad 1600 pracowników, czyli prawie 75 proc. załogi. To pokazuje, że mówimy nie o symbolicznym beneficie, ale o rozwiązaniu, które rzeczywiście pomaga wielu osobom. Wsparcie obejmuje kilka obszarów. Pracownicy mogą korzystać z dofinansowania własnego urlopu, wypoczynku rodzinnego, a także z pomocy przy organizacji czasu wolnego dla dzieci: kolonii, obozów, półkolonii czy innych form opieki. Dla rodziców ma to szczególne znaczenie, bo wakacje to często nie tylko czas odpoczynku, ale też okres stresu związanego z większymi wydatkami i organizacyjnymi wyzwaniem. Trzeba pogodzić pracę, opiekę nad dziećmi i domowy budżet.

Ważne jest także to, że świadczenia są finansowane z Zakładowego Funduszu Świadczeń Socjalnych. Dzięki temu pomoc może być lepiej dopasowana do sytuacji życiowej, rodzinnej i materialnej pracownika. Inne potrzeby ma osoba

samotna, inne rodzic kilkorga dzieci. Pracownicy mogą liczyć na dopłaty sięgające blisko 2000 zł za osobę, a w szczególnych sytuacjach koszt wypoczynku może zostać rozłożony na raty. PWPW zachęca również do wykorzystywania minimum dwutygodniowego urlopu, bo dopiero po kilku dniach człowiek naprawdę zaczyna odpoczywać. Potrzebujemy czasu, żeby przestać myśleć o bieżących obowiązkach zawodowych i wejść w rytm regeneracji. Długi urlop daje szansę na prawdziwe „odłączenie się” od pracy.

Ale odpoczynek to nie tylko wakacyjny wyjazd raz w roku. Dlatego ważną rolę odgrywają też sekcje pracownicze skupione wokół pasji i aktywności. Turystyka, motocykle, wędkarstwo, sporty wodne, bieganie czy narciarstwo - każda z tych form pozwala odpoczywać po swojemu. Dla jednych najlepszy będzie spokojny czas z rodziną, dla innych rajd, rejs, wspólny bieg albo wyjazd na narty. Takie inicjatywy mają jeszcze jedną wartość: łączą ludzi. Pracownicy poznają się poza codziennymi obowiązkami, budują relacje i wzmacniają zaufanie. A to później procentuje w pracy lepszą współpracą, większą otwartością i poczuciem, że firma widzi pracownika nie tylko przez pryzmat zajmowanego stanowiska, ale człowieka.

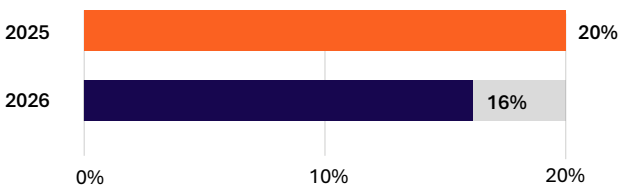
Benefity związane z wypoczynkiem są czymś znacznie więcej niż świadczeniem socjalnym. Pomagają rodzinom, wspierają regenerację, zmniejszają stres, rozwijają pasje i budują więzi. Pracownik, który może naprawdę odpocząć, wraca do pracy z większą energią i poczuciem, że jego potrzeby są zauważane. A właśnie z takich doświadczeń rodzi się zaufanie do pracodawcy.

Workation: trend, który nie zastępuje urlopu

Workation: trend, który nie zastępuje urlopu **Workation**, czyli łączenie pracy z pobytem w atrakcyjnej lokalizacji, jest jednym z częściej komentowanych zjawisk związanych z elastycznością pracy. Wyniki badania pokazują jednak, że wśród respondentów pozostaje ono rozwiązaniem niszowym. W 2026 roku korzystanie z workation podczas wakacji planuje tylko 15,6 proc.

