

RYNEK PRACY
SPECJALISTÓW
2025
PODSUMOWANIE
I POŁOWY 2026 R.

RAPORT

pracuj.pl



Sprzedaż. Perspektywa specjalizacji

Aktywność pracodawców i kandydatów,
jawność wynagrodzeń oraz benefity



Spis treści

Przegląd rynku ofert w serwisie Pracuj.pl 3

Rynek pracy w I połowie 2026 roku 4

Kontekst rynkowy 6

I połowa 2026 roku w aktywności kandydatów i kluczowych wskaźnikach. . . 9

Struktura ofert według specjalizacji 9

Liczba aplikacji w wybranych specjalizacjach 10

Jawność wynagrodzeń 10

Dominujące modele pracy 11

Benefity pozapłacowe 12

Szczegółowe dane Pracuj.pl. 14

I połowa 2026 roku przez pryzmat sprzedaży 15

Udział w ofertach 15

Udział w aplikacjach 15

Dominujące modele pracy 16

Jawność wynagrodzeń 16

Benefity pozapłacowe 17

Rekomendacje dla pracodawców w obszarze sprzedaży. 18

Wnioski dla pracodawców. 19

Jak dane rynkowe przekładają się na skuteczną strategię rekrutacji? 20

Poznaj 5 kluczowych zasad strategii rekrutacyjnej na miarę 2026 roku 21

Metodologia i źródła danych 23



Przegląd rynku ofert w serwisie Pracuj.pl



Rynek pracy w I połowie 2026 roku

Oddajemy w ręce pracodawców kolejną edycję raportów Pracuj.pl z serii „Rynek Pracy Specjalistów”, poświęconych konkretnym specjalizacjom. Poprzednia odsłona publikacji (obejmująca cały 2025 rok) potwierdziła, że wiedza wykraczająca poza ogólny obraz rynku jest firmom potrzebna. Seria raportów pogłębiających ogólne dane rynkowe przez pryzmat specjalizacji stała się dla pracodawców wartościowym źródłem danych dotyczących konkretnych obszarów rynku, pozwalając lepiej zrozumieć specyfikę rekrutacji poszczególnych grup zawodowych.

Każda branża mierzy się z inną dostępnością kandydatów, odmienną presją płacową i własnym tempem zmian kompetencyjnych. To, co w jednym obszarze oznacza przewagę pracodawcy, w innym może prowadzić do intensywnej rywalizacji o ograniczoną grupę ekspertów. Rynek pracy specjalistów coraz trudniej opisywać więc za pomocą prostych, uniwersalnych reguł.

Również na decyzje kandydatów wpływa dziś znacznie więcej niż samo **wynagrodzenie**. Coraz większe znaczenie mają **elastyczność miejsca i czasu pracy**, możliwości **rozwaju**, jakość **zarządzania**, **stabilność** organizacji oraz **przejrzystość** całego procesu rekrutacyjnego. Istotne są także **benefity** pozapłacowe. A te różnią się w poszczególnych specjalizacjach – czasem nieznacznie w porównaniu z całym rynkiem, a czasem dość istotnie.

Jednocześnie firmy muszą mierzyć się z niedopasowaniem dostępnych kompetencji do potrzeb biznesowych, rosnącą specjalizacją stanowisk. Nadal rośnie także wpływ nowych technologii, w tym automatyzacji oraz sztucznej inteligencji, na zakres obowiązków zespołów i oczekiwania firm wobec pracowników i kandydatów.

W tych warunkach skuteczna rekrutacja musi opierać się na danych, które pokazują nie tylko skalę popytu rekrutacyjnego, lecz także aktywność kandydatów.

Niniejszy raport powstał, aby dostarczyć pracodawcom punkt odniesienia. Jego zadaniem jest przybliżenie struktury i specyfiki sprzedaży jako obszaru zawodowego, którego obecność mocno zaznacza się w serwisie Pracuj.pl. Pokazuje także, czym wyróżniają się poszczególne dziedziny na tle pozostałych pod względem skali rekrutacji, zachowań kandydatów i wyzwań związanych z pozyskiwaniem pracowników.

Analizowaną specjalizację opisujemy za pomocą zestawu najważniejszych wskaźników rekrutacyjnych. Pozwalają one spojrzeć na rynek z perspektywy pracodawcy, pokazując m.in. skalę konkurencji o kandydatów, poziom zainteresowania ofertami oraz potencjalne trudności związane z pozyskiwaniem pracowników. Pełniejszy obraz sytuacji w danej specjalizacji daje zresztą dopiero łączne spojrzenie na wszystkie wskaźniki – skalę rekrutacji, zainteresowanie kandydatów, oferowane warunki zatrudnienia oraz dominujące modele pracy.

- Udział ofert w Pracuj.pl
- Udział w aplikacjach
- Dominujące modele pracy
- Jawność wynagrodzeń
- Oferowane benefity pozapłacowe

Dane te stanowią punkt wyjścia do rozmów o skuteczności działań rekrutacyjnych firm oraz o możliwościach ich optymalizacji w zmieniającym się otoczeniu rynkowym.

