

# MUNKAERŐPIACI FELMÉRÉS

## 3.6 Adat monitorozás, trendelemzés elkészítése az álláshirdetési piacról

GINOP-3.1.1-VEKOP-15-2016-00001

Oktatási intézmények és IKT vállalkozások  
közötti együttműködés ösztönzése és  
támogatása

PROGRAMOZD  
A JÖVŐD!



SZÉCHENYI 2020

2020



MAGYARORSZÁG  
KORMÁNYA

Európai Unió  
Európai Regionális  
Fejlesztési Alap



BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

# A kutatás célja és indokltsága

A kutatás célja: A kutatás hatodik szakaszában a cél a „GINOP 3.1.1 – VEKOP-15-2016-0001 – Oktatási intézmények és IKT vállalkozások közötti együttműködés ösztönzése és támogatása” projekttel kapcsolatban az IKT szakmák iránti munkaerő-piaci kereslet és munkaerő-piaci igények megismerése az álláshirdetési piacon keresztül. A kutatás eredményeként átfogó képet adunk az informatikai álláshirdetések számának alakulásáról, területi megoszlásáról, és a bennük szereplő elvárásokról.

A kutatás indokltsága: A munkaerőpiacon olyan dinamikus változás zajlik, melyet egyrészt a gyorsasága, másrészt a hagyományos IKT területeken túlnyúló volta miatt a hivatalos statisztikák nem képesek leképezni, nem képesek a döntéshozók számára aktuális és releváns információkat biztosítani.

**Adatgyűjtés:** Egyedi fejlesztésű **web scraper** a 7 legnagyobb **álláshirdetési portálon**,

- cvonline.hu
- jobline.hu
- kellyservices.hu
- kozigallas.gov.hu
- profession.hu
- randstad.hu
- workania.hu

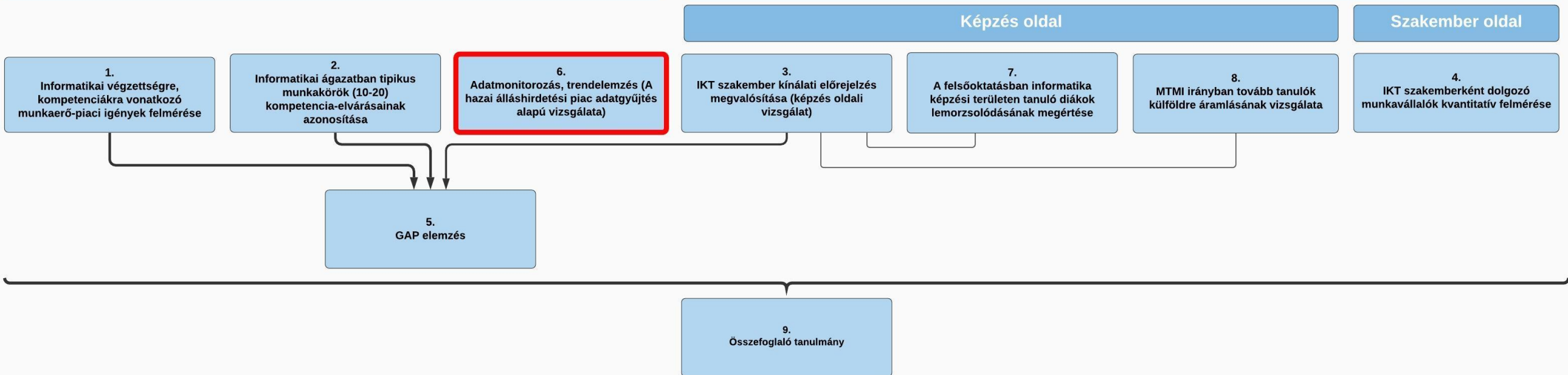
**és a nagyobb regionális állásportálokon.**  
Utóbbin elenyésző számú (<100) hirdetés jelent meg.

