

# Badacz(ka) a praca.

Raport z badania postaw dotyczących zatrudnienia w branży badawczej i insightów.

# 0 projekcie

W branży badawczej zdarzają się momenty zintensyfikowanej mobilności pracowników. Taki moment obserwowaliśmy w drugiej połowie 2022, a sytuacja ta zainspirowała nas do przyjrzenia się tej tematyce. Szukaliśmy odpowiedzi na pytanie o to, jak nam się pracuje w obecnych miejscach zatrudnienia, jaką mamy jako branża skłonność do zmiany pracy oraz na jakie czynniki determinują nasze wybory. W Wasze ręce oddajemy materiał który stara się choć częściowo doświetlić te zagadnienia.

- Badanie zrealizowane zostało techniką CAWI (wywiady internetowe);
- Kwestionariusz obejmował moduł Adaptive Choice Based Conjoint (wykorzystany do oszacowania ważności różnych elementów ofert pracy dla badaczek/badaczy);
- Próba badawcza: N=451 (odpowiedzi na pierwsze pyt.), N=260 (odpowiedzi na ostatnie pyt.);
- Dane zebrane zostały pomiędzy 29 XI 2022 a 16 II 2023.

Projekt „Badacz(k)a a praca” powstał w ramach współpracy z:

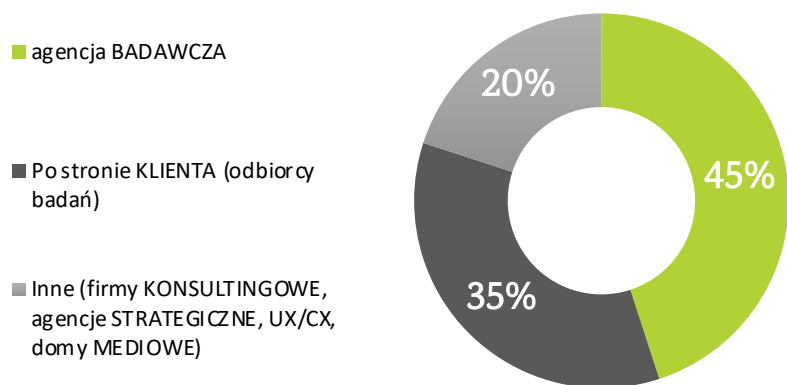


# Kto brał udział w badaniu?

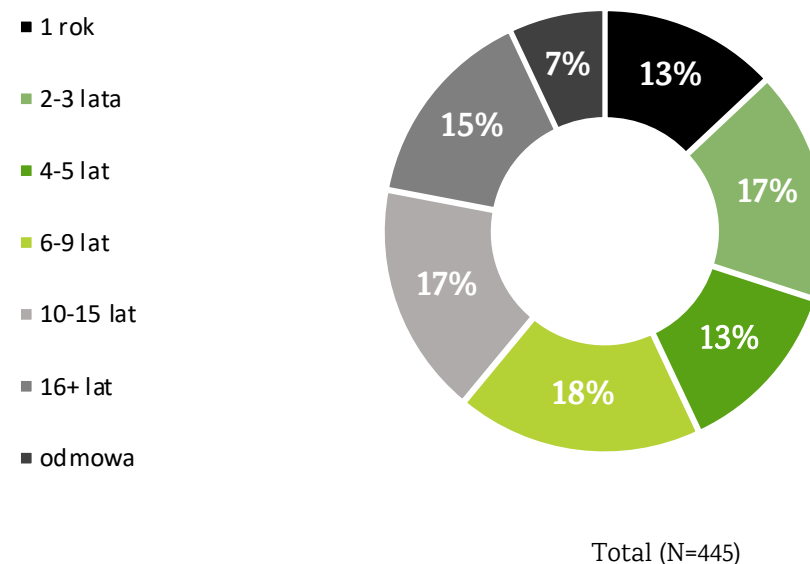
# Zróżnicowanie typu organizacji i stażu pracy u obecnego pracodawcy

Próba była zróżnicowana pod kątem stażu pracy u obecnego pracodawcy, a silną reprezentację miały zarówno osoby pracujące po stronie dostawców, odbiorców badań jak i innych typów organizacji.

## Miejsce pracy



## Staż pracy



Q2. Gdzie pracujesz? Jeśli pracujesz więcej niż w jednym miejscu zaznacz tę instytucję, które uznajesz za GŁÓWNE źródło swoich DOCHODÓW.

Q3. W którym roku rozpocząłeś/ęłaś pracę w firmie, w której obecnie pracujesz?

# Najczęściej wybierane specjalizacje



3/4

badanych zajmuje się badaniami (marketingowymi /rynku /społecznymi)

