

Pomimo wciąż niejednoznacznej sytuacji na rynku pracy, wielu profesjonalistów deklaruje otwartość na atrakcyjne propozycje zawodowe. Zarówno po stronie firm, jak i kandydatów dominuje jednak ostrożność. Pracodawcy dokładnie analizują swoje potrzeby, zanim uruchomią rekrutację, a kandydaci mają precyzyjne oczekiwania wobec elementów oferty, które miałyby im zrekomensować potencjalne ryzyko towarzyszące zmianie pracy. Okazuje się jednak, że już na etapie zapoznawania się z ogłoszeniem rekrutacyjnym pojawia się wyzwanie – brak kluczowych informacji, który powstrzymuje ich przed aplikowaniem.

- 38 proc. specjalistów i menedżerów przyznaje, że w ogłoszeniach pracodawców najbardziej brakuje im informacji o wynagrodzeniu.
- Dla 94 proc. kandydatów czasem jest to jednoznaczne z rezygnacją z aplikowania i udziału w procesie rekrutacyjnym.
- Jednocześnie, większość z nich teraz bardziej niż w przeszłości jest skłonna zaaplikować na ofertę pracy, w której nie ma wszystkich informacji.

Zarówno profesjonalści, jak i firmy mają precyzyjne oczekiwania względem drugiej strony. Firmy nie zawsze jednak mówią wprost o elementach swojej oferty, na co zwracają uwagę kandydaci.

### Profesjoniści chcą wiedzieć, czy warto zaangażować się w rekrutację

Badania i obserwacje Hays od lat pokazują, że głównym powodem zmiany pracy niezmiennie jest wysokość wynagrodzenia. Tymczasem na rynku wciąż pozostaje to tematem tabu. Potwierdzają to wyniki najnowszego badania Hays przeprowadzonego w okresie od maja do czerwca 2025 roku wśród ponad 900 specjalistów i menedżerów. Elementem, którego najczęściej brakuje kandydatom w ofertach pracy, jest bowiem wysokość wynagrodzenia.

*– Pomimo zmian zachodzących na rynku oraz w świadomości pracodawców, firmy wciąż mają obawy, aby w swoich ofertach pracy ujawniać informację o wynagrodzeniu. Najczęściej argumentują to tym, że nie chcą, by na ogłoszenie aplikowały osoby motywowane przede wszystkim pieniędzmi. Tymczasem jest to naturalny impuls do pracy. Decyzja o pominięciu tej informacji nierzadko skutkuje wydłużeniem procesu i negatywnymi doświadczeniami rekrutacyjnymi kandydatów – zauważa Justyna Chmielewska, Director w Hays Poland.*

To jednak nie jedyna bolączka kandydatów. Wielu z nich w ofertach pracy brakuje też informacji o etapach procesu rekrutacyjnego (12 proc.), co może pokazywać, że mają negatywne doświadczenia związane z wieloetapowymi i wydłużającymi się rekrutacjami. Te z kolei zazwyczaj wynikają z nadmiernej powściągliwości firm przed podjęciem ostatecznej decyzji, zbyt rozbudowanych procesów decyzyjnych lub chęci zatrudnienia tzw. fioletowej wiewiórki, czyli osoby z różnorodnymi umiejętnościami, które praktycznie nie występują w takim połączeniu.

Profesjoniści aplikujący na oferty pracy wskazują też, że przed wysłaniem CV chcieliby wiedzieć o możliwościach rozwoju przewidzianych na danym stanowisku i modelu pracy, w którym mieliby funkcjonować (po 9 proc.), a także formie zatrudnienia i nazwie rekrutującej firmy (po 7 proc.).

Jak dodaje Justyna Chmielewska, wątpliwości kandydatów nie budzi wyłącznie pominięcie określonych informacji, ale czasem też sposób, w jaki zostały przedstawione. – *Wystarczy, że są opisane zbyt ogólnie bądź językiem wewnętrznym firmy, który nie jest zrozumiały dla każdego. Zauważamy to szczególnie na*

Kategoria: Polityka Społeczna

Opublikowano: piątek, 27, czerwiec 2025 10:06

Alicja Cisowska

Odsłony: 625

---

*przykładzie wzmianki o pracy hybrydowej. Dla kandydatów nie jest to wystarczająca informacja. Brakuje im dokładnej liczby dni, w które powinni pojawić się w biurze. Aby uniknąć takich problematycznych sytuacji i zadbać o swój dobry wizerunek, pracodawcy powinni spróbować postawić się w roli kandydata i szczegółowo opisać to, na czym może mu najbardziej zależeć. Kluczem do przyciągnięcia właściwych talentów jest transparentna komunikacja – podkreśla ekspertka Hays Poland.*

### **„Brak informacji? Nie ryzykuję”**

Frustracja i niepewność wynikające z braku najważniejszych informacji w ogłoszeniach prowadzą do rezygnacji z aplikowania na ofertę pracy. Potwierdzają to wyniki badania – najwięcej, bo 36 proc. specjalistów i menedżerów szukających pracy przyznaje, że często podejmuje wówczas taką decyzję. Kolejne 30 proc. profesjonalistów robi to sporadycznie, ale 13 proc. zawsze rezygnuje z aplikowania, jeśli w ofercie pracy brakuje ważnych dla nich informacji. To pokazuje, jak łatwo jest stracić kandydata w pierwszym, kluczowym etapie rekrutacji.

*– Wielu kandydatów ma poczucie zagubienia na rynku pracy. Dostrzegają, że w wielu rekrutacjach mierzą się z większą konkurencją i obserwują, jak procesy się wydłużają. To powoduje, że czują się zniechęceni w obliczu kolejnego wyzwania, jakim jest aplikowanie „w ciemno” na ofertę, która nie dostarcza odpowiedzi na wszystkie pytania. Argument ten nie powinien jednak zawsze przesądzać o rezygnacji z udziału w takim procesie. Czasem warto bowiem zaryzykować i spróbować swoich sił także w tej rekrutacji – szczególnie, jeśli brakujące informacje to jedynie skrawek tego, co zawiera ogłoszenie – tłumaczy Justyna Chmielewska.*

### **Potrzeba większej transparentności**

Mimo że 94 proc. profesjonalistów przynajmniej czasami rezygnuje z aplikowania na niepełne ogłoszenia, to dzisiaj ich podejście do tej kwestii jest nieco mniej radykalne niż w przeszłości. Aż 62 proc. respondentów przyznaje, że dzisiaj są bardziej skłonni zaaplikować na ofertę, w której brakuje informacji, niż jeszcze kilka lat temu. Wynika to przede wszystkim z niepewności rynkowej i potrzeby zabezpieczenia swojej kariery na różne sposoby. Wciąż jednak pozostaje 38 proc. kandydatów, którzy są równie sceptyczni wobec „wybrakowanych” ofert pracy, co kiedyś.

Jaki płynie z tego wniosek dla pracodawców? Potrzeba większej transparentności – szczególnie w zakresie oferowanej płacy, na co szczególną uwagę zwrócili respondenci badania Hays. Tę w pewnym stopniu może zagwarantować nadchodząca ustawa o jawności wynagrodzeń. Niezbędna jest też elastyczność. Organizacje powinny zidentyfikować te oczekiwania wobec kandydatów, które są dla nich nienegocjowane, oraz takie, w ramach których są gotowe na ustępstwa, a następnie podkreślić to w ogłoszeniu. Świadomość tego, kogo dokładnie szuka firma i co takiej osobie może zaoferować, będzie też kluczowa dla aplikujących.

*Źródło: IP*