

Maj 2019

Jawne zarobki w ogłoszeniu o pracę (Raport rynku pracy Adzuna)

Spis treści

Wprowadzenie	2
Wyniki badań.....	2
Wpływ stawki podanej w ogłoszeniu na jego atrakcyjność w oczach kandydatów.....	3
Wyniki ankiety	3
Stosunek respondentów do jawności zarobków na poziomie ogłoszenia	3
Uzasadnienie stanowiska	4
Przykładowe odpowiedzi na pytanie otwarte.....	5
Wykres	6
Metodologia.....	7
Metodologia badań z 2018 roku.....	7
Metodologia ankiety z kwietnia 2019 roku.....	7
O Adzuna	8
Kontakt	8

Jawne zarobki w ogłoszeniach o pracę (Raport rynku pracy Adzuna)

Wprowadzenie

W drugiej połowie 2018 roku Adzuna przeanalizowała ogłoszenia o pracę opublikowane na jej serwisach w 16 krajach. Sprawdzone jaki w danym kraju jest odsetek ogłoszeń, które zawierają informację o uposażeniu. W badaniu sprawdzono jak podanie informacji o zarobkach wpływa na atrakcyjność ogłoszenia w oczach kandydata. Za podstawę analizy przyjęto ilość odsłon (kliknięć) w ogłoszenia, które zawierały informację o zarobkach, w porównaniu, do ogłoszeń które takiej informacji nie zawierały.

W maju 2019 roku dane te zostały uzupełnione o wyniki ankiety i ich analizę. Ankiety rozpoczęto w marcu i zakończono w kwietniu 2019. Odpowiadać można było jedynie drogą internetową. Adresatami pytań byli zarówno kandydaci szukający pracy, pracownicy, rekruterzy, jak i sami pracodawcy. Ankieta miała za zadanie sprawdzić czy Polacy chcą aby ogłoszenia o pracę zawierały informację o zarobkach, w jakiej formie i dlaczego.

Wyniki badań

Z badań z 2018 roku wynika, że **liderem** w kontekście podawania informacji o zarobkach w ogłoszeniach o pracę jest **Rosja**. **84%** opublikowanych na stronie Adzuna.ru ogłoszeń zawierało informację o uposażeniu. Najczęściej były to „widelki”. W Rosji nie ma regulacji prawnych, które nakazywałyby pracodawcom podawanie informacji o zarobkach na poziomie ogłoszenia.

Vladimir Tsyglakov, Country Manager Adzuna Rosja mówi, że jest to kwestia kulturowa. Na rosyjskim rynku pracy przyjęło się, że pracodawcy podają stawki już na poziomie ogłoszenia, a nie dopiero w czasie rozmowy kwalifikacyjnej o pracę.

Na **drugim miejscu** pod kątem ilości ogłoszeń z podanymi zarobkami znalazła się **Wielka Brytania**. Aż **63%** przeanalizowanych przez Adzuna ogłoszeń miało tę informację podaną przez pracodawców.

Dodatkowo, kandydaci szukający pracy w Wielkiej Brytanii za pośrednictwem serwisu Adzuna.co.uk mogą skorzystać z danych pochodzących z usługi Jobsworth. Algorytmy Adzuna na bieżąco analizują ogłoszenia z podanymi zarobkami pod kątem słów kluczowych, lokalizacji, nazwy stanowiska i na tej podstawie podają szacunkową wysokość zarobków na interesującej kandydata pozycji (jeśli pracodawca sam takiej informacji nie podał). Dzięki temu kandydaci szukający pracy w Wielkiej Brytanii mogą z dużą dokładnością sprawdzić, ile wart jest wakat, o który planują się ubiegać. Mogą też oszacować czy warto im się przebranżowić analizując najnowsze trendy zarobkowe na Wyspach. Dane dostępne są na stronie <https://www.adzuna.co.uk/jobs/salaries>

Najmniej ogłoszeń z informacją o wynagrodzeniu znaleźli kandydaci szukający pracy w Kanadzie (2%), we Włoszech (2%), Stanach Zjednoczonych (3%), Polsce (4%) oraz Niemczech (6%).

Wpływ stawki podanej w ogłoszeniu na jego atrakcyjność w oczach kandydatów

Jawne stawki w ogłoszeniu o pracę najbardziej cenią sobie **Włosi** oraz **Polacy**. Choć w tych krajach odsetek ogłoszeń zawierających te dane jest znikomy, to **we Włoszech** kandydaci wybierali je ponad **4 razy częściej**. W **Polsce** ogłoszenia te cieszyły się ponad **dwukrotnie** większym powodzeniem, niż te bez informacji o uposażeniu.