Porównanie z wynikami z poprzedniej edycji badania obserwujemy wyraźny spadek zainteresowania takim rozwiązaniem. W badaniu dotyczącym planów wakacyjnych Polaków z 2025 roku korzystanie z workation deklarowało 19,3 proc. respondentów. W 2026 roku odsetek ten wynosi 15,6 proc., czyli jest niższy o 3,7 punktu procentowego. Jednocześnie zmniejszył się również odsetek osób deklarujących, że ich pracodawca oferuje możliwość skorzystania z workation jako benefitu wakacyjnego: z 7,1 proc. w 2025 roku do 4 proc. w 2026 roku.

Porównanie 2025 vs 2026 – korzystanie z workation



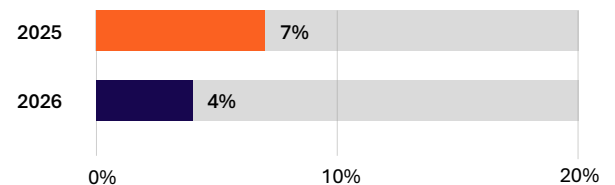
Wśród osób planujących workation w 2026 roku najczęściej wybieranym okresem jest kilka dni. Tak odpowiedziało 41,9 proc. tej grupy. Tydzień wskazało 34,9 proc., powyżej dwóch tygodni 14,0 proc., a dwa tygodnie 9,3 proc. W 2025 roku rozkład był zbliżony: kilka dni wskazywało 45,2 proc. osób planujących workation, tydzień 24,2 proc., dwa tygodnie 11,3 proc., a powyżej dwóch tygodni 17,7 proc. Oznacza to, że workation najczęściej jest krótkim lub umiarkowanie długim rozwiązaniem, a nie podstawowym modelem wakacyjnego funkcjonowania.

Spadek deklaracji dotyczących workation można interpretować ostrożnie. Może wskazywać, że po okresie wzmożonego zainteresowania elastycznymi modelami pracy część pracowników i firm wyraźniej rozdziela pracę od odpoczynku. Może też oznaczać, że workation pozostaje rozwiązaniem dostępnym głównie dla wybranych stanowisk, branż i organizacji. Nie każdy rodzaj pracy można wykonywać z dowolnego miejsca, a samo przeniesienie obowiązków do wakacyjnej lokalizacji nie rozwiązuje problemu regeneracji.

CZY PLANUJESZ KORZYSTANIE Z WORKATION?



Porównanie 2025 vs 2026 – możliwość skorzystania z workation



Workation może być atrakcyjnym benefitem dla określonych grup pracowników. Daje możliwość zmiany otoczenia bez wykorzystywania urlopu wypoczynkowego, może wspierać elastyczność i zwiększać poczucie autonomii. Jednocześnie wymaga jasnych zasad: określenia godzin dostępności, bezpieczeństwa danych, warunków technicznych, sposobu rozliczania pracy i granic komunikacji.

Najważniejsze jest jednak to, aby workation nie było mylone z urlopem. Praca wykonywana z atrakcyjnego miejsca nadal pozostaje pracą. Może być przyjemniejsza, bardziej elastyczna i lepiej dopasowana do indywidualnych potrzeb, ale nie zastępuje czasu, w którym pracownik nie musi być dostępny, odpowiedzialny i skoncentrowany na zadaniach zawodowych.

Urlop jako test kultury organizacyjnej

Wyniki badania pokazują, że **wakacje są czymś więcej niż prywatnym planem pracownika**. Są momentem, w którym szczególnie wyraźnie widać, jak organizacja zarządza pracą, odpowiedzialnością i dostępnością. Jeżeli pracownik może spokojnie przekazać obowiązki, ma jasno ustalone zastępstwo, nie otrzymuje niepotrzebnych wiadomości i wraca do uporządkowanego statusu zadań, urlop rzeczywiście może pełnić funkcję regeneracyjną. Jeżeli jednak musi monitorować skrzynkę, odbierać telefony i samodzielnie pilnować spraw podczas wyjazdu, odpoczynek zostaje osłabiony.