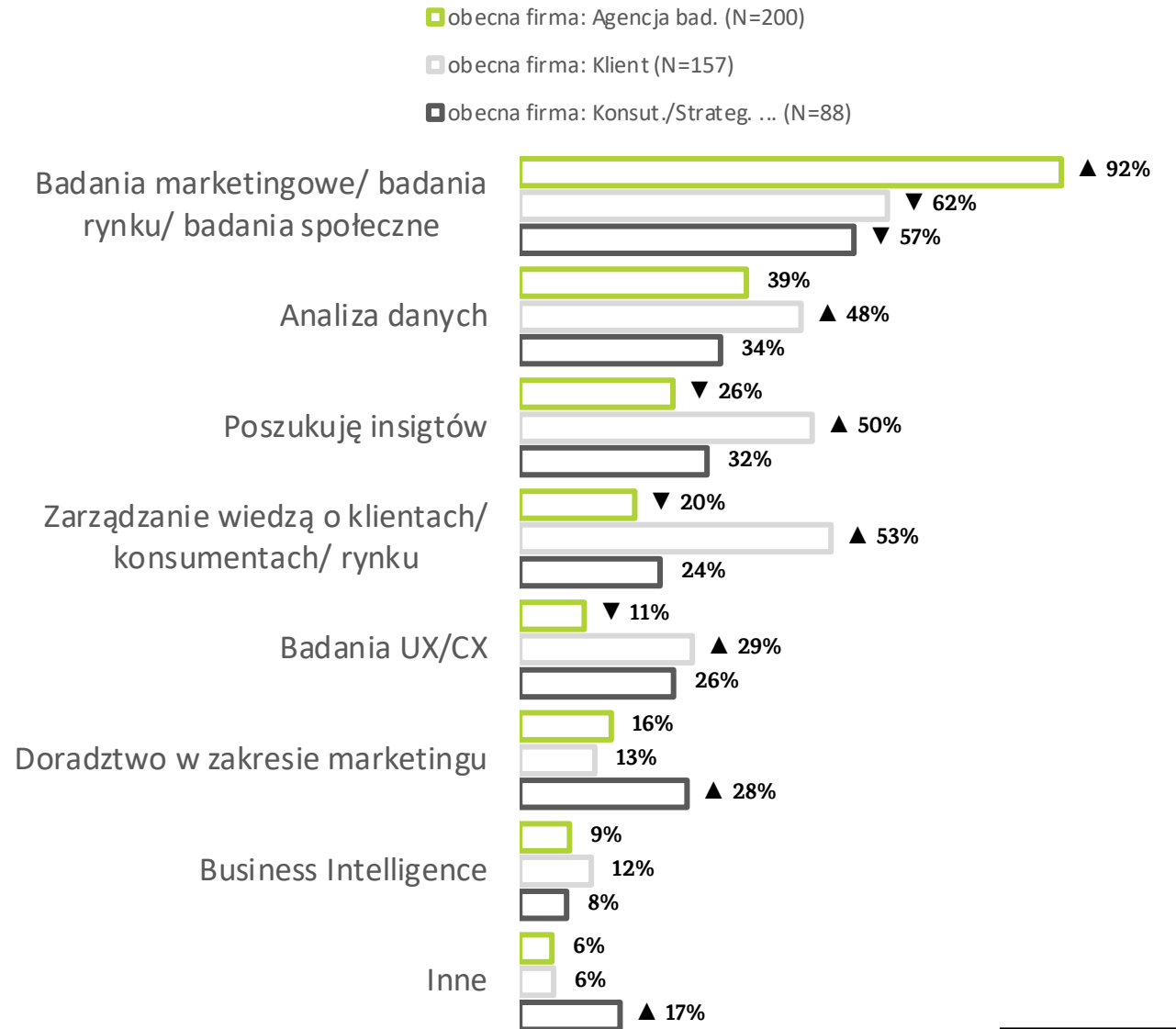


Q1. Czym się obecnie zajmujesz zawodowo? – pytanie wielowyborowe

# Warto zauważyć: Inaczej mówimy o swojej pracy

Badacze i badaczki po stronie agencji badawczych częściej określają swój zakres działań jako szeroko pojęte badania marketingowe, rynkowe czy społeczne.

Te osoby, które badaniami zajmują się po stronie Klienta m.in. częściej mówią o poszukiwaniu insightów czy zarządzaniu wiedzą o klientach.



Q1. Czym się obecnie zajmujesz zawodowo? – pytanie wielowyborowe

Istotna statystycznie różnica vs. Total ▲ ▼

# Czego się dowiedzieliśmy?

**Agencja badawcza to stałość i zadowolenie?  
Porównując do innych typów organizacji  
zatrudniających badaczy? Tak!**



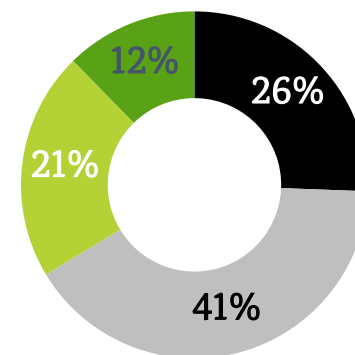
# Co trzecia osoba pracująca w badaniach jest otwarta na zmianę

Skłonność do rozważania zmiany miejsca zatrudnienia jest inna w zależności od tego, gdzie obecnie pracują respondenci.

Największą otwartością na nowe wyzwania zawodowe cechują się osoby, które obecnie pracują w organizacjach innych niż klasyczne agencje badawcze czy organizacje klienckie. Najmniej skłonni do zmiany są badacze aktualnie zatrudnieni w agencjach badawczych.

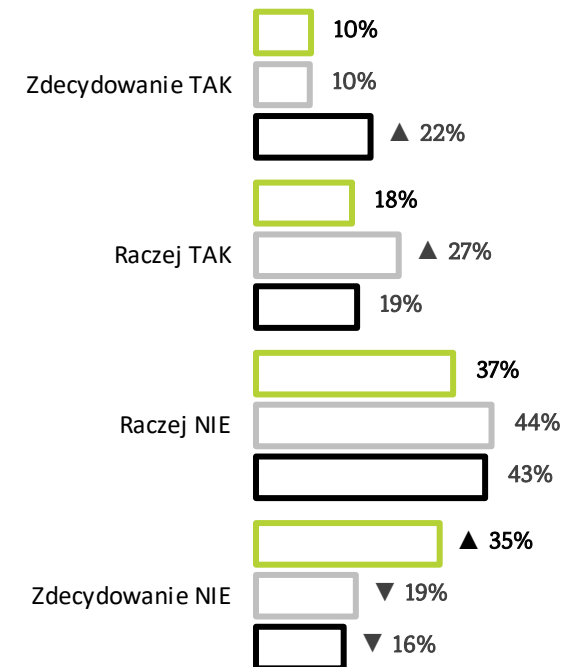
## Otwartość na zmianę miejsca pracy w ciągu 6 miesięcy

- Zdecydowanie NIE
- Raczej NIE
- Raczej TAK
- Zdecydowanie TAK



Total (N=422)

- obecna firma: Agencja bad. (N=194)
- obecna firma: Klient (N=149)
- obecna firma: Konsut./Strateg. ... (N=79)



Istotna statystycznie różnica vs. Total ▲ ▼

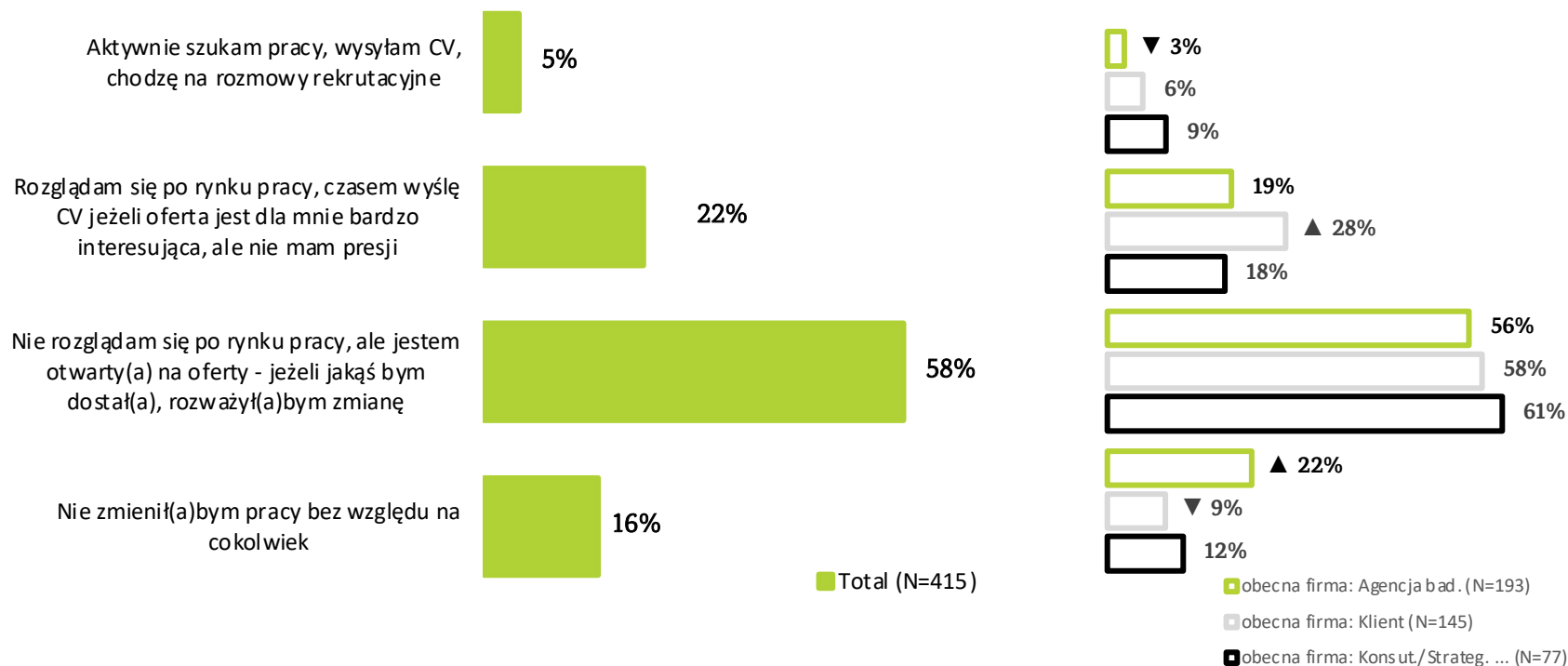
Q5. Czy bierzesz pod uwagę zmianę miejsca pracy w ciągu najbliższych sześciu miesięcy?