Co ciekawe w Niemczech i Holandii podanie stawki w ogłoszeniach wpływało negatywnie na ich odbiór i obniżało atrakcyjność oferty w oczach kandydatów o, odpowiednio 15% i 30% w stosunku do pozostałych ogłoszeń.

Wyniki ankiety

W kwietniu 2019 roku Adzuna przeprowadziła wśród polskich internautów anonimową ankietę skierowaną do osób szukających pracy, osób aktywnych zawodowo, agencji rekrutacyjnych i pracodawców. Wszystkim respondentom zadano te same pytania, aby sprawdzić ich stosunek do jawności poziomu wynagrodzenia w ogłoszeniach o pracę.

Zapytano, czy ogłoszenie o pracę powinno zwierać informację zarobkach. I jeśli tak to czy powinna być ona podana w formie widełek czy raczej informacji o minimalnej stawce jakiej może spodziewać się kandydat. Poproszono o uzasadnienie wybranego wariantu.

Stosunek respondentów do jawności zarobków na poziomie ogłoszenia

Ponad 97% wszystkich ankietowanych odpowiedziało „**tak**” dla podawania informacji o zarobkach w ogłoszeniach o pracę. Z czego **64%** opowiedziało się za informacją podaną formie **widełek (min-max)**, a pozostałym wystarczyłaby informacja o minimalnej stawce, jakiej mogą spodziewać się na danym stanowisku.

Niecałe **3%** wszystkich ankietowanych opowiedziało się **przeciwko** podawaniu stawki wynagrodzenia na poziomie ogłoszenia.

Na ankietę najliczniej odpowiadały osoby pracujące lub szukające obecnie pracy. Adzuna sprawdziła jak wszystkie głosy za i przeciw rozkładały się procentowo na poszczególne grupy, do których skierowana była ankietę. Oprócz samych kandydatów byli to również pracodawcy oraz osoby odpowiedzialne za rekrutację.

Pracodawcy stanowili niewiele ponad **4% ankietowanych**. Byli to głównie przedstawiciele branży IT, przemysłu/produkcji i usług dla biznesu. Ponad **80%** naszych ankietowanych **pracodawców** uznało **podawanie stawek w ogłoszeniu za zasadne**.

Osoby pracujące oraz kandydaci o pracę stanowili prawie **94%** ogółu ankietowanych. Ta grupa najliczniej, bo aż w **98%** **opowiedziała się za podawaniem informacji o zarobkach** na poziomie ogłoszenia. Największą grupę stanowili przedstawiciele administracji biurowej, przemysłu/produkcji, sprzedaży/obsługi klienta.

Najmniej liczną reprezentację miały osoby, które odpowiadają za rekrutację pracowników. Było to niecałe 2% ogółu. Ale ta grupa na pytanie o stawkę w ogłoszeniu odpowiedziała jednogłośnie – tak.

Uzasadnienie stanowiska

Ankietowanych pytano o **uzasadnienie swojego wyboru**, w formie odpowiedzi na pytanie otwarte. Swoją czas na odpowiedź poświęciło aż **84%** respondentów.

Z odpowiedzi udzielonych na pytanie otwarte wyłonił się obraz kandydata, który nie chce marnować czasu, zarówno swojego, jak i potencjalnego pracodawcy na oferty, które nie spełniają jego oczekiwań finansowych. Kandydaci chcą mieć możliwość poznania stawki na danym stanowisku zanim rozpoczną udział w czasochłonnym procesie rekrutacyjnym. **Argument czasu** pojawił się w aż **38%** wszystkich odpowiedzi na to pytanie.

Niezależnie od grupy, do której należał respondent, oszczędność czasu była najczęściej podawanym argumentem przemawiającym za informowaniem o zarobkach w ogłoszeniu o pracę.

Kandydaci, którzy byli pozytywnie nastawieni do podawania stawki ogłoszeniu chcieliby również dzięki tej informacji **uniknąć rozczarowań** na późniejszych etapach rekrutacji. Co łączy się oczywiście ze wspomnianym najczęściej argumentem wzajemnego szanowania czasu.

Ankietowani wskazywali również, że **wynagrodzenie powinno iść w parze z listą obowiązków, jak również z doświadczeniem kandydata**.

Podkreślano też, że stawka w ogłoszeniu działa na korzyść pracodawców. Mają oni większą pewność, że aplikacje jakie do nich wpłyną będą pochodzić o kandydatów znających swoje kwalifikacje i ich wartość na rynku pracy. Co znowu pośrednio przełoży się na zaoszczędzenie czasu – tym razem czasu potrzebnego na wstępną weryfikację aplikacji i przeprowadzenie procesu rekrutacyjnego.