Od danych do skuteczniejszych rekrutacji

Raport nie ogranicza się do prezentacji wskaźników i opisu sytuacji w danej specjalizacji. Zawiera również najważniejsze wnioski dla pracodawców będące wskazówkami, jak wykorzystać dane w planowaniu i optymalizacji procesów rekrutacyjnych.

Dzięki temu prezentowane informacje mogą stanowić podstawę konkretnych decyzji dotyczących strategii pozyskiwania pracowników, komunikacji ofert oraz budowania przewagi pracodawcy.

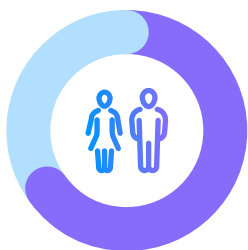




Kontekst rynkowy

Pierwsze sześć miesięcy 2026 roku potwierdziło, że rynek pracy pozostaje aktywny, jednocześnie stopniowo dostosowując się do nowych oczekiwań kandydatów, rozwoju technologii i zmian regulacyjnych.

Najważniejsze trendy dotyczą jednak nie samej skali rekrutacji, lecz sposobu jej prowadzenia. Rynek stawał się bardziej transparentny. Rosła liczba ofert zawierających **widełki wynagrodzeń**, a neutralny płciowo i **inkluzywny język** w nazwach stanowisk coraz częściej stawał się standardem. Proces ten był wzmacniany przez unijne regulacje, ale również przez rosnące przekonanie pracodawców, że jawność poprawia jakość rekrutacji i buduje zaufanie kandydatów.



65%

wszystkich ogłoszeń opublikowanych w serwisie Pracuj.pl w I połowie 2026 roku zawierało **neutralne płciowo nazwy stanowisk**.

Istotny wpływ na rynek pracy miała również **sztuczna inteligencja**. Kompetencje związane z AI pojawiały się w 4% wszystkich ofert opublikowanych w Pracuj.pl, dwukrotnie częściej niż rok wcześniej. Jednocześnie rosło znaczenie umiejętności pozwalających wykorzystywać nowe technologie w praktyce, takich jak analiza danych, krytyczne myślenie i łączenie wiedzy technologicznej z rozumieniem potrzeb biznesowych.

Zmiana jako szansa, nie ryzyko

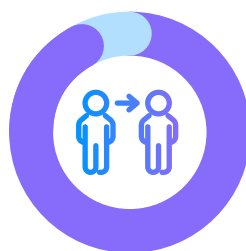
Badania pokazują również zmianę sposobu, w jaki kandydaci podchodzili do kariery i mobilności zawodowej w I połowie 2026 roku. Zmiana pracy coraz częściej postrzegana była jako świadoma decyzja rozwojowa – szansa, a nie tylko ryzyko. Kandydaci oczekiwali nie tylko stabilności finansowej, lecz także poszanowania czasu prywatnego, otwartej kultury organizacyjnej i możliwości rozwoju.

Dane Pracuj.pl pokazują, że mobilność zawodowa staje się naturalnym elementem budowania kariery. Aż 84% badanych uznaje zmianę pracy za przejaw świadomego zarządzania własnym rozwojem, a 92% osób, które podjęły taką decyzję w ciągu ostatnich pięciu lat, poleciłoby podobny krok innym. Oznacza to, że doświadczenie zmiany jest w większości oceniane pozytywnie i częściej kojarzy się z możliwością poprawy sytuacji zawodowej niż z utratą bezpieczeństwa.

Decyzje kandydatów coraz wyraźniej wynikają również z potrzeby większej zgodności między pracą a indywidualnymi oczekiwaniami. Znaczenie mają nie tylko wynagrodzenie i stabilność zatrudnienia, ale także jakość relacji w organizacji, możliwość zachowania równowagi między życiem zawodowym i prywatnym oraz poczucie, że praca wspiera dalszy rozwój. W efekcie kandydaci uważniej oceniają pracodawców i częściej wybierają miejsca, które odpowiadają ich wartościom oraz długoterminowym planom.



badanych przez Pracuj.pl uznaje **zmianę pracy za przejaw świadomego zarządzania karierą.**



osób, które podjęły decyzję o zmianie pracy w ciągu ostatnich pięciu lat, **poleciłoby podobny krok innym.**



Nowe podejście do kariery dotyczy również wyboru samej ścieżki zawodowej. Coraz większym uznaniem cieszy się praca fizyczna, która przestaje być traktowana wyłącznie jako rozwiązanie przejściowe. Dla wielu osób staje się stabilnym, świadomym i satysfakcjonującym wyborem na lata. Pokazuje to, że rozwój zawodowy nie jest już utożsamiany wyłącznie z awansem stanowiskowym, lecz także z możliwością znalezienia pracy dopasowanej do własnych predyspozycji i potrzeb.

TOP 5 kluczowych trendów i obserwacji z rynku pracy w I połowie 2026 roku

- 1 Aktywność rekrutacyjna pozostaje stabilna**, a gotowość kandydatów do zmiany pracy nadal rośnie.



+4,3% wzrost liczby aplikacji kandydatów na Pracuj.pl rok do roku

- 2 Jawność wynagrodzeń i inkluzywny język** stają się nowym standardem skutecznej rekrutacji.