Vizsgált időtáv: **2020 hetedik és harmincadik hete között**  
**Hirdetések száma** (adattisztítás után): **10 706 db**

- Elemzési módszerek:
- **idősorelemzés**
  - **szövegbányászat**

## Kereslet oldali kutatás

## Kínálat oldali kutatás

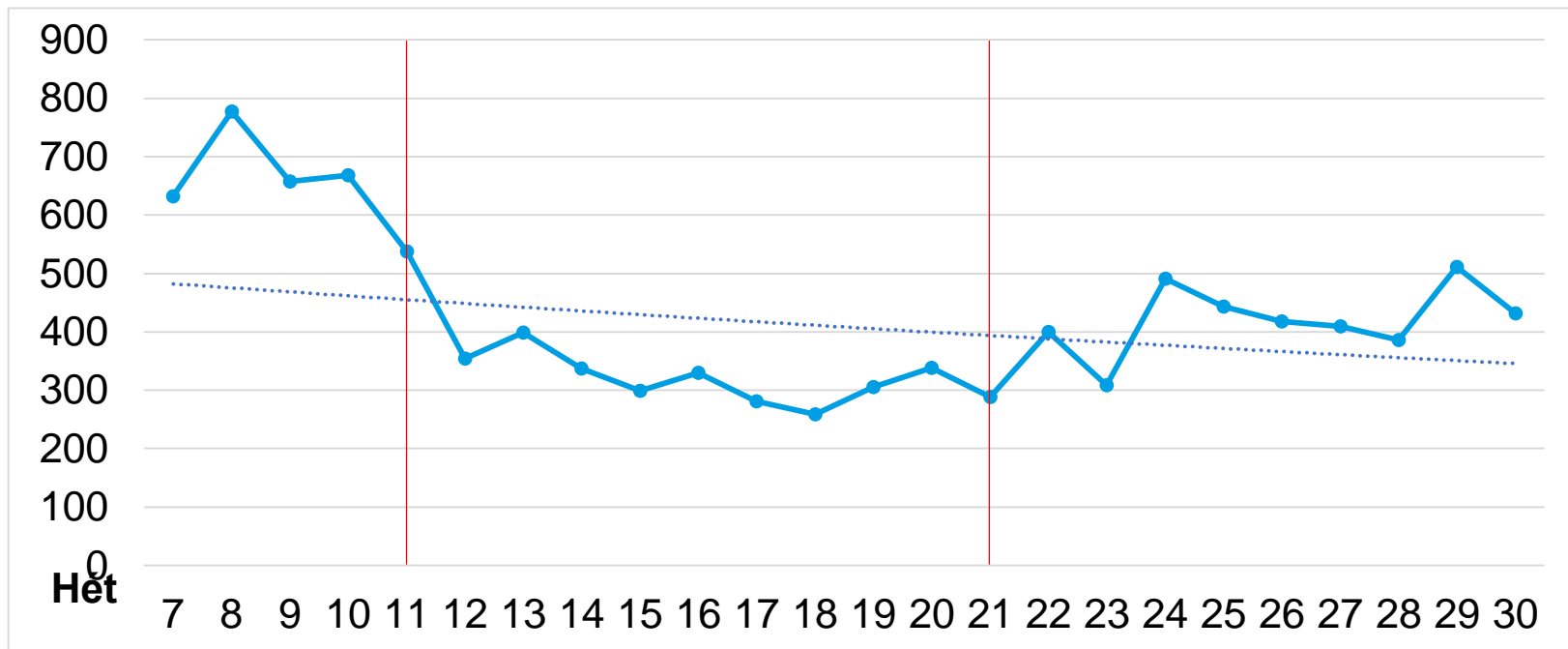


# Az álláshirdetések számának, élettartamának alakulása

- Az álláshirdetések száma a vizsgált időszakban **csökkenő tendenciát** mutatott. Ez elsősorban a **járványhelyzetnek** köszönhető. A 21. hetet követően is csak lassú tempójú növekedés mutatkozik, ami feltehetően a nyári szabadságokra és a járvány hosszabb távú hatásaira vezethető vissza.
- A **legnagyobb számosságban Budapesten** jelentek meg álláshirdetések, ami alátámasztja az IT piac Budapest-központúságát. A hirdetések 30%-át hirdették meg **vidéki lokációval** a vizsgált időszakban, **nagyobb városokban**.