# W nastawieniu do zmiany pracy zdecydowanie przeważa pasywne oczekiwanie na dobre oferty niż aktywne szukanie nowych możliwości



Osoby zatrudnione po stronie agencji badawczych są najbardziej związane ze swoim obecnym miejscem pracy.

## Nastawienie do zmiany miejsca pracy i podjęte działania



Dla porównania, wg. ostatniego badania Pracuj.pl „Mobilność zawodowa Polaków w 2023 roku”:

- 27% respondentów deklaruje, że ostatni raz zmieniali pracę ponad 10 lat temu,
- 18% zmieniło pracę ponad 5 do 10 lat temu.,
- 17% badanych zmieniło pracę w ciągu ostatnich 12 miesięcy
- 41% ankietowanych deklaruje, że szuka obecnie pracy lub w najbliższym czasie planuje zmienić obecną.
- 84% badanych zaznacza, że nawet jeśli nie szuka aktywnie, to jest otwarta na otrzymanie nowej, ciekawej oferty pracy, gdyby taka pojawiła się w najbliższych miesiącach.

Rotacja i mobilność zawodowa w branży badawczej jest więc niższa niż wskazują na to ogólnorynkowe trendy.

Źródło: <https://www.prawo.pl/kadry/mobilnosc-zawodowa-polakow-w-2023-roku-badanie-pracujpl521002.html>

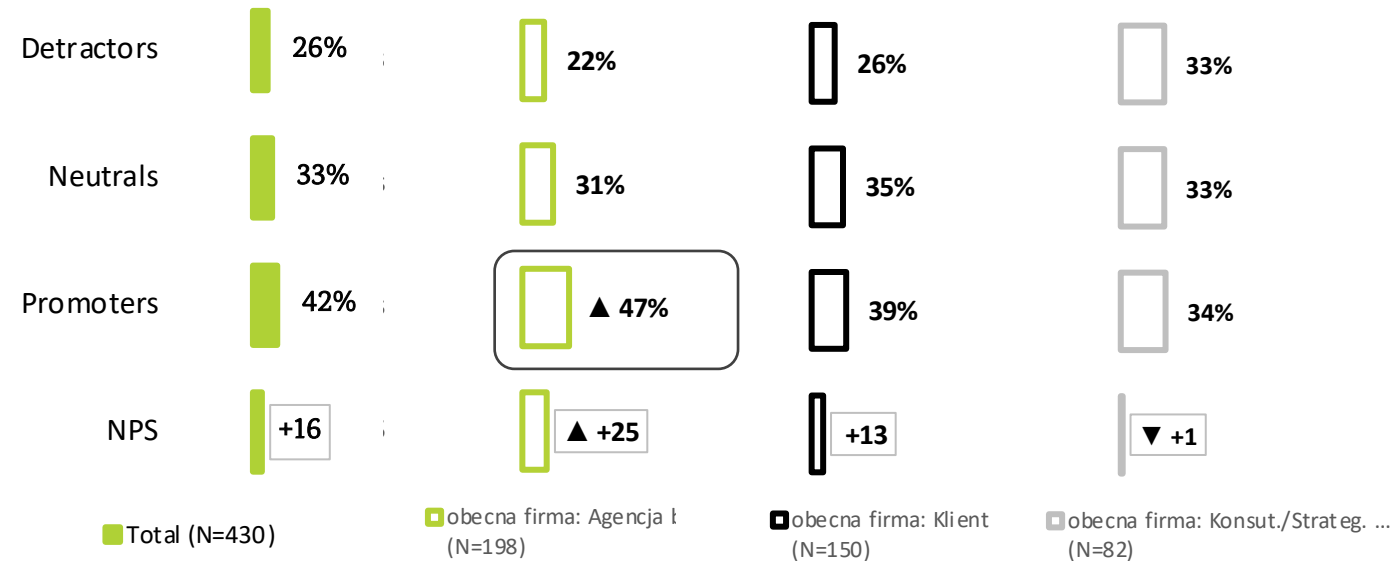
Istotna statystycznie różnica vs. Total ▲ ▼

Q7. Która z opisanych poniżej sytuacji dobrze opisuje Twoje aktualne nastawienie?

# Pracownicy agencji badawczych są bardziej skłonni do polecenia swojego pracodawcy

# 47%

pracowników agencji  
poleciłoby swoje  
miejsce pracy



Q4. Czy był/abyś skłonny/a poleci pracę w firmie, w której obecnie pracujesz swojemu znajomemu?

Istotna statystycznie  
różnica vs. Total ▲  
▼

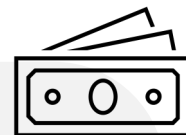
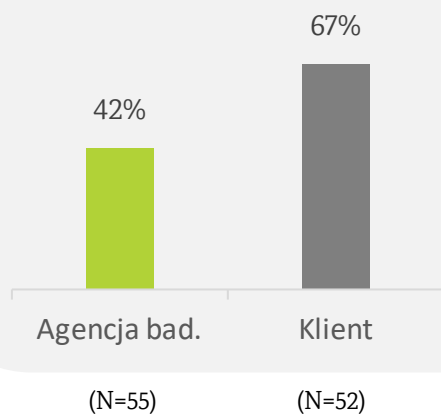
**Motywacje do zmiany pracy różnią się  
pomiędzy agencją a stroną klienta.**

# Badaczy po stronie agencji motywują większe zarobki i chęć zmiany środowiska, osoby pracujące po stronie klienta częściej kierują się rozwojem kariery