1 na 3 ogłoszeń na Pracuj.pl zawierało widełki wynagrodzeń

- 3 Kompetencje związane z AI**, danymi i krytycznym myśleniem zyskują znaczenie w coraz większej liczbie zawodów.



2x wzrósł udział ofert pracy z kompetencjami AI wymienionymi w wymaganiach rok do roku

- 4 Branża IT kontynuuje odbicie**, ale pracodawcy poszukują przede wszystkim kompetencji łączących technologię z biznesem.



IT powróciło do **TOP 3** najpopularniejszych specjalizacji.

- 5 Zmiana pracy staje się elementem świadomego zarządzania karierą**, a praca fizyczna zyskuje nowy prestiż.



9 na 10 pracowników, którzy zmienili pracę, jest zadowolonych z tego kroku.





RAPORT

pracuj.pl

I połowa 2026 roku w aktywności kandydatów i kluczowych wskaźnikach

Minione półrocze na rynku rekrutacyjnym upłynęło pod znakiem stabilnej liczby ofert pracy, rekordowej liczby aktywnych pracodawców oraz niezmiennie dużego zainteresowania kandydatów nowymi możliwościami zawodowymi. W pierwszej połowie 2026 roku w serwisie Pracuj.pl opublikowano 387 tys. ofert pracy, czyli liczbę zbliżoną do odnotowanej rok wcześniej. Jednocześnie liczba aktywnych klientów Pracuj.pl osiągnęła rekordowy poziom około 62 tys. Do tej grupy zaliczani są klienci, którzy w ciągu ostatnich 12 miesięcy kupili lub wykorzystali produkty i usługi serwisu. Liczba kliknięć w przycisk „Aplikuj” wzrosła natomiast o 4,3% rok do roku, potwierdzając utrzymującą się wysoką gotowość kandydatów do poszukiwania nowych możliwości zawodowych.



387 000

liczba ofert pracy opublikowanych w serwisie Pracuj.pl
w I połowie 2026 roku.

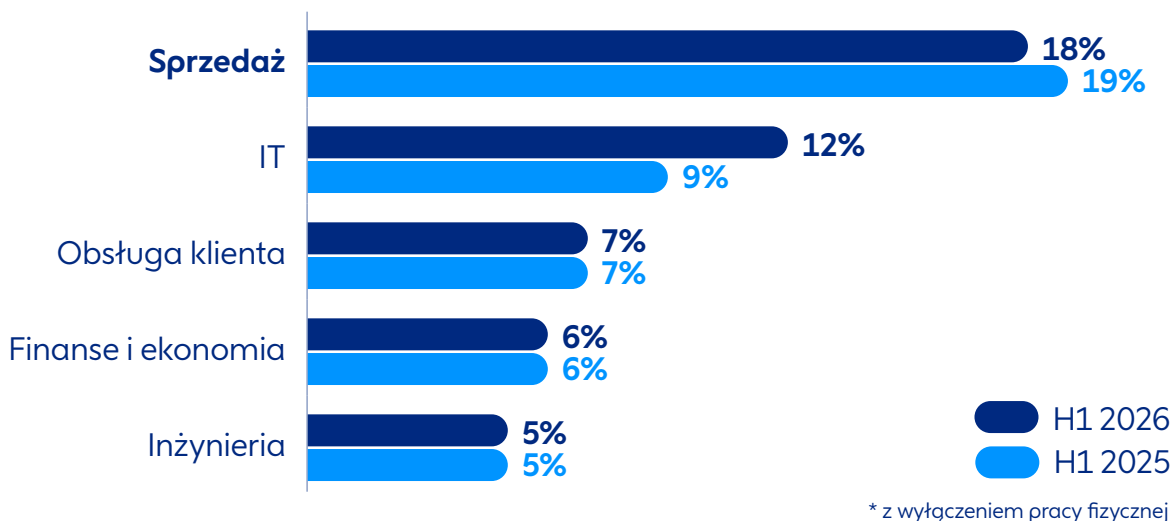
Struktura ofert według specjalizacji

W I połowie 2026 roku struktura ofert pracy w analizowanych specjalizacjach pozostawała w większości stabilna. Największy udział niezmiennie miała sprzedaż, do której kierowano 18% ogłoszeń opublikowanych w Pracuj.pl. Był to wynik o 1 p.p. niższy niż w analogicznym okresie 2025 roku. Bez zmian pozostały udziały ofert w obsłudze klienta (7%), finansach i ekonomii (6%) oraz inżynierii (5%).

Największe przesunięcie odnotowano w IT. Udział ofert z tej specjalizacji wzrósł z 9% w pierwszej połowie 2025 roku do 12% rok później. Widoczne w 2026 roku było więc ożywienie rekrutacyjne w sektorze technologicznym, które miało jednak selektywny charakter. Było ono związane przede wszystkim z rozwojem sztucznej inteligencji i automatyzacji oraz poszukiwaniem kompetencji pozwalających wykorzystywać nowe technologie w praktyce biznesowej.

Dane pokazują więc, że poza wyraźnym wzrostem znaczenia IT udziały pozostałych analizowanych specjalizacji w strukturze ofert zmieniały się stosunkowo nieznacznie.