Kultura organizacyjna ujawnia się nie w deklaracjach, ale w codziennych praktykach. Firmy mogą mówić o work-life balance, well-beingu i trosce o pracowników, ale prawdziwym sprawdzianem jest to, czy osoba na urlopie może być niedostępna bez poczucia winy i bez negatywnych konsekwencji. Jeżeli brak kontaktu z pracą jest odbierany jako brak odpowiedzialności, trudno mówić o dojrzałej kulturze odpoczynku.

Szczególną rolę odgrywają managerowie. To oni najczęściej decydują o tym, jak planowane są zastępstwa, czy zadania są odpowiednio przekazywane, jak zespół reaguje na nieobecność pracownika i czy kontakt z osobą na urlopie jest traktowany jako wyjątek, czy normalna praktyka. Managerowie wyznaczają też standard własnym zachowaniem. Lider, który sam odbiera telefony na urlopie i odpowiada na maile wieczorami, może nieświadomie wzmacniać przekonanie, że pełna dostępność jest oczekiwanym modelem pracy.

W tym kontekście urlop staje się ważnym elementem zarządzania retencją i zaangażowaniem. Pracownicy, którzy mogą realnie odpocząć, mają większą szansę wrócić do pracy z energią i większą odpornością na przeciążenie. Pracownicy, którzy nawet podczas wakacji pozostają w trybie czuwania, mogą szybciej doświadczać zmęczenia, frustracji i spadku motywacji. **Odpoczynek nie jest więc przeciwieństwem efektywności. Jest jednym z jej warunków.**



Checklista dla managera przed urlopem pracownika

- Czy wiadomo, kto zastępuje pracownika podczas nieobecności?
- Czy zadania zostały przekazane z odpowiednim wyprzedzeniem?
- Czy zespół wie, do kogo kierować pytania?
- Czy ustalono, w jakich sytuacjach można kontaktować się z osobą na urlopie?
- Czy pracownik ma możliwość powrotu do pracy bez natychmiastowego przeciążenia?

Rekomendacje dla pracodawców

- **Planuj urlopy i zastępstwa z wyprzedzeniem.**

Organizacja powinna wiedzieć, kto i kiedy będzie nieobecny, jakie zadania wymagają zabezpieczenia oraz kto przejmuje odpowiedzialność za kluczowe procesy. Dobre planowanie ogranicza ryzyko sytuacji, w której osoba na urlopie pozostaje jedynym źródłem wiedzy lub decyzyjności.

- **Ustal jasne zasady przekazywania obowiązków.**

Pracownik powinien wiedzieć, komu przekazuje sprawy, jakie informacje musi przygotować i kto podejmuje decyzje podczas jego nieobecności. Zespół powinien wiedzieć, do kogo kierować pytania, a klienci wewnętrzni lub zewnętrzni powinni otrzymać czytelną informację o zastępstwie.

- **Ogranicz kontakt z osobami na urlopie.**

Kontakt z pracownikiem podczas urlopu powinien być wyjątkiem, a nie standardem. Warto zdefiniować, czym jest sytuacja naprawdę krytyczna, kto może podjąć decyzję o kontakcie i w jakiej formie powinien się on odbyć.

- **Oddziel przygotowanie do powrotu od pracy podczas urlopu.**

Dobrą praktyką jest planowanie zadań przed wyjazdem i przekazanie statusu po powrocie. Ryzykowne jest natomiast oczekiwanie, że pracownik pod koniec urlopu sprawdzi skrzynkę, przeczyta zaległe wiadomości lub skontaktuje się ze współpracownikami.

- **Wzmacniaj odpowiedzialność managerów.**

Liderzy wyznaczają standardy dostępności. Manager, który respektuje urlopy pracowników i sam potrafi odpoczywać bez ciągłej obecności online, wzmacnia zdrowe normy w zespole.

- **Komunikuj benefity wakacyjne prostym językiem.**

Jeżeli firma oferuje świadczenia związane z wypoczynkiem, pracownicy powinni wiedzieć, co im przysługuje, kiedy mogą z tego skorzystać i jakie formalności są wymagane. Brak wiedzy o benefitach osłabia ich realną wartość.