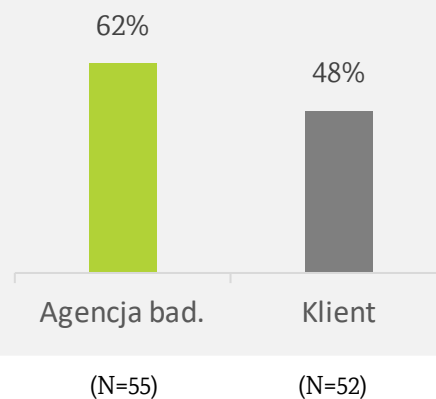
## Rozwój

chcę rozwijać się zawodowo, powiększać swoje kompetencje w obszarze w którym obecnie pracuję



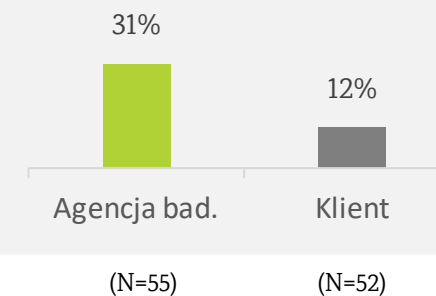
## Finanse

chcę więcej zarabiać, a w obecnym miejscu nie mam perspektyw na zmianę wynagrodzenia



## Zmiana środowiska

chcę zmiany otoczenia, zespołu, stylu zarządzania



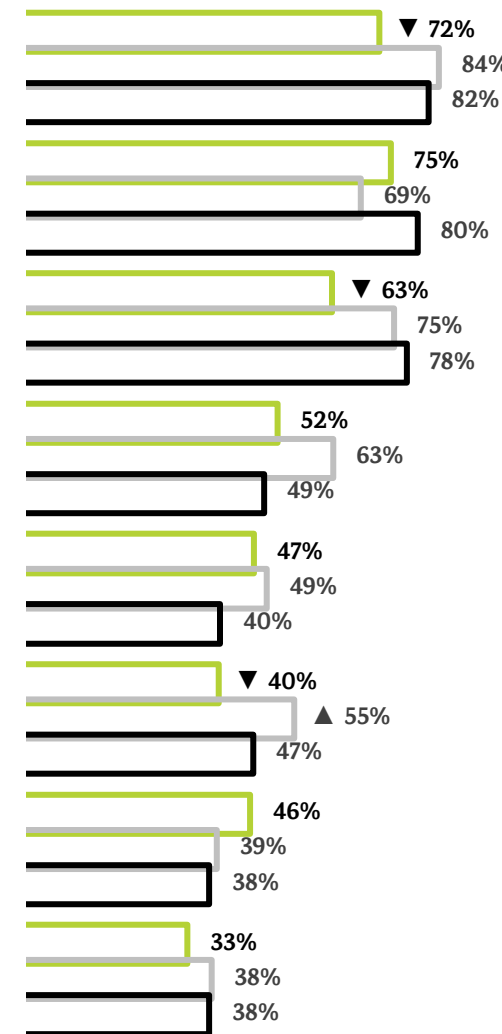
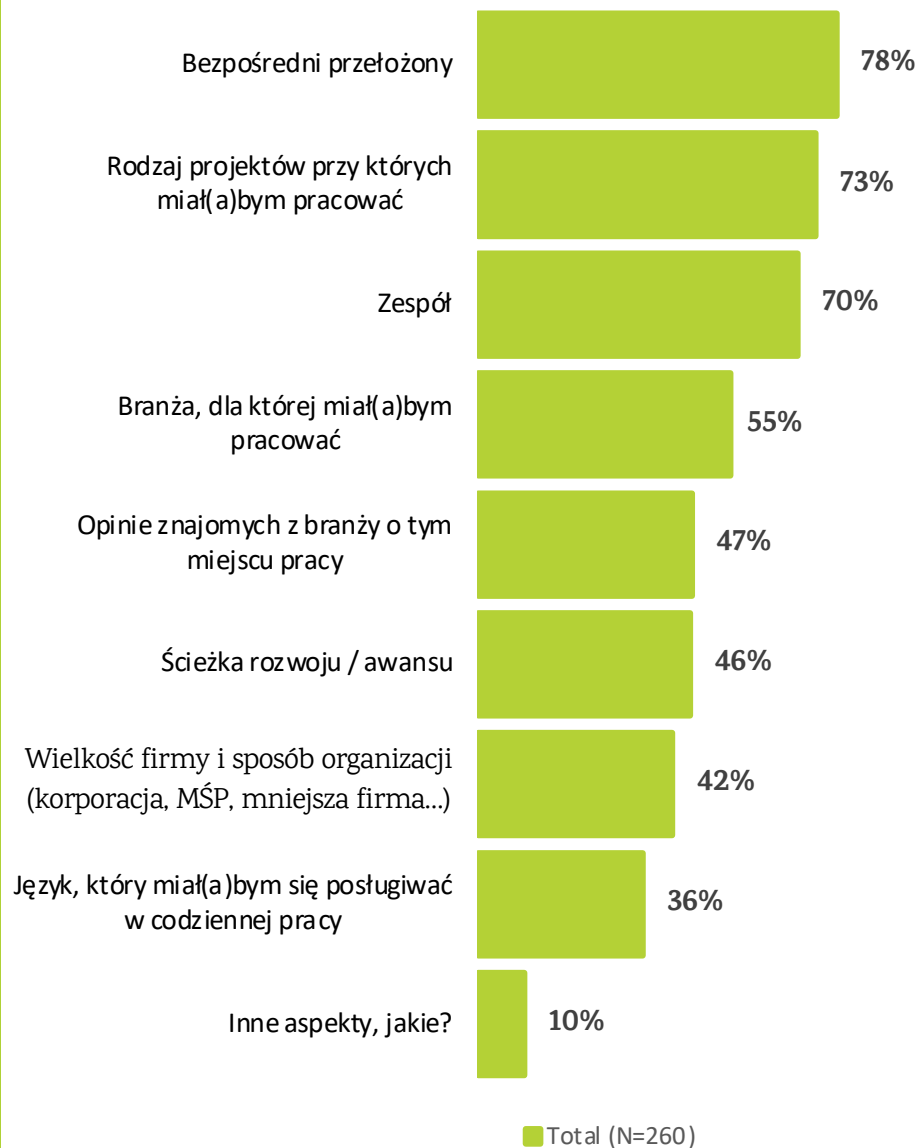
Q6. Co wpływa na to, że rozważasz zmianę pracy? [Podstawa: rozważający zmianę miejsca pracy]

**Czynnik ludzki stanowi jeden z największych pozafinansowych driverów wyboru miejsca pracy.**

# Pozaofertowe i pozafinansowe czynniki wyboru miejsca pracy

Istotnymi czynnikami wyboru miejsca pracy (poza szczegółami oferty i warunkami finansowymi) są także: bezpośredni przełożony, rodzaj projektów, zespół.

Osoby zatrudnione po stronie agencji badawczych mniej priorytetyzują kwestie związane z osobą przełożonego i zespołu w swoich wyborach, natomiast badacze po stronie klienta zwracają większą niż inni uwagę na rozmiar i typ organizacji.