Udział wybranych specjalizacji w ofertach opublikowanych w Pracuj.pl* (w zaokrągleniu do pełnych wartości)



Liczba aplikacji w wybranych specjalizacjach

Aktywność kandydatów w pierwszej połowie 2026 roku była wyraźnie skoncentrowana w kilku dużych obszarach zawodowych. Zdecydowanie największą skalę zainteresowania odnotowała sprzedaż, a na dalszych miejscach znalazły się obsługa klienta, IT, finanse i inżynieria. Różnice między nimi pokazują, jak nierównomiernie rozkładał się napływ aplikacji w poszczególnych specjalizacjach.

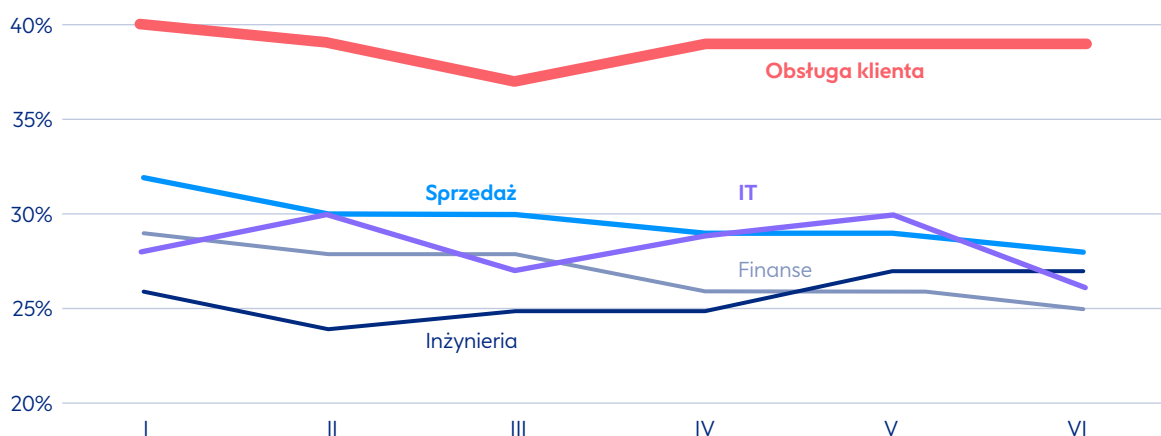


Jawność wynagrodzeń

Jawność wynagrodzeń coraz wyraźniej staje się jednym z nowych standardów rekrutacji. W pierwszej połowie 2026 roku zakres publikowania informacji o płacach wzrósł: widełki pojawiły się w 32% ogłoszeń na Pracuj.pl, wobec 27% rok wcześniej. To sygnał, że pracodawcy aktywnie wdrażają zmiany wynikające z unijnych regulacji i jednocześnie coraz częściej traktują transparentność jako sposób na zwiększenie atrakcyjności oferty.

Skala tych zmian nadal pozostawia jednak duże pole do poprawy. Większość ogłoszeń wciąż nie zawiera konkretnych informacji o wynagrodzeniu. Pracuj.pl kontynuuje działania edukacyjne skierowane do firm, podkreślając, że publikowanie widełek może budować zaufanie kandydatów, usprawniać rekrutację i pomagać w skuteczniejszym docieraniu do talentów. Wspomniane regulacje wynikające z unijnych wymogów zostały znacząco złagodzone w stosunku do pierwotnych zapowiedzi, jednak dyskusja o nich rozbudziła oczekiwania wielu kandydatów. Ten czynnik musi być uwzględniany przez pracodawców w planowaniu polityki komunikacyjnej dotyczącej wynagrodzeń.

Jawność wynagrodzenia – udział ofert na Pracuj.pl z jawnymi widełkami wynagrodzenia w poszczególnych specjalizacjach w I połowie 2026 r.



Dominujące modele pracy

Sposób organizacji pracy w ujęciu całego rynku w analizowanym okresie opierał się przede wszystkim na modelu stacjonarnym. Taki tryb pojawiał się w 65% ofert, wobec 64% rok wcześniej. Oznacza to, że mimo kilku lat dyskusji o elastyczności codzienna obecność w siedzibie firmy lub innym wskazanym miejscu wciąż pozostaje dominującym rozwiązaniem na rynku, a część firm w ostatnich latach powracała w większym stopniu do biur i siedzib.

Jednocześnie stopniowo umacnia się model hybrydowy. Możliwość łączenia pracy z biura i z domu oferowano w 26% ogłoszeń, czyli o 2 p.p. więcej niż w I połowie 2025 roku. Udział ofert w pełni zdalnych nie zmienił się i ponownie wyniósł 9%.

Dane sugerują więc, że pracodawcy nie rezygnują z elastyczności, ale coraz częściej wybierają jej umiarkowaną formę. To właśnie model hybrydowy staje się rozwiązaniem łączącym potrzebę bezpośredniej współpracy zespołów z oczekiwaniami pracowników dotyczącymi większej swobody. Praca całkowicie zdalna pozostaje natomiast stabilnym, lecz wyraźnie mniej powszechnym elementem rynku.