## Az informatikai álláshirdetések számának alakulása hetekre bontva

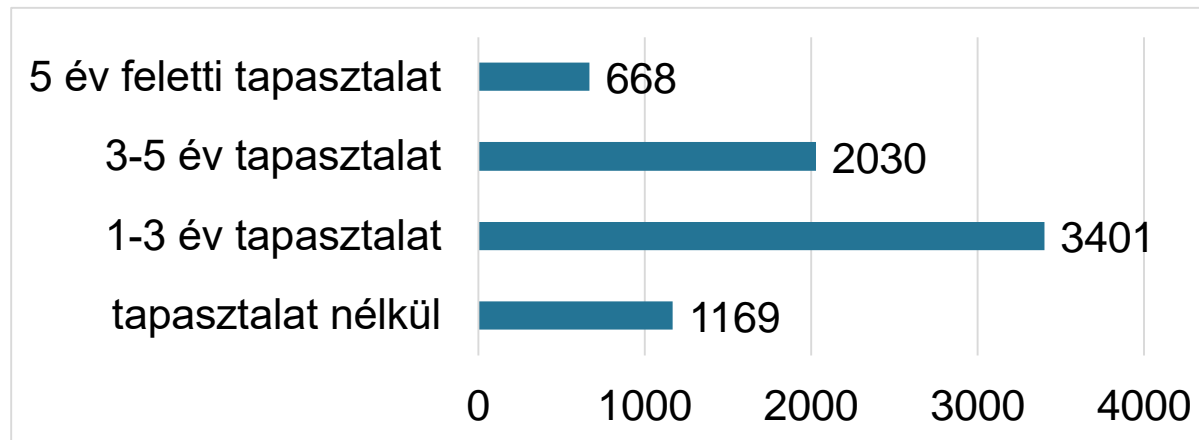
(Piros vonal jelöli a tendenciaváltozást)



- A 7. héttől a 22. hétig 26-31 napig volt nyitva átlagosan a hirdetések.
- A 22. hét után elkezdett csökkeni ez az idő,
- a 30. héten feltöltött álláshirdetések esetén már 20 nap alatt lekerült a meghirdetett pozíció – ez szintén mutatja, hogy a COVID lelassította az álláspiacot, mely a járvány után is csak lassan tért magához.

- **Leginkább a felsőfokú iskolai végzettség az elvárt az álláshirdetések alapján (is).**
- Általánosságban  
a programozási ismereteket,  
a mérnöki és műszaki ismereteket,  
a gyakorlati tapasztalatot keresik leginkább a munkáltatók.
- A legjellemzőbb elvárás egy IKT munkavállalóval kapcsolatban az 1-3 éves tapasztalat – a piacon tehát legnagyobb számban junior IKT szakemberek iránt mutatkozik kereslet.

*Minimum elvárt tapasztalat (N=7268)*



- **Egyértelműen elvárt az angol nyelvismeret** – az álláshirdetések közel 40%-a angol nyelven volt csak elérhető.



# A tipikus munkakörök az álláshirdetésekből

*Tipikus munkakörök az álláshirdetések számának arányában megjelenítve*

Az 1-es és a 2-es kutatásban definiált tipikus munkakörök közül a legnagyobb számosságban

- a **DevOps mérnök,**
- a **szoftverfejlesztő,**
- a **mobilfejlesztő**
- és a **webfejlesztő**

munkakörök jelentek meg az álláshirdetésekből.



- **Atipikus munkaerőpiaci állapotot** detektáltunk
    - járványhelyzet,
    - majd azt követően a nyári szabadságok
- ez **ront az** adatokból levonható következtetések **általánosíthatóságán**
- Az adatgyűjtéssel párhuzamosan zajló vállalati interjúkból kiderül, hogy főként a nagyobb, IT jellegű, vagy IT szempontból megkerülhetetlen **vállalatok HR stratégiája az volt a járvány idején, hogy akkor is fenn tartották az álláshirdetéseket az állás oldalakon, amikor konkrét toborzási tevékenység nem történt**, pusztán a láthatóság érdekében, PR szempontból vagy a toborzások folyamatosságának fenntartása érdekében.
  - **Az álláshirdetések** nem képezik le teljes mértékben a vállalkozások elvárásait:
    - egyrészt jellemző, hogy a **várakozásokat minimálisan a valódi elvárások fölé pozícionálják**,
    - másrészt számolni kell a hirdetéseknel egy **PR jelleggel** is: a hirdetés megfogalmazása a corporate image eleme, az abban nyújtott kép pedig az employer branding fontos része.

**Köszönöm a figyelmet!**

[www.kifu.gov.hu](http://www.kifu.gov.hu)