- **Traktuj workation jako elastyczność, nie jako urlop.**

Workation może być atrakcyjnym rozwiązaniem dla części pracowników, ale nie zastępuje urlopu wypoczynkowego. Praca wykonywana z wakacyjnej lokalizacji nadal pozostaje pracą i powinna być objęta jasnymi zasadami.

- **Zadbaj o spokojny powrót do obowiązków.**

Pierwszy dzień po urlopie warto przeznaczyć na uporządkowanie statusów i priorytetów. Natychmiastowa kumulacja spotkań, decyzji i zadań skraca efekt regeneracji i zwiększa napięcie po powrocie.



Podsumowanie

Badanie HRK pokazuje, że specjaliści i managerowie wakacje traktują jako czas odpoczynku. Większość respondentów zamierza skorzystać z co najmniej jednego dłuższego urlopu, a dominującymi celami wyjazdów są relaks, zwiedzanie i czas z bliskimi. Jednocześnie wyniki pokazują, że odpoczynek nie zawsze oznacza pełne odłączenie od pracy. Co czwarty badany planuje pozostawać w kontakcie z pracodawcą podczas urlopu, a część respondentów sprawdza służbowe kanały komunikacji w ramach przygotowania się do powrotu.

Najważniejszy wniosek z badania dotyczy jakości urlopu. Samo wykorzystanie dni wolnych nie wystarczy, jeśli pracownik nadal pozostaje w zawodowym trybie czuwania. Odpoczynek wymaga warunków: dobrego planowania, zastępstw, jasnych zasad kontaktu, rozsądnego powrotu do obowiązków i kultury organizacyjnej, która uznaje regenerację za element odpowiedzialnej pracy.

Urlop jest sprawdzianem dojrzałości firmy. Pokazuje, czy organizacja potrafi działać bez jednej osoby przez tydzień lub dwa, czy wiedza i odpowiedzialność są odpowiednio rozproszone, czy managerowie szanują granice, a pracownicy mogą odpoczywać bez poczucia winy. W tym sensie wakacje są nie tylko tematem sezonowym. Są ważnym wskaźnikiem tego, jak firma rozumie efektywność, dobrostan i nowoczesne zarządzanie.

Dla pracowników urlop pozostaje szansą na regenerację, zmianę perspektywy i odbudowanie zasobów. Dla pracodawców jest okazją do pokazania, że troska o ludzi nie kończy się na deklaracjach. Prawdziwy odpoczynek zaczyna się dużo wcześniej niż w dniu wyjazdu. Zaczyna się od kultury pracy, która pozwala pracownikowi naprawdę się wylogować.

Autor badania

HRK S.A.

HRK S.A. to polska firma specjalizująca się w doradztwie personalnym i digitalizacji procesów HR. Dzięki doświadczeniu w 4 kluczowych obszarach HR (rekrutacja, ocena i rozwój pracowników, employer branding, obsługa systemów kadrowo – płacowych) zapewniamy naszym klientom najwyższą jakość usług, nawet przy napiętych terminach.

Od 2000 r. wspieramy managerów w pozyskiwaniu pracowników i skutecznym zarządzaniu personelem. Pracujemy w zespołach ekspertów specjalizujących się w poszczególnych sektorach gospodarki. W zakresie Executive Search jesteśmy jedynym partnerem sieci Kestria w Polsce.

Dowiedz się więcej na:

www.hrk.pl

Partner badania:

Wakacje.pl

Wakacje.pl S.A. to lider rynku OTA w Polsce i jeden z największych multiagentów turystycznych w Europie Środkowo-Wschodniej. Umożliwia porównywanie i rezerwację wyjazdów poprzez cztery kanały sprzedaży: stronę internetową wakacje.pl, aplikację mobilną, call center oraz sieć ponad 360 franczyzowych salonów stacjonarnych w całej Polsce.

Od 2015 roku Wakacje.pl są częścią Wirtualna Polska Holding.

Kontakt:



Monika Witoń
Head of Marketing & PR
HRK Marketing
+48 516 156 128
monika.witon@hrk.pl



Paula Kowalcze
Media Relations & Content Expert
HRK Marketing
+48 532 433 645
paula.kowalcze@hrk.pl