Benefity pozapłatcowe

W I połowie 2026 roku najwyższy udział ofert zawierających co najmniej jeden benefit pozapłatcowy odnotowano w sprzedaży – świadczenia pojawiały się w 77% ogłoszeń. W obsłudze klienta dotyczyło to 72% ofert, a w finansach i inżynierii po 70%. Najniższy wynik spośród analizowanych specjalizacji zanotowano w IT, jednak także w tym obszarze benefity były obecne w większości ogłoszeń – w 66% z nich.

Świadczenia dodatkowe są zatem szeroko stosowane niezależnie od specjalizacji. Różnice między specjalizacjami nie są duże, dlatego **sama obecność benefitów coraz rzadziej wystarcza do wyróżnienia oferty na tle konkurencji**. Większego znaczenia może nabierać ich praktyczna wartość, jakość oraz dopasowanie do potrzeb konkretnych grup kandydatów.

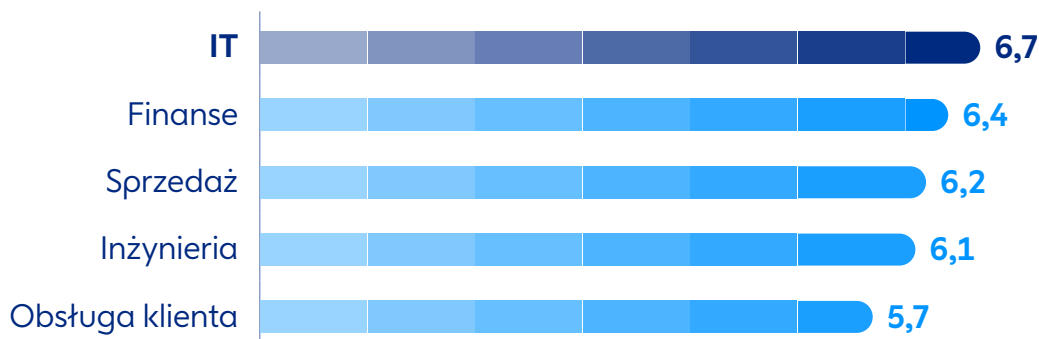
Odsetek ogłoszeń w poszczególnych kategoriach, które zawierają przynajmniej jeden benefit pozapłatcowy



Największą liczbą benefitów wyróżniały się oferty z sektora IT, które zawierały przeciętnie niemal siedem benefitów pozapłatcowych. Niewiele niższe wyniki odnotowano w finansach, sprzedaży i inżynierii, gdzie średnia utrzymywała się powyżej sześciu benefitów na ogłoszenie. Najskromniejsze pakiety pojawiały się w obsłudze klienta, choć także tam pracodawcy oferowali średnio prawie sześć świadczeń dodatkowych.

Różnice między sektorami nie są duże, co potwierdza, że rozbudowane pakiety benefitów stały się powszechnym elementem ofert pracy. Jednocześnie wyższa średnia w IT i finansach może wskazywać na silniejszą konkurencję o specjalistów oraz większą potrzebę uzupełniania oferty wynagrodzenia dodatkowymi korzyściami.

Średnia liczba benefitów pozapłacowych w ogłoszeniu per sektor



Układ najczęściej oferowanych benefitów w pierwszej połowie 2026 roku pozostał stabilny. We wszystkich analizowanych specjalizacjach czołowe miejsca zajmowały prywatna opieka medyczna, dofinansowanie aktywności sportowej oraz ubezpieczenie na życie. Listę pięciu najpopularniejszych świadczeń zwykle uzupełniały wsparcie rozwoju w postaci dopłat do szkoleń oraz kursów i spotkania integracyjne.

3 najpopularniejsze benefity pozapłacowe we wszystkich sektorach





Szczegółowe dane Pracuj.pl

I połowa 2026 roku przez pryzmat sprzedaży

Sprzedaż jako specjalizacja zawodowa niezmiennie wyznacza tempo rekrutacji na polskim rynku pracy. To właśnie ten obszar skupia największą część procesów rekrutacyjnych i przyciąga najwięcej zainteresowanych kandydatów. Jest także jednym z bastionów bezpośrednich kontaktów z klientami i kontrahentami oraz pracy stacjonarnej. Widoczna jest także jawność wynagrodzeń jako jeden z elementów przyciągania uwagi kandydatów, przy podobnych pakietach benefitów.

Udział w ofertach

Sprzedaż odpowiadała w analizowanym okresie za 18,4% ofert, wobec 19,5% rok wcześniej, i nadal pozostawała największą kategorią rekrutacyjną. Taka zmiana może odzwierciedlać bardziej zrównoważoną strukturę zatrudnienia, w której firmy równolegle wzmacniają zespoły handlowe oraz inwestują w rozwój technologii i innych funkcji wspierających biznes.

Sprzedaż. Udział ofert w serwisie



Udział w aplikacjach

Sprzedaż nadal przyciągała największą część aktywności kandydatów – aplikacje na stanowiska handlowe stanowiły 16,2% wszystkich aplikacji, wobec 17,3% w analogicznym okresie 2025 roku. Niewielka zmiana udziału może odzwierciedlać stopniowe poszerzanie zainteresowania także o inne ścieżki zawodowe, jednak bez naruszania pozycji sprzedaży jako najpopularniejszego kierunku aplikowania.