Niektóre odpowiedzi zahaczały o temat wykorzystywania braku informacji o zarobkach przez pracodawców w sposób nie do końca uznawany za fair. Padały odpowiedzi sugerujące zaniżanie stawek czy przyjmowania kandydata o mniejszych wymaganiach finansowych; budowanie

dysproporcji między pracownikami na tych samych stanowiskach w jednej organizacji. Respondenci wskazywali, że **podanie stawek** w ogłoszeniu sprawiłoby, że cały **proces rekrutacyjny** byłby bardziej **przejrzysty i dzięki temu uczciwszy**. Kandydat wiedziałby nie tylko jakie wymagania stawiać przed nim będzie pracodawca i jakiego doświadczenia czy wiedzy wymaga, ale również zobaczyłby na ile pracodawca je wycenia.

Przykładowe odpowiedzi na pytanie otwarte

(pisownia nieoryginalna. Poprawiono oczywiste literówki, błędy ortograficzne i gramatyczne)

Odpowiedzi od osób, które chcą, aby ogłoszenie o pracę zawierało informację o uposażeniu

„To jedna z możliwości wstępnej selekcji ogłoszeń o pracę. Szukając pracy chciałabym wiedzieć jakie pieniądze będę zarabiać już na początku, oszczędzi to wiele czasu i mnie i pracodawcy.”

„W odpowiedzi na ogłoszenie pracodawcy oczekują podania oczekiwań finansowych, a dlaczego nie podają, ile mogą zaoferować? W rekrutacji wygrywa znajomy (a rekrutacja to tylko podkładka) albo najtańszy kandydat”

„Oczekiwania płacowe są kluczowe. Chcemy wiedzieć, czy zmieniamy pracę z korzyścią finansową.”
„pozwala to [na] transparentność wynagrodzeń w firmie, buduje zaufanie i zapobiega drastycznym nierównościom w płacach”

„kwestie finansowe powinny być podane tak samo jak informacja, czy możesz liczyć na umowę o pracę i świadczenia socjalne.”

„Osoba z wymaganym przez pracodawcę wykształceniem i doświadczeniem, spełniająca wymagania pracodawcy powinna wiedzieć jaka jest kwota minimalna, aby nie marnować swojego czasu na aplikację [na] daną ofertę. Jasne jest, że osoby z doświadczeniem będą miały większe wymagania dotyczące wynagrodzenia niż osoba po studiach, bez doświadczenia.”

„Pracodawca często nie informuje o wynagrodzeniu i po przejściu przez rozmowy kwalifikacyjne okazuje się, że jest to najniższa krajowa, która nie jest adekwatna do doświadczenia i kompetencji, które posiada osoba ubiegająca się o pracę. Nie znając wynagrodzenia trudno je również negocjować.”

„1. Zaoszczędziłoby to czas obu stronom, gdyby się okazało, że taka stawka nie odpowiada potencjalnemu pracownikowi. 2. "Bajkopisarze", którzy mówią, ile to się nie zarabia w konkurencyjnych firmach, przestaliby może w końcu narzekać na swoje zarobki i siać ferment i niezadowolenie w pracy. 3. Osoby ze znikomą wiedzą i doświadczeniem, które przychodzą na rozmowę o pracę, dzięki takiej informacji nie żądałyby płacy na poziomie specjalisty (jak to się często teraz zdarza).”

„Aby uniknąć żenujących rozmów na koniec rekrutacji. To, ile by Pan chciał? A ile jestem dla Państwa wart?”

„Jestem za zasadą przejrzystości. Jeśli ktoś określa w ogłoszeniu warunki pracy, oczekiwania wobec kandydatki/kandydata to podanie stawek jest tylko doprecyzowaniem oferty pracy.”

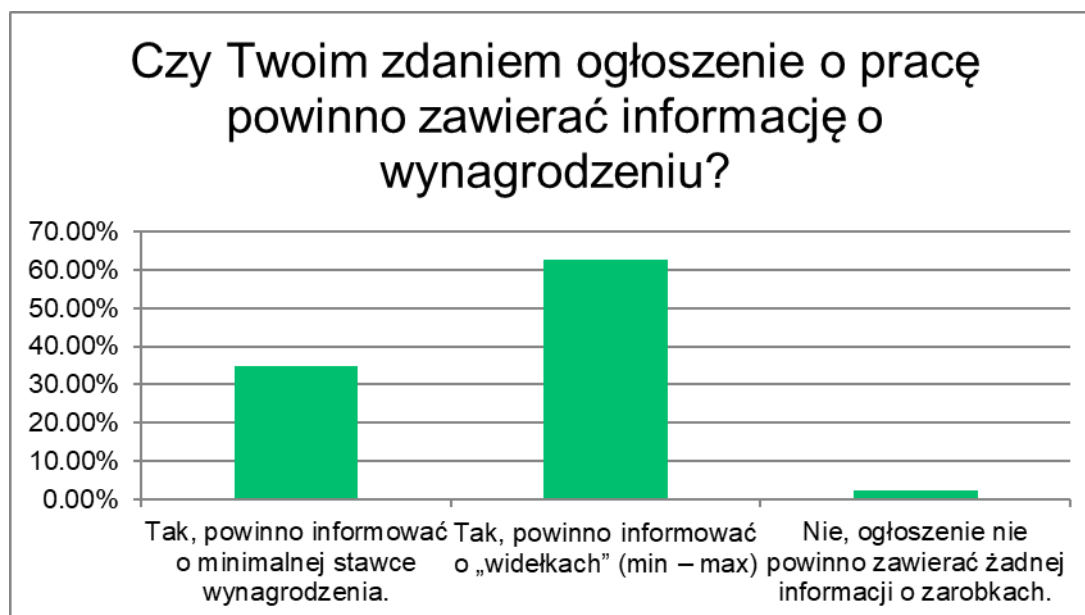
Odpowiedzi od osób, które nie chcą, aby ogłoszenie o pracę zawierało informację o uposażeniu

