

86% respondentów uważa, że firmy powinny ponosić publiczną odpowiedzialność za sposób, w jaki komunikują się z kandydatami

92% osób szukających pracy w Polsce zostało kiedyś „zghostowanych” przez rekrutera – wynika z nowego badania Jooble, przeprowadzonego we wrześniu wśród 1000 polskich kandydatów. Jako sposób walki ze zjawiskiem milczenia w rekrutacji respondenci wymieniają zostawianie opinii o procesie rekrutacyjnym w mediach społecznościowych lub na innych portalach, a także wprowadzenie rozpoznawalnego oznaczenia w rodzaju certyfikatu „Ghost-Free” dla pracodawców odpowiadających na aplikacje.

Najczęściej brak odpowiedzi od rekruterów następuje od razu po wysłaniu CV (73,3%). Rzadziej dzieje się to po wstępnej selekcji (rozmowa telefoniczna lub wideo) – 15,5%, ale 11,2% badanych doświadczyło ghostingu po finałowej rozmowie z hiring managerem (kierownikiem ds. zatrudnienia). Połowa respondentów uważa, że automatyczna wiadomość z odmową, generowana przez AI, to lepsze rozwiązanie niż całkowity brak odpowiedzi.

Większość respondentów (92%) nigdy nie zostawiła publicznie opinii o doświadczeniu ghostingu ze strony danej firmy, choć często miała na to ochotę. Najczęściej wskazywanym powodem jest strata czasu i przekonanie, że i tak nic to nie zmieni. Drugim powodem jest obawa – kandydaci boją się, że w przyszłości może to zaszkodzić im podczas poszukiwania pracy w innych firmach, a nawet w tej samej. Część respondentów tłumaczy to tym, że „jest to tak powszechne zjawisko, że aż uważa się je za normalne”.

8% respondentów, którzy zostawiali opinie o firmach, robiło to w mediach społecznościowych oraz na różnych portalach z ofertami pracy, w tym na Jooble.

Natomiast prawie 30% kandydatów przed rozmową kwalifikacyjną szuka komentarzy i opinii na temat firmy od innych kandydatów lub pracowników. Jeśli natrafią na taką opinię, to w połowie przypadków w ogóle nie wysyłają swojego CV.

Jeśli chodzi o sam proces rekrutacyjny, według respondentów liczba jego etapów nie powinna przekraczać dwóch. Na wykonanie dodatkowego zadania rekrutacyjnego zgadza się 63,2% – ale tylko wtedy, gdy zadanie bezpośrednio prowadzi do ostatecznej oferty albo jest dodatkowo płatne. 12,7% w takiej sytuacji zrezygnuje z rekrutacji, a 24,1 % wykona zadanie, ponieważ uważa to za normalne.

Na pytanie „Czy kiedykolwiek zghostowałeś(-aś) rekrutera na jakimkolwiek etapie procesu?” 86,6% odpowiedziało „nie”, a 13,4% – „tak”, przy czym większość z nich nie wskazuje konkretnego powodu. Pojawiają się nieliczne odpowiedzi w rodzaju: „Przestała mnie interesować firma/stanowisko” lub „Otrzymałem(-am) lepszą ofertę”, „Nie miałem/miałam czasu odpowiedzieć rekruterowi”.

“Wśród osób, które wskazały na pogorszenie zachowania rekruterów w ostatnich latach, najczęściej wymienianym powodem jest to, że rekruterzy jeszcze rzadziej niż wcześniej wracają z jakąkolwiek informacją zwrotną. Na drugim miejscu respondenci wskazują na “zanik czynnika ludzkiego” w związku z rosnącym udziałem sztucznej inteligencji w procesach rekrutacyjnych oraz inne, bardziej indywidualne doświadczenia” – mówi Nazar Danczuk, Country Head Jooble w Polsce.

86,3% badanych odpowiada, że reputacja firmy powinna być oceniana publicznie na podstawie jej komunikacji z kandydatami (np. poprzez certyfikat „Firma bez ghostingu”). 13,7% uważa, że nie jest to na tyle istotny czynnik, by wpływał na wizerunek firmy.

“Utrata pewności siebie, utrata wiary we własne umiejętności, gniew, poczucie niesprawiedliwości, a czasem obojętność, bo od samego początku niewiele się oczekiwało, – to uczucia, jakie wywołuje brak odpowiedzi od firmy po włożeniu znacznego wysiłku w proces rekrutacji” - dodaje Nazar Danczuk.

Większość respondentów jest gotowa ponownie aplikować do firm, w których wcześniej miała negatywne doświadczenia podczas rekrutacji. Tylko 18% nigdy nie zaaplikowałoby ponownie do firmy, która wcześniej przerwała proces rekrutacji bez żadnej odpowiedzi.

Przypomnijmy: do Sejmu trafiła petycja o obowiązek poinformowania kandydatów o wynikach rekrutacji w ciągu 14 dni od rozmowy, a w razie odrzucenia – o podanie krótkiego powodu.

O Jooble

Jooble to międzynarodowa platforma poszukiwania pracy, agregująca ogłoszenia z tysięcy portali i stron firmowych, dostępna w 66 krajach na świecie, w tym w Polsce.

Dane badania: branża pracy / poszukiwania pracy

- Logistyka, Magazynowanie i E-commerce
- Produkcja i Przemysł
- Handel Detaliczny i Sieci Handlowe (Retail)
- HoReCa (Gastronomia i Hotelarstwo)
- Budownictwo i Prace Instalacyjne
- Facility Management (Utrzymanie Czystości i Ochrona)
- Technologie / IT

Kontakt dla mediów

Yana Opariy Jooble e-mail: yana.opariy@jooble.com

Wszystkie cytowane w niniejszym materiale odpowiedzi na pytania otwarte pochodzą od respondentów, którzy wyrazili zgodę na ich anonimowe wykorzystanie w raporcie końcowym i materiałach prasowych Jooble.