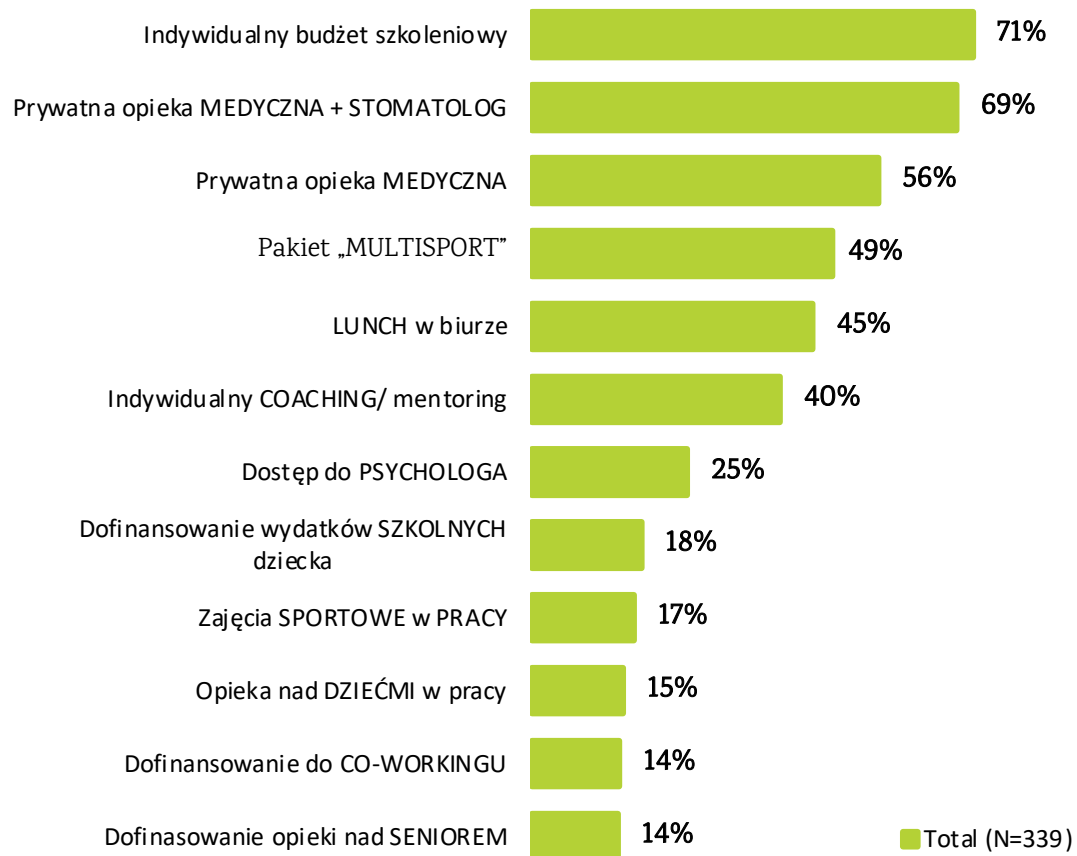


■ obecna firma: Agencja bad. (N=126)  
 ■ obecna firma: Klient (N=89)  
 ■ obecna firma: Konsut./Strateg. ... (N=45)

Q10. Rozmawialiśmy dużo o ofertach, wynagrodzeniu, benefitach. Jesteśmy jednak ciekawi co jeszcze, jeżeli cokolwiek, jest / byłoby dla Ciebie ważne w wyborze nowego miejsca pracy?

Istotna statystycznie różnica vs. Total ▲  
 ▼

# Lista najbardziej atrakcyjnych benefitów jest taka sama niezależnie od obecnego miejsca pracy



Indywidualny budżet szkoleniowy



Opieka medyczna i stomatologiczna



Pakiet „Multisport”



Lunch w biurze



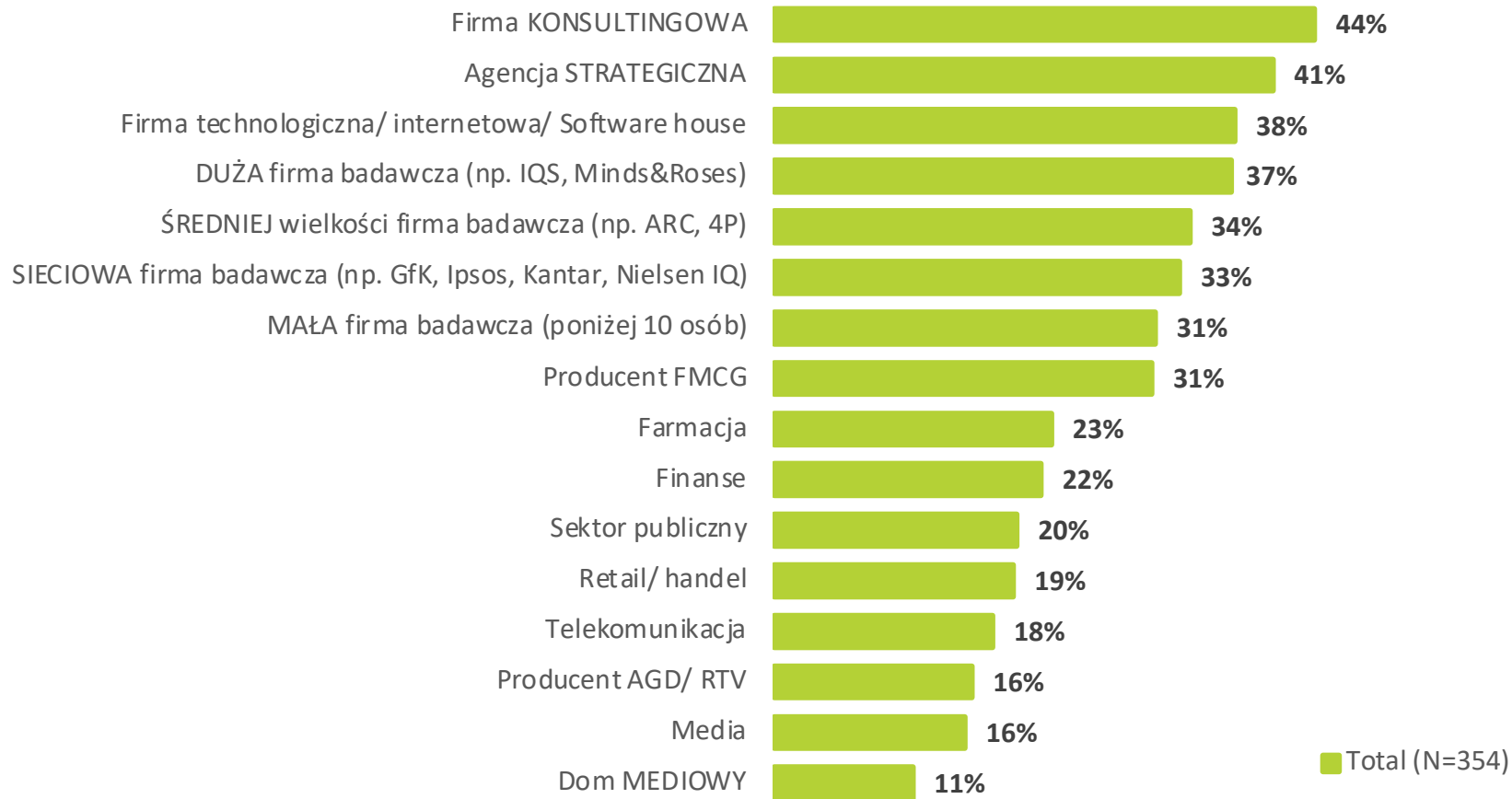
Indywidualny coaching/mentoring

PRE\_2. Pracodawca może finansować różne dodatkowe korzyści. Które są najbardziej atrakcyjne dla Ciebie?