Duża skala zainteresowania tym obszarem może wynikać z jego dostępności dla osób o różnym poziomie doświadczenia oraz szerokich możliwości rozwoju. Role sprzedażowe nadal pozwalają zdobywać kompetencje przydatne w wielu częściach biznesu, zwłaszcza w komunikacji, budowaniu relacji i rozumieniu potrzeb klientów.

Sprzedaż. Aktywność kandydatów – udział aplikacji



Dominujące modele pracy

W I połowie 2026 roku w sprzedaży zdecydowanie dominował model stacjonarny, obejmujący 66% ofert. Jednocześnie ponad jedna czwarta ogłoszeń przewidywała pracę hybrydową, co pokazuje, że elastyczne rozwiązania są obecne także w tym obszarze. Praca w pełni zdalna stanowiła 7% ofert i pozostawała modelem uzupełniającym.

Sprzedaż. Udział ofert o profilu pracy stacjonarnym, hybrydowym i zdalnym



Jawność wynagrodzeń

W sprzedaży udział ofert zawierających widełki wynagrodzeń był wyraźnie wyższy niż rok wcześniej we wszystkich analizowanych miesiącach I połowy 2026. Początek roku przyniósł najwyższy poziom transparentności, a w kolejnych miesiącach widoczne było stopniowe, łagodne obniżanie się udziału takich ogłoszeń.

Mimo tej korekty przewaga nad analogicznym okresem 2025 roku utrzymywała się przez całe półrocze. Wskazuje to, że publikowanie informacji o wynagrodzeniu coraz mocniej utrwała się jako standard komunikacji rekrutacyjnej, nawet jeśli tempo tej zmiany nie było równomierne w poszczególnych miesiącach.

Sprzedaż. Udział ofert z widełkami płacowymi



Benefity pozapłatcowe

W I połowie 2026 roku najczęściej oferowanym benefitem w sprzedaży była prywatna opieka medyczna, obecna w 55% ogłoszeń. Na kolejnych miejscach znalazły się dofinansowanie zajęć sportowych, wskazane w 53% ofert, oraz ubezpieczenie na życie, dostępne w połowie ogłoszeń. Rzadziej pracodawcy proponowali spotkania integracyjne (40%) oraz dofinansowanie szkoleń i kursów, które pojawiło się w 34% ofert pracy.

Zestawienie pokazuje, że pakiety benefitowe w sprzedaży są przede wszystkim skoncentrowane na zdrowiu, kondycji fizycznej oraz poczuciu bezpieczeństwa pracowników. Trzy najpopularniejsze świadczenia występowały w co najmniej połowie analizowanych ogłoszeń, co potwierdza, że stanowią one podstawę pozapłatcowej oferty pracodawców w tej specjalizacji.

Mniejszy udział spotkań integracyjnych oraz dofinansowania szkoleń i kursów wskazuje, że benefity związane z budowaniem relacji i rozwojem zawodowym częściej pełnią funkcję uzupełniającą. Pracodawcy oferujący pracę w sprzedaży stawiają zatem głównie na świadczenia o szerokim zastosowaniu, które wspierają dobrostan pracowników i zwiększają atrakcyjność całego pakietu zatrudnienia.

Sprzedaż. Najczęściej oferowane benefity pozapłatcowe



Sprzedaż. TOP 5 najciekawszych benefitów wyróżniające się na tle innych branż

1

Zniżki na
firmowe
produkty
i usługi



2

Samochód
służbowy
do użytku
prywatnego



3

Telefon
służbowy
do użytku
prywatnego



4

Brak
dress
code'u



5

Paczki
świąteczne



Rekomendacje dla pracodawców w obszarze sprzedaży



Wyróżnij ofertę

Sprzedaż pozostaje największą kategorią rekrutacyjną, odpowiadając za 18% ofert. Konkurencja jest więc duża. Oznacza to, że samo opublikowanie ogłoszenia nie gwarantuje dotarcia do najlepszych kandydatów. Pracodawca może zwiększyć skuteczność rekrutacji, na przykład jasno opisując zakres odpowiedzialności, rodzaj klientów, długość cyklu sprzedaży, poziom realizowanych celów czy narzędzia wspierające pracę handlowca.



Potraktuj jawność wynagrodzenia jako wymóg, a przejrzystość systemu premiowego jako przewagę

Rosnący udział ofert z widełkami płacowymi odzwierciedla nie tylko oczekiwania kandydatów, lecz także dostosowywanie rekrutacji do nowych regulacji dotyczących transparentności wynagrodzeń. Samo spełnienie obowiązków informacyjnych nie będzie jednak wystarczającym wyróżnikiem. W sprzedaży przewagę zyskują pracodawcy, którzy poza wynagrodzeniem podstawowym jasno opiszą zasady naliczania prowizji, mierniki realizacji celów, częstotliwość wypłat oraz realny poziom możliwych zarobków.



Traktuj elastyczność pracy jako przewagę konkurencyjną

Choć model stacjonarny nadal dominuje i obejmuje 66% ofert, około jedna trzecia pracodawców proponuje pracę hybrydową lub zdalną. Pokazuje to, że elastyczność jest już istotnym elementem rynku sprzedaży, a nie rozwiązaniem zarezerwowanym dla innych specjalizacji. Firmy, które nie mogą zaoferować pełnej pracy zdalnej, mogą zwiększyć atrakcyjność oferty poprzez elastyczne godziny, dni pracy z domu, samodzielne planowanie wizyt oraz rozliczanie handlowców przede wszystkim z efektów.