„Taka informacja może być wykorzystana przez konkurencję, która może pozyskać wiedzę o wynagrodzeniach”

„ponieważ i tak są pisane nieprawdy maksymalnie wyśrubowane”

„To zależy od docelowej grupy zawodowej. W przypadku pracowników produkcyjnych jest to nieuzasadnione ze względu na jawność płac w porównaniu do innych. Co innego kadra menadżerska.”

Wykres



Metodologia

Metodologia badań z 2018 roku

Pod uwagę zostały wzięte ogłoszenia o pracę, które publikowane były online w okresie lipiec-wrzesień 2018 na krajowych serwisach Adzuna w: [Holandii](#), [Polsce](#), [Rosji](#), [Niemczech](#), [Wielkiej Brytanii](#), [Kanadzie](#), [USA](#) i we [Włoszech](#).

Do analizy wzięto pod uwagę ogłoszenia, które podawały informację o wynagrodzeniu mieszczącym się w widełkach (w lokalnej walucie danego kraju):

Kraj	Minimum	Maximum
NL	5.000	250.000
PL	3.000	350.000
RU	20.000	3.000.000
DE	5.000	200.000
UK	5.000	200.000
CA	3.000	300.000
US	7.000	300.000
IT	5.000	200.000

Zainteresowanie ogłoszeniami mierzono na podstawie ilości odsłon/kliknięć w ogłoszenia w okresie czerwiec-październik 2018.

Metodologia ankiety z kwietnia 2019 roku

W ankiecie wzięło udział 684 osoby.

94% ogółu stanowiły osoby pracujące lub szukające pracy

4% stanowili pracodawcy

2% stanowili rekruterzy lub osoby odpowiadające za rekrutację.

Ankieta była przeprowadzona w okresie 22.03 - 30.04.2019r, za pośrednictwem Internetu.

O Adzuna

ADZUNA, tzw. ‘Google dla ofert pracy’ działa w 16 krajach na świecie i obsługuje średnio 10 milionów użytkowników miesięcznie. Chcemy wyświetlać każdą ofertę pracy, wszędzie.

Przeszukujemy tysiące stron z wakatami, dzięki czemu jej użytkownicy nie muszą tego robić – zbiera miliony ofert pracy na jednym portalu. Udostępnia wiele opcji wyszukiwania oraz dane dotyczące rynku pracy, dzięki czemu poszukujący pracy mają dostęp do wartościowych informacji i mogą przejąć kontrolę nad własną karierą.

Adzuna została założona w 2011 roku przez Andrew Hunter’a oraz Doug’a Monro, którzy uprzednio związani byli z eBay, Qype oraz Zoopla. W 2015, dotychczas wspierany przez wiodące firmy venture capital (m.in. Index Ventures, Passion Capital i Crowdcube) start-up zebrał fundusze wysokości 3 milionów Euro, w celu wsparcia międzynarodowego rozwoju firmy oraz pracy nad dalszym rozwojem produktu, pozwalając na wzmożoną ekspansję w Polsce i kontynuację rewolucji w poszukiwaniu zatrudnienia na polskim rynku pracy.

Chcemy być najlepszym miejscem online do rozpoczęcia poszukiwań pracy. Cieszymy się, że możemy wykorzystywać możliwości technologiczne, aby pomagać w znalezieniu pracy lub łączyć z lepszymi, bardziej satysfakcjonującymi możliwościami rozwoju kariery.

Kontakt

Dla uzyskania dodatkowych informacji zapraszamy do kontaktu z Marią Fałatowicz

Maria Fałatowicz, Manager Adzuna Polska

tel. +44 20 819 175 82

Adres e-mail: mariaf@adzuna.com

Formularz kontaktowy: <https://www.adzuna.pl/contact-us.html>