**Badacze pracujący obecnie po stronie klienta są znacznie mniej skłonni do zmiany typu organizacji niż ci, pracujący po stronie agencji badawczej lub w innych typach firm.**

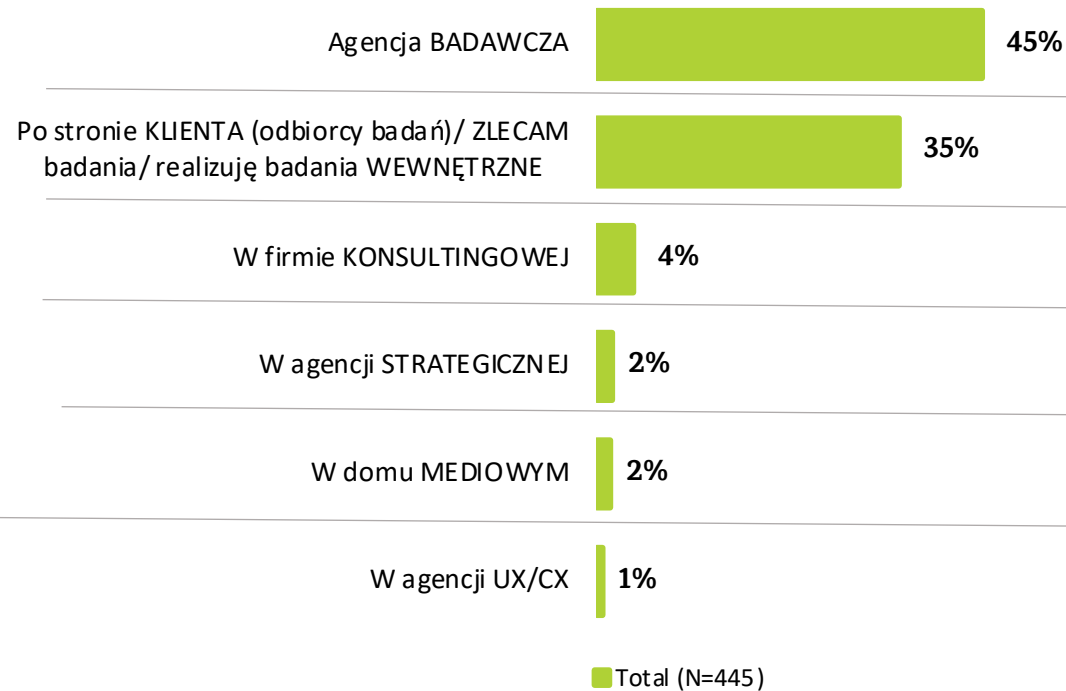
# Agencje, zarówno badawcze jak i konsultingowe czy strategiczne to najchętniej wybierany kierunek dla dalszego rozwoju kariery. Po stronie klienta interesujące są firmy technologiczne oraz FMCG.



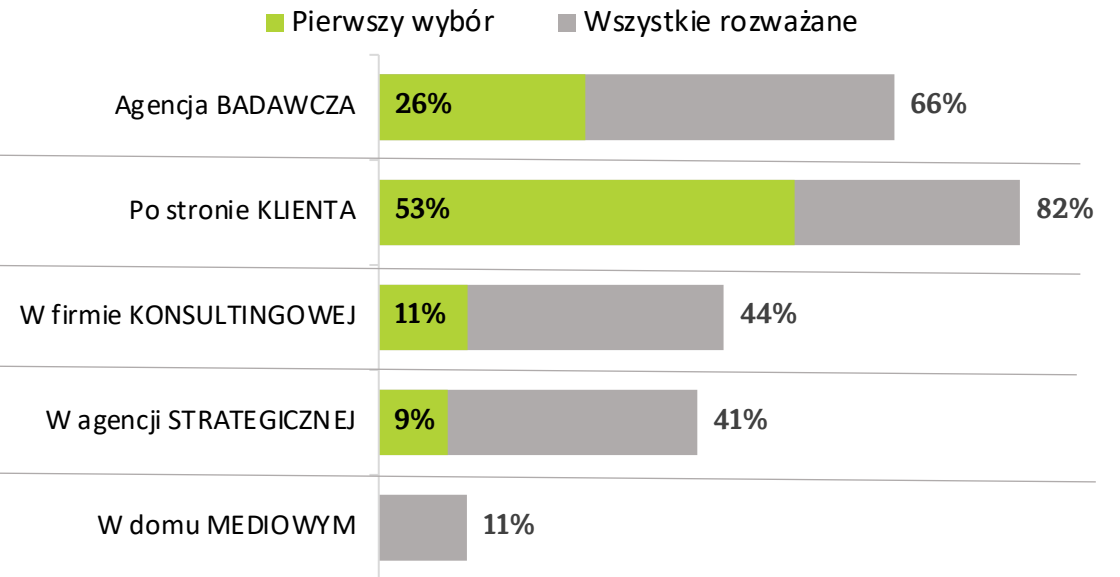
PRE\_1. Myśląc o nowym miejscu pracy, które firmy brał(a)byś pod uwagę?

# Badacze aktualnie pracujący w agencjach są bardziej otwarci na inne typy organizacji jako miejsce pracy w przyszłości niż badacze będący aktualnie po stronie klienta.

## Obecne miejsce pracy



## Wskazania na obecne miejsce pracy w wyborach na przyszłość



Q2. Gdzie pracujesz? Jeśli pracujesz więcej niż w jednym miejscu zaznacz tę instytucję, które uznajesz za GŁÓWNE źródło swoich DOCHODÓW.

PRE\_1. Myśląc o nowym miejscu pracy, które firmy brał(a)byś pod uwagę?

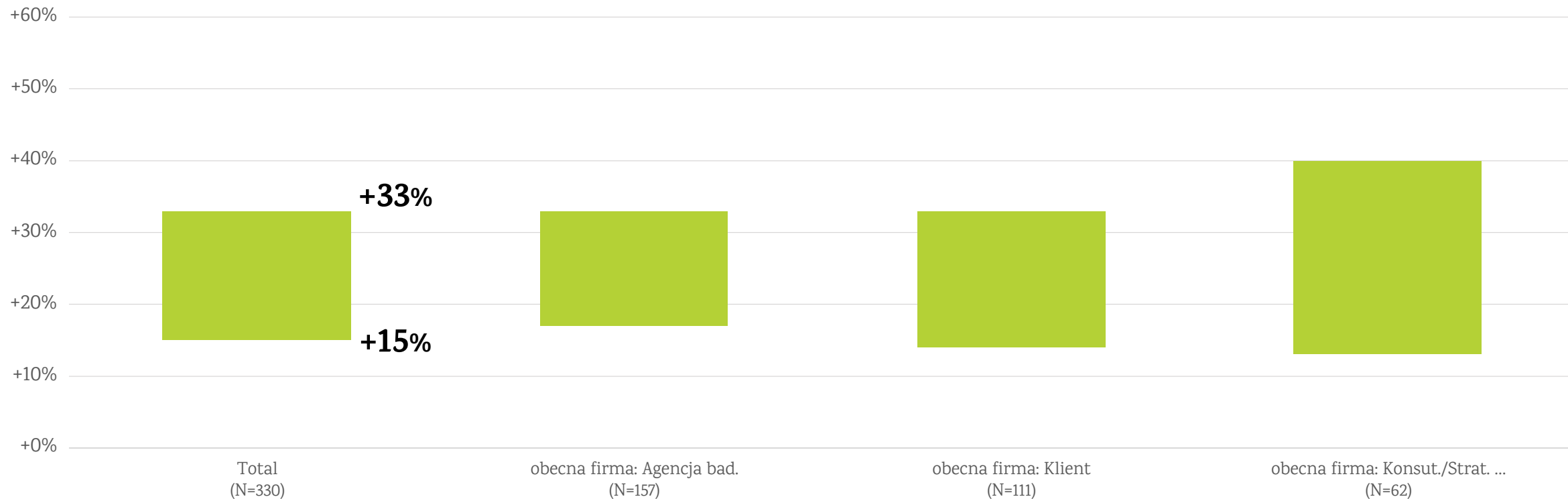
Pre\_1\_single. A który rodzaj firmy brał(a)byś pod uwagę w PIERWSZEJ kolejności?

**Chcemy zarabiać o minimum 15% więcej w nowym miejscu pracy.\***

\* Dane dla okresu zbierania danych przełom roku 2022/ 2023

# W nowym miejscu pracy oczekujemy wzrostu wynagrodzenia od 15% do 33%.

## Wzrost wynagrodzenia motywujący do zmiany pracy\*[PSM]



PSMa\_expensive. Przy jakiej wysokości miesięcznego wynagrodzenia NETTO (na rękę) uznał/abyś propozycję nowego miejsca pracy za WARTĄ ROZWAŻENIA?  
PSMb\_bargain. Przy jakiej wysokości miesięcznego wynagrodzenia NETTO (na rękę) uznał/abyś propozycję nowego miejsca pracy za DOSKONAŁĄ – trudną do odrzucenia?  
PSMc\_too\_expensive. Przy jakiej wysokości miesięcznego wynagrodzenia NETTO (na rękę) uznał/abyś propozycję nowego miejsca pracy za NIE wartą rozważenia?

# Czasy ofert podkreślających umiejętność pracy pod presją czasu mamy już za sobą.

Na kolejnych slajdach zaprezentujemy wyniki analizy conjoint dla przykładowego stanowiska samodzielnego eksperta. Dlaczego tylko taka mała dawka wyników? Nie chcieliśmy przeciążyć raportu množstwem danych, szczególnie na niewielkich liczebnościach próby, a bez względu na preferowane stanowisko, preferencje są niemal takie same.

# Jak czytać wyniki na kolejnym slajdzie?

## Samodzielny/a EKSPERT/KA:

### Wycena elementów oferty

**Możliwe ograniczenie wynagrodzenia o:**  
(mies. brutto)

**Oczekiwane podwyższenie wynagrodzenia o:**  
(mies. brutto)

Biuro czy zdalnie:

min. 40% w BIURZE

(Reference Level)

0% w biurze

- 1 PLN

min. 80% w BIURZE

+2 550 PLN

100% w BIURZE

+3 646 PLN

Total (N=261)

W przypadku rekrutacji na stanowisko: **Samodzielny/a EKSPERT/KA**, zastąpienie możliwości pracy zdalnej (do 60% czasu) obowiązkiem **100% pracy w biurze** oznacza konieczność **podwyższenia** mies. wynagrodzenia brutto o:

**3 646 PLN brutto mies.**

(oferta zakładające obowiązek **100% pracy w biurze** dopiero przy wynagrodzeniu **15 646 PLN brutto** mies. dorównuje potencjałowi oferty gwarantująca do **60% pracy zdalnej** z wynagrodzeniem **12 000 PLN brutto** mies.)

## Samodzielny/a EKSPERT/KA:

### Wycena elementów oferty

min. 40% w BIURZE  
0% w biurze  
min. 80% w BIURZE  
100% w BIURZE

General Insight (szeroki zakres)

Badania społeczne  
Innowacje  
Marka/ komunikacja  
CE/ EE  
UX  
Analizy/ BI

Brak

Dbą o WORK-LIFE balance  
Super PRZEŁOŻONY  
Super ZESPÓŁ

Badania mają przełożenie NA BIZNES  
Praca pod PRESJĄ CZASU

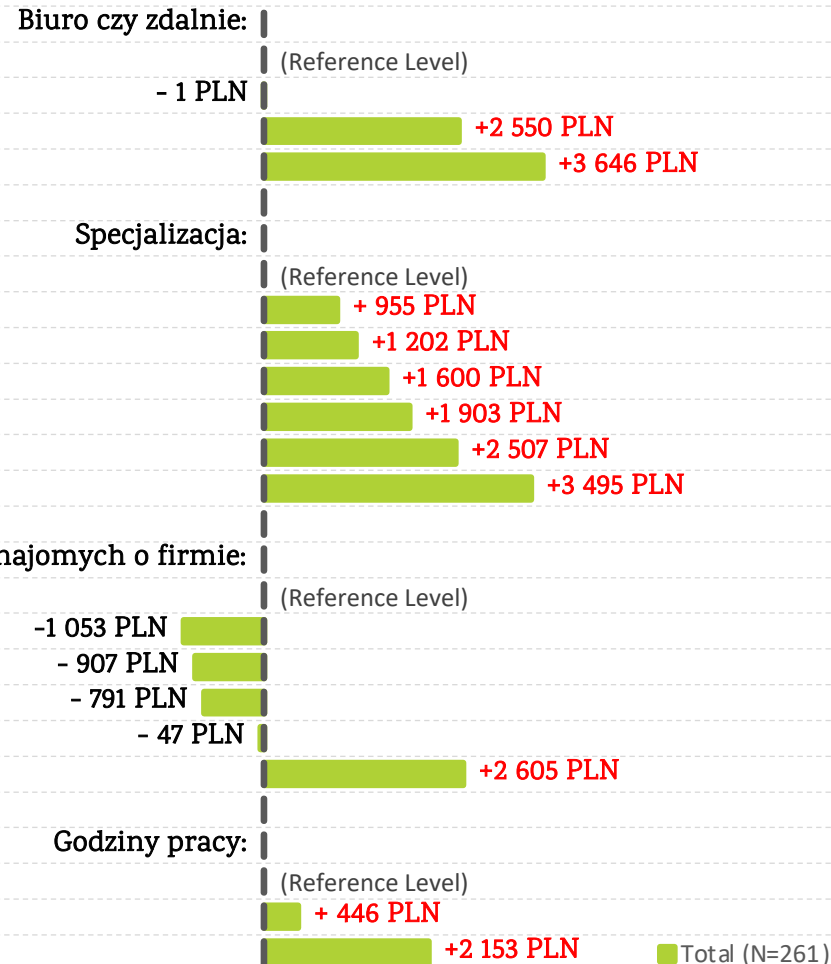
ELASTYCZNY czas pracy

ZADANIOWY czas pracy  
Paca w USTALONYCH godz. np. 9-17

Najbardziej pożądane

### Możliwe ograniczenie wynagrodzenia o:

(mies. brutto)



#### Jak czytać wyniki?

W przypadku rekrutacji na stanowisko: Samodzielny/a EKSPERT/KA, zastąpienie możliwości pracy zdalnej (do 60% czasu) obowiązkiem 100% pracy w biurze oznacza konieczność podwyższenia mies. wynagrodzenia brutto o: 3 646 PLN brutto mies.

### Kluczowe komponenty oferty pracy:

- utrzymanie min. 60% czasu pracy w formie pracy zdalnej,
- gwarancje różnorodności projektów badawczych (specjalizacja: insights [szeroki zakres]),
- dbałość o work-life balance,
- gwarancja elastycznego czasu pracy.



Podsumujmy...

## **BRANŻA BADAWCZA VS. RYNEK 1:0**

**Powszechnie wiadomo, że sytuacja na rynku pracy jest ściśle związana z sytuacją ekonomiczną oraz zmianami organizacyjnymi wśród największych graczy w danej branży. Nie inaczej jest w przypadku branży badawczej, gdzie zdarzają się okresy intensywne zmian. Wyniki niniejszego projektu sugerują jednak, że badacze nie wykazują większej niestabilności zawodowej niż inne branże. Wręcz przeciwnie, w porównaniu do danych z ogólnodostępnych badań dotyczących sytuacji na rynku polskim, jako branża wykazujemy mniejszą skłonność do zmian niż przeciętny Polak.**

## **TRAWA (NIE)BARDZIEJ ZIELONA?**

**Myśląc o pracy w badaniach jednym z najostrzejszych podziałów wydaje się być strona, dla której te badania robimy. Jesteśmy albo po stronie agencji albo po stronie klienta. Nie jest to podział zerojedynkowy, niejedna osoba łączy te dwa światy w swoim życiu zawodowym, jednak wydaje się być on najczęściej wykorzystywany. Wokół pracy po każdej ze stron nazbierało się przez lata funkcjonowania naszej branży wiele przekonań. Ponieważ w tym badaniu nie zajmowaliśmy się tym, aby je skwantyfikować, nie będziemy też żadnych tu przytaczać, ale jesteśmy pewni, że każdy czytelnik tego raportu z łatwością jakiegoś u siebie odnajdzie. Zobaczymy zatem czy przysłowiowa „trawa” jest bardziej zielona, czy też może ma zwyczajnie inny odcień zieleni - ani mniej ani bardziej zielony. Dla przejrzystości wydzieliliśmy też trzecią grupę podmiotów, agencje konsultingowe i strategiczne, gdyż praca w tych organizacjach różni się nieco od tej w klasycznych agencji badawczych.**

## **STRONA AGENCJI – STABILNOŚĆ**

- ✓ **Badacze pracujący po stronie agencji częściej niż inne badane grupy są promotorami swojego miejsca pracy i mają istotnie wyższą skłonność do polecenia swoich agencji. Nie zaskoczy nas zatem fakt, że ich skłonność do zmiany pracy jest niższa niż średnia dla ogółu badanych, wręcz istotnie częściej mówią, że nie zmieniliby pracy bez względu na cokolwiek.**
- ✓ **Jeżeli już mieliby rozważyć zmianę, braliby pod uwagę szeroki zakres możliwości rozważając zarówno pozostanie po stronie agencji, zmianę na agencję innego typu np. konsultingową jak i przejście na stronę klienta.**
- ✓ **Wśród tych badaczy po stronie agencji którzy deklarują otwartość na zmianę najczęściej motywacją jest wysokość zarobków, ale też, dwukrotnie częściej niż w przypadku badaczy po stronie klienta, chęć zmiany środowiska.**
- ✓ **To z kim będziemy pracowali, jak bezpośredni przełożony i zespół to jedne z kluczowych czynników branych pod uwagę w momencie rozważania nowego miejsca pracy. Co ciekawe, pomimo że podobnie jak w przypadku innych badanych grup, badacze po stronie agencji rzadziej wskazywali te elementy jako ważne.**

## **STRONA KLIENTA – OTWARTOŚĆ NA DOBRĄ ZMIANĘ**

- ✓ **Badacze, którzy pracują po stronie klienta mają nieco mniej entuzjastyczne od w porównaniu do tych, pracujących po stronie agencji, nastawienie do polecania swoich organizacji, choć nadal ich NPS jest relatywnie wysoki.**
- ✓ **Po stronie klienta obserwujemy wyższą otwartość na zmianę niż w przypadku badaczy agencyjnych. Ta grupa, choć nie szuka aktywnie i z determinacją, częściej obserwuje rynek w oczekiwaniu na atrakcyjne oferty warte uwagi. Co ciekawe, ta otwartość jest mocno jednokierunkowa. Uwaga osób pracujących po stronie klienta jest skupiona na alternatywach również w organizacjach klienckich i to byłby ich pierwszy wybór.**
- ✓ **Badacze po stronie klienta istotnie częściej wskazują chęć rozwoju zawodowego i powiększania kompetencji w obszarze w którym pracują jako motywatory zmian. Nie bez znaczenia są też kwestie finansowe. Z wywiadów realizowanych jako część przygotowawcza do tego projektu wiemy, że w tej grupie motywacja do rozwoju często powiązana jest też z chęcią odczuwania realnego wpływu na organizację lub potrzebą zmiany tematyki, który po stronie klienta może być nieco bardziej monotony niż w przypadku agencji, gdzie badacze stykają się zazwyczaj z większą różnorodnością.**

## AGENCJE KONSULTINGOWE I STRATEGICZNE

- ✓ Grupa badaczy pracująca po stronie agencji konsultingowych i strategicznych ma najwyższą skłonność do zmiany, choć nie wyróżnia się od ogółu badanych podejmowaniem działań w celu poszukiwania pracy. Ta grupa ma też istotnie niższy wskaźnik NPS od ogółu badanych, choć warto zauważyć, że wynika to z największego zróżnicowania opinii – liczba detraktorów, neutralnie nastawionych i promotorów jest niemal identyczna.
- ✓ Podobnie jak w przypadku agencji badawczych, w przypadku rozważania zmiany miejsca pracy, badacze Ci braliby pod uwagę szeroki wachlarz opcji.

**DZIĘKUJEMY** wszystkim badaczkom i badaczom za udział w projekcie!!!



Anna  
Martenka



Rafał Neska