Dopasuj benefity do realiów codziennej pracy handlowca

Na tle innych specjalizacji sprzedaż wyróżniają świadczenia bezpośrednio związane z mobilnością i samodzielnością, takie jak samochód, telefon służbowy do użytku prywatnego czy zniżki na firmowe produkty i usługi. Takie rozwiązania mogą mieć dla kandydatów większą wartość niż rozbudowana lista uniwersalnych dodatków. Pracodawca powinien konstruować pakiet benefitów wokół rzeczywistych potrzeb zespołu sprzedaży, uwzględniając charakter pracy w terenie, częstotliwość podróży oraz możliwość korzystania z narzędzi służbowych poza godzinami pracy.



Wnioski dla pracodawców



Jak dane rynkowe przekładają się na skuteczną strategię rekrutacji?

I połowa 2026 roku pokazuje aktywny, ale coraz bardziej zróżnicowany rynek pracy. Kandydaci chętnie rozważają zmianę zatrudnienia. Jednocześnie dokładniej analizują wynagrodzenie, model pracy, perspektywy rozwoju i wiarygodność pracodawcy. Dla firm oznacza to konieczność odejścia od jednej, uniwersalnej recepty na rekrutację na rzecz strategii dopasowanych do stanowiska, dostępności kompetencji oraz rzeczywistych oczekiwań poszczególnych grup zawodowych.

W pierwszych sześciu miesiącach 2026 roku na Pracuj.pl opublikowano 387 tys. ofert, a liczba aplikacji wzrosła rok do roku o 4,3%. Wysoka aktywność kandydatów nie oznacza jednak, że każde ogłoszenie automatycznie przyciągnie właściwe osoby. Na rynku występują jednocześnie specjalizacje z dużą liczbą aplikacji oraz obszary, w których popyt pracodawców przewyższa dostępność kandydatów.

Zmieniają się także standardy samego procesu rekrutacyjnego. W I połowie 2026 roku 32% ogłoszeń zawierało widełki wynagrodzeń, wobec 27% rok wcześniej, a 65% ofert posługiwało się neutralnymi płciowo nazwami stanowisk. Jednocześnie 65% ogłoszeń dotyczyło pracy stacjonarnej, 26% dopuszczało model hybrydowy, a 9% pracę w pełni zdalną. Dane te pokazują, że skuteczna strategia powinna łączyć transparentność i technologię z realistycznym projektowaniem warunków zatrudnienia.

Poznaj 5 kluczowych zasad strategii rekrutacyjnej na miarę 2026 roku

1 Różnicuj strategię w zależności od dostępności kandydatów

Jednolity proces rekrutacyjny dla wszystkich stanowisk coraz rzadziej odpowiada sytuacji rynkowej. Szczególnie w specjalizacjach przyciągających wiele aplikacji priorytetem powinny być:

- sprawna selekcja
- jasno określone kryteria
- krótki czas podejmowania decyzji.

Tam, gdzie kandydatów jest relatywnie mniej lub gdzie udział ofert i aplikacji jest zbliżony, szczególnego znaczenia nabiera natomiast precyzyjne dopasowanie roli i pokazanie jej wpływu na biznes – już na etapie konstruowania ogłoszenia.

2 Traktuj transparentność jako fundament, a nie wyróżnik

Rosnący udział ofert z widełkami wynagrodzeń odzwierciedla zarówno zmiany regulacyjne, jak i oczekiwania kandydatów. Samo podanie przedziału płacowego coraz częściej nie wystarcza jednak do zbudowania przewagi. Ogłoszenie powinno wyjaśniać:

- z czego składa się wynagrodzenie
- jakie są zasady naliczania premii
- kiedy odbywają się przeglądy płacowe
- jakie kryteria decydują o awansie.

Transparentność powinna obejmować również etapy rekrutacji, przewidywany czas procesu, zakres obowiązków i rzeczywisty model pracy.

3 Projektuj model pracy wokół charakteru stanowiska i przewidywalności

Dane dla całego rynku potwierdzają utrzymującą się dominację pracy stacjonarnej, ale pokazują też stopniowy wzrost znaczenia modelu hybrydowego. Nie oznacza to, że każda firma musi oferować pracę zdalną. W wielu rolach, szczególnie inżynierskich, produkcyjnych, handlowych i związanych z bezpośrednią obsługą klientów, obecność w określonym miejscu jest niezbędna.

- Strategia rekrutacyjna powinna jednak jasno komunikować przyczyny takiej organizacji oraz oferować elastyczność tam, gdzie jest ona możliwa. Może to oznaczać przewidywalne grafiki, wcześniejsze planowanie zmian, częściową pracę z domu przy zadaniach administracyjnych, ruchome godziny rozpoczęcia pracy lub wsparcie dojazdów.

4 Stawiaj na kompetencje i potencjał, nie tylko gotowe profile zawodowe

Oferty skierowane do osób na początku kariery stanowiły w I połowie 2026 roku 14% wszystkich ogłoszeń, a sprzedaż, administracja i obsługa klienta pozostawały jednymi z najważniejszych punktów wejścia na rynek. Jednocześnie rozwój sztucznej inteligencji zwiększa znaczenie analizy danych, krytycznego myślenia, zdolności uczenia się i wykorzystywania technologii w codziennej pracy. Kompetencje związane z AI pojawiały się już w 4% wszystkich ofert, dwukrotnie częściej niż rok wcześniej, i coraz wyraźniej wykraczały poza sam sektor IT.

- Dla pracodawców oznacza to potrzebę szerszego spojrzenia na kandydatów zmieniających branżę oraz osoby, które nie spełniają wszystkich wymagań w dniu zatrudnienia, ale posiadają kompetencje możliwe do przeniesienia między rolami. Skuteczna strategia powinna łączyć rekrutację z planem wdrożenia, mentoringiem, szkoleniami i wewnętrznymi ścieżkami mobilności.

5 Wykorzystuj technologię do skracania dystansu, nie do odhumanizowania procesu

Narzędzia oparte na sztucznej inteligencji coraz lepiej dopasowują oferty do kandydatów, analizują zgodność CV z wymaganiami, porządkują informacje i ułatwiają przygotowanie do rozmowy. W Pracuj.pl takie wsparcie zapewniają m.in. inteligentna wyszukiwarka, funkcja FitScore, Asystent rozmowy kwalifikacyjnej oraz geolokalizacja pokazująca odległość i przewidywany czas dojazdu do miejsca pracy. Kandydaci mogą dzięki temu szybciej ocenić, czy dana oferta odpowiada ich doświadczeniu, oczekiwaniom i codziennym możliwościom organizacyjnym. Bezpłatny Kreator CV dodatkowo ułatwia im rozpoczęcie procesu aplikowania.

- Technologia nie może jednak zastępować jasnego feedbacku, partnerskiej rozmowy i odpowiedzialności za decyzje rekrutacyjne. Sprawne narzędzia ułatwiają kandydatowi wejście do procesu, ale to jakość kontaktu, terminowość i szacunek do jego czasu decydują o tym, czy proces zakończy się zatrudnieniem.

Podstawą nowoczesnej strategii rekrutacyjnej jest świadome dopasowanie procesu do sytuacji w danej grupie zawodowej, pełna przejrzystość warunków, realistyczna organizacja pracy oraz gotowość do rozwijania kompetencji wewnątrz firmy. Dane rynkowe powinny pomagać nie tylko odpowiedzieć na pytanie, kogo firmy obecnie poszukują, lecz przede wszystkim: jak budować zatrudnienie odporne na przyszłe zmiany. Te są bowiem nieuniknione.





RAPORT

pracuj.pl

Metodologia i źródła danych

Poniższy raport bazuje na metodologii prezentacji danych w serwisie Pracuj.pl zaimplementowanej w pierwszym półroczu 2023 roku. W związku z tym, zestawienia nie należy odnosić do lat wcześniejszych od tej daty. Dane porównawcze dla poprzednich lat są przygotowywane według obecnego sposobu prezentacji danych.

Obecnie dane obejmują zestawienia udziału ogłoszeń według kategorii wiodącej, czyli określonej przez pracodawcę jako najważniejsza przy danej ofercie i mają na celu prezentację unikalnej liczby ogłoszeń w serwisie. Z kolei dane dotyczące poziomu stanowisk prezentują wyniki, klasyfikując każde ogłoszenie według najniższego poziomu zaawansowania kandydata, dopuszczalnego przez ogłoszeniodawcę.

Niniejsze zestawienie odzwierciedla liczbę ofert, które są dostępne i widoczne powszechnie dla użytkowników serwisu Pracuj.pl i liczba ta nie jest tożsama z liczbą projektów rekrutacyjnych prezentowaną w raportach okresowych Grupy Pracuj S.A.

Grupa Pracuj jest wiodącą platformą technologiczną w branży HR w Europie. Grupa wspiera przedsiębiorstwa w zakresie rekrutacji, utrzymania i rozwoju pracowników, ułatwia użytkownikom jej serwisów znalezienie odpowiedniego zatrudnienia umożliwiającego pełne wykorzystanie ich potencjału oraz tworzy światowej klasy technologie, które kształtują przyszłość rynku HR.

Marki należące do Grupy tworzą zaawansowany cyfrowy ekosystem dla branży HR, spośród których najważniejsze to: Pracuj.pl – największy polski internetowy serwis rekrutacyjny, Robota.ua – wiodący na rynku ukraińskim internetowy serwis rekrutacyjny, eRecruiter – największy polski system wspierający prowadzenie procesów rekrutacyjnych, oferowany w modelu SaaS (ang. Software as a Service, czyli oprogramowanie jako usługa), a także softgarden – wiodący gracz w obszarze systemów wspierających procesy rekrutacji (Talent Acquisition Suite) w Niemczech, obecny również na innych rynkach europejskich.

Grupa Pracuj działa od 25 lat w Polsce, od 19 lat w Ukrainie, a od 2022 roku także w Niemczech. Zatrudnia w sumie około 1 200 osób. Od grudnia 2021 roku Spółka notowana jest na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie.