E-BOOK DLA PLACÓWEK MEDYCZNYCH

Jak skutecznie rekrutować w ochronie zdrowia

Praktyczny przewodnik dla szpitali, przychodni i innych placówek: od opisu stanowiska, przez ogłoszenie i rozmowę, po pierwsze 90 dni nowej osoby w zespole.

AUTOR

Wojciech Kluk
rekrutacja i headhunting

DANE

baza ofert medjob.pl
stan na 14.10.2026

DLA KOGO

placówki, które przejęły swój profil na medjob.pl

Dziękujemy, że Państwa placówka jest z nami

Przejęcie profilu oznacza, że Państwa oferty na medjob.pl mają teraz gospodarza. Ten e-book to nasze podziękowanie: zebraliśmy w nim to, co w rekrutacji personelu medycznego działa najlepiej, i połączyliśmy z danymi z ponad 10 tysięcy aktywnych ogłoszeń.

Jak korzystać z e-booka. Nie trzeba czytać go od deski do deski. Jeśli właśnie piszą Państwo ogłoszenie, zacznijcie od rozdziału 3 i szablonu w załączniku B. Jeśli brakuje kandydatów na trudne stanowisko, zajrzyjcie do rozdziałów 4 i 6. Listę kontrolną z załącznika A warto wydrukować i mieć pod ręką przy każdym naborze.

Spis treści

1	**Rynek pracy w ochronie zdrowia w liczbach**, czyli co widać w 10 tysiącach ofert
2	**Zanim powstanie ogłoszenie**: profil stanowiska i forma współpracy
3	**Ogłoszenie, na które odpowiadają kandydaci**
4	**Gdzie szukać kandydatów**
5	**Szybkość i doświadczenie kandydata**: od aplikacji do decyzji
6	**Headhunting na stanowiska trudne do obsadzenia**
7	**Placówki publiczne, nabory i konkursy ofert**
8	**Pierwsze 90 dni i utrzymanie zespołu**
9	**Jak wykorzystać medjob.pl w rekrutacji**
A	**Lista kontrolna naboru** do wydruku
B	**Szablon ogłoszenia** do uzupełnienia
C	**Pytania na rozmowę** z personelem medycznym

SŁOWO WSTĘPU

Rekrutacja w medycynie to rozmowa o zaufaniu

Od ponad 11 lat zajmuję się rekrutacją, a duża część tej pracy to headhunting, czyli docieranie do specjalistów, którzy sami nie szukają pracy. W ochronie zdrowia zobaczyłem coś, co nie dawało mi spokoju: lekarze, pielęgniarki i inni specjaliści tracą mnóstwo czasu na szukanie ofert rozproszonych po stronach szpitali, BIP-ach i grupach w mediach społecznościowych. Placówki z kolei publikują ogłoszenia, które nie docierają do osób, dla których zostały napisane.

Dlatego powstał medjob.pl. Chcemy, żeby kandydat w kilka minut znalazł wszystkie oferty ze swojego zawodu i regionu, a placówka dostawała zgłoszenia od ludzi, którzy naprawdę pasują do zespołu.

Z rozmów z kandydatami i z placówkami wyciągnąłem kilka prostych wniosków. Personel medyczny wybiera pracodawcę ostrożnie, bo od tej decyzji zależy nie tylko wynagrodzenie, ale też grafik, bezpieczeństwo pacjentów i atmosfera na oddziale. Dobra rekrutacja w medycynie nie jest więc sprzedażą etatu. Jest rozmową o zaufaniu: placówka pokazuje, jak naprawdę wygląda praca, a kandydat sprawdza, czy chce w niej być.

W tym e-booku zebrałem praktyki, które w tej rozmowie pomagają. Część dotyczy rzeczy oczywistych, o których łatwo zapomnieć w codziennym pośpiechu, jak podanie widełek wynagrodzenia czy szybka odpowiedź na zgłoszenie. Część wymaga więcej pracy, jak bezpośrednie docieranie do specjalistów na stanowiska, których nie da się obsadzić ogłoszeniem. Wszystko uzupełniłem danymi z ofert publikowanych na medjob.pl, żeby było widać, gdzie Państwa placówka może łatwo wyróżnić się na tle innych.

Mam nadzieję, że ten przewodnik skróci Państwa kolejne nabory. A jeśli w którymś momencie będą Państwo chcieli porozmawiać o konkretnym stanowisku, proszę dzwonić.



Wojciech Kluk
współzałożyciel i CEO medjob.pl
tel. +48 724 440 557

medjob.pl | Positive Recruitment Med

E-book powstał we współpracy z Positive Recruitment Med, agencją wyspecjalizowaną w rekrutacji personelu medycznego dla szpitali, klinik i centrów diagnostycznych.

ROZDZIAŁ 1

Rynek pracy w ochronie zdrowia w liczbach

Zanim zaczniemy mówić o dobrych praktykach, warto zobaczyć, z kim Państwa ogłoszenie konkuruje. Przeanalizowaliśmy wszystkie aktywne oferty w bazie medjob.pl.

10 487
aktywnych ofert pracy w ochronie zdrowia

918
placówek publikujących oferty w 16 województwach

4,7%
ofert podaje wynagrodzenie w czytelnej formie, kwotą lub widełkami

Źródło: baza medjob.pl, aktywne oferty, stan na 14.10.2026.

Kogo szukają placówki

GRUPA ZAWODOWA	OFERTY	UDZIAŁ
Lekarze	5 482	52%
Pielęgniarki i pielęgniarze	1 547	15%
Administracja i zarządzanie	664	6%
Lekarze dentyści	419	4%
Personel pomocniczy i techniczny	356	3%
Diagności laboratoryjni	303	3%
Fizjoterapeuci	165	2%
Położne	95	1%

TRYB NABORU	OFERTY	UDZIAŁ
Zwykły nabór	7 682	73%
Konkurs ofert	1 895	18%
Konkurs na stanowisko kierownicze	388	4%
Rekrutacja ciągła	359	3%
Nabór na szkolenie	78	1%

Formy współpracy i rodzaje placówek

FORMA WSPÓŁPRACY	OFERTY
Kontrakt	4 133
Umowa o pracę	2 856
Do uzgodnienia	1 455
Umowa zlecenia	1 389
Nie podano	**3 645**

RODZAJ PLACÓWKI	OFERTY
Szpitale	8 139
Przychodnie	1 036
Szpitale psychiatryczne	456
Uzdrowiska i rehabilitacja	383
Opieka długoterminowa	256

Oferta może wskazywać kilka form współpracy, dlatego liczby w pierwszej tabeli nie sumują się do liczby ofert. Placówki publiczne publikują 61% ofert, niepubliczne 39%.

Co z tego wynika dla Państwa placówki

Wynagrodzenie to najłatwiejszy wyróżnik

Ponad 95 na 100 ogłoszeń nie podaje kwoty ani widełek. Kandydat zatrzyma się przy tej, która to robi.

Forma współpracy też często znika

Co trzecia oferta nie mówi, czy chodzi o umowę o pracę, kontrakt czy zlecenie.

Benefity są, ale ogólnikowe

Połowa ofert je wymienia, zwykle hasłami, które nie odróżniają jednej placówki od drugiej.

O grafiku pisze niewielu

System pracy lub dyżury opisuje co piętnasta oferta, a to jedno z pierwszych pytań kandydata.

ROZDZIAŁ 2

Zanim powstanie ogłoszenie

Najwięcej czasu w rekrutacji traci się nie na szukaniu kandydatów, ale na rozmowach z osobami, które od początku nie pasowały. Kwadrans spędzony nad profilem stanowiska zwraca się wielokrotnie.

2.1 Profil stanowiska w pięciu pytaniach

PYTANIE	NA CO ZWRÓCIĆ UWAGĘ
Kogo dokładnie szukamy?	Zawód, specjalizacja albo jej etap (w trakcie, po), dodatkowe uprawnienia, np. kursy kwalifikacyjne pielęgniarek czy uprawnienia do określonych badań.
Gdzie ta osoba będzie pracować?	Oddział lub poradnia, wielkość zespołu, profil pacjentów, liczba łóżek, sprzęt, z którym przyjdzie pracować.
W jakim czasie?	Pełny etat, część etatu, wyłącznie dyżury, praca w systemie zmianowym, możliwość łączenia z innym miejscem pracy.
Na jakich warunkach?	Forma współpracy, stawka godzinowa lub widełki miesięczne, dodatki za dyżury, finansowanie szkoleń.
Po czym poznamy, że to dobra osoba?	Dwa lub trzy kryteria, które rozstrzygają wybór. Wszystko inne to atuty, nie warunki.

2.2 Wymagania konieczne i mile widziane

W medycynie część wymagań wynika z przepisów i nie podlega dyskusji: prawo wykonywania zawodu, wymagana specjalizacja, aktualne badania. Pozostałe warto bardzo uczciwie podzielić na dwie grupy.

- **Konieczne:** tylko to, bez czego nie można rozpocząć pracy na tym stanowisku. Zwykle trzy, najwyżej cztery punkty.
- **Mile widziane:** doświadczenie na podobnym oddziale, znajomość systemu, języki. To nie są powody do odrzucenia kandydatury.



Z PRAKTYKI REKRUTERA

Długa lista wymagań nie podnosi poziomu kandydatów, tylko zmniejsza ich liczbę. Najczęściej rezygnują osoby ostrożne i rzetelne, które nie spełniają jednego punktu. Pewni siebie aplikują i tak.

2.3 Forma współpracy

Jeśli to możliwe, warto zaproponować więcej niż jedną formę. Część specjalistów ceni stabilność umowy o pracę, inni wolą kontrakt, który łatwiej połączyć z pracą w kilku miejscach.

FORMA	DLA KOGO BYWA ATRAKCYJNA	CO WARTO NAPISAĆ W OFERCIE
Umowa o pracę	Osoby szukające stabilności, rezydenci, pielęgniarki i położne, personel na początku drogi zawodowej.	Wymiar etatu, widełki brutto, dodatki, system pracy.
Kontrakt	Lekarze specjaliści łączący kilka miejsc pracy, osoby prowadzące praktykę.	Stawka godzinowa lub za dyżur, minimalna liczba godzin, zasady rozliczeń.
Umowa zlecenia	Dyżury dodatkowe, zastępstwa, praca w niepełnym wymiarze.	Stawka, przewidywana liczba godzin w miesiącu, elastyczność grafiku.

ROZDZIAŁ 3

Ogłoszenie, na które odpowiadają kandydaci

Kandydat porównuje ogłoszenia w kilka sekund. Wygrywa to, które od razu odpowiada na jego pytania: ile, gdzie, w jakim czasie i z kim.

3.1 Siedem elementów dobrej oferty

1

Konkretny tytuł

Zawód, specjalizacja i oddział, np. „Pielęgniarka na oddział chirurgii ogólnej”.

2

Wynagrodzenie

Kwota lub widełki z informacją, czy chodzi o brutto, netto czy stawkę godzinową.

3

Forma i wymiar

Umowa o pracę, kontrakt, zlecenie; etat, część etatu, same dyżury.

4

Grafik

System pracy, liczba dyżurów, praca w weekendy i święta.

5

Zespół i miejsce

Oddział, wielkość zespołu, profil pacjentów, sprzęt.

6

Wymagania

Krótka lista koniecznych i osobno mile widzianych.

7

Konkretne benefity

Z liczbami i szczegółami, nie hasłami.

+

Kontakt i termin

Kto odpowie na pytania i kiedy kandydat dostanie odpowiedź.

3.2 Przed i po

Typowe ogłoszenie

Pielęgniarka/Pielęgniarz

Szpital zatrudni pielęgniarki. Wymagania: prawo wykonywania zawodu, doświadczenie, zaangażowanie, umiejętność pracy w zespole, odporność na stres. Oferujemy: stabilne zatrudnienie, atrakcyjne wynagrodzenie, możliwość rozwoju, miłą atmosferę.

Nie wiadomo, na jaki oddział, za ile, w jakim systemie i na jakiej umowie.

To samo ogłoszenie po poprawkach

Pielęgniarka / pielęgniarz, oddział chirurgii ogólnej, 28 łóżek

Wynagrodzenie: **od … do … zł** brutto na umowie o pracę lub **… zł** za godzinę na kontrakcie.

Grafik: system 12-godzinny, ustalany z miesięcznym wyprzedzeniem.

Zespół: 18 pielęgniarek, oddziałowa z 15-letnim stażem na oddziale.

Wymagamy: prawa wykonywania zawodu. **Mile widziane:** kurs kwalifikacyjny z pielęgniarstwa chirurgicznego.

Oferujemy: dofinansowanie specjalizacji, wdrożenie z opiekunem przez pierwszy miesiąc.

Liczby w przykładzie są ilustracyjne. Pola zaznaczone na różowo trzeba uzupełnić własnymi danymi.

3.3 Wynagrodzenie i jawność płac

Widełki to najmocniejszy sygnał w ogłoszeniu, a w bazie medjob.pl podaje je mniej niż co dwudzieste. Dodatkowo od 24 grudnia 2025 r. Kodeks pracy wymaga, aby kandydat ubiegający się o zatrudnienie na umowę o pracę otrzymał informację o wynagrodzeniu początkowym lub jego przedziale, najpóźniej przed rozmową kwalifikacyjną. Pracodawca nie może też pytać kandydata o wynagrodzenie w obecnym lub poprzednich miejscach pracy, a nazwa stanowiska w ogłoszeniu powinna być neutralna pod względem płci.

To skrót, nie porada prawna. Szczegóły warto potwierdzić z działem kadr lub radcą prawnym placówki.



Z PRAKTYKI REKRUTERA

Skoro informację o płacy i tak trzeba przekazać przed rozmową, lepiej umieścić ją od razu w ogłoszeniu. Zgłaszają się wtedy osoby, dla których te warunki są do przyjęcia, i nie traci się czasu na rozmowy, które kończą się na pierwszym pytaniu.

3.4 Benefity, które coś znaczą

„Atrakcyjne wynagrodzenie" i „miła atmosfera" nie przekonują nikogo, bo piszą tak wszyscy. Lepiej działa jeden konkret niż pięć haseł:

- dofinansowanie specjalizacji lub kursu kwalifikacyjnego, z kwotą albo zakresem;
- płatny czas na szkolenia i konferencje, z liczbą dni w roku;
- mieszkanie służbowe lub dopłata do zakwaterowania dla osób spoza miasta;
- przewidywalny grafik, ustalany z określonym wyprzedzeniem;
- wdrożenie z opiekunem i jasny plan pierwszych tygodni.

ROZDZIAŁ 4

Gdzie szukać kandydatów

Dobre ogłoszenie to połowa sukcesu. Druga połowa to dotarcie z nim tam, gdzie kandydaci rzeczywiście szukają, i równoległe korzystanie z kilku źródeł.

ŹRÓDŁO	KIEDY DZIAŁA NAJLEPIEJ	NA CO UWAŻAĆ
Portal branżowy, np. medjob.pl	Większość stanowisk. Kandydat widzi oferty z wielu placówek w jednym miejscu i filtruje je po zawodzie, regionie i formie współpracy.	Oferta konkuruje z innymi, więc kompletność treści ma ogromne znaczenie.
Strona placówki i BIP	Kandydaci, którzy już znają placówkę; obowiązkowe publikacje w placówkach publicznych.	Sama publikacja w BIP rzadko trafia do osób, które aktywnie nie szukają.
Polecenia pracowników	Stanowiska, na które trudno znaleźć kandydatów. Polecona osoba zwykle wie, czego się spodziewać.	Warto mieć jasne zasady i nagrodę za polecenie, która nie budzi wątpliwości.
Uczelnie i szkoły	Absolwenci, stażyści, rezydenci, praktyki studenckie, które często kończą się zatrudnieniem.	Efekt przychodzi z opóźnieniem, to inwestycja długoterminowa.
Samorządy zawodowe i towarzystwa naukowe	Specjaliści w wąskich dziedzinach, konferencje, wydarzenia branżowe.	Każda organizacja ma własne zasady publikowania ogłoszeń.
Media społecznościowe	Lokalne grupy zawodowe, budowanie wizerunku placówki, pokazywanie zespołu.	Wymaga regularności; pojedynczy post szybko znika.
Headhunting	Stanowiska kierownicze, deficytowe specjalizacje, sytuacje, w których ogłoszenie nie zadziałało.	Wymaga czasu, wiedzy o rynku i taktu. Więcej w rozdziale 6.



Z PRAKTYKI REKRUTERA

Najlepsi kandydaci często nie szukają pracy aktywnie, ale przeglądają oferty raz na jakiś czas, „żeby wiedzieć, co się dzieje na rynku". Dla nich ważne jest, żeby oferta Państwa placówki była widoczna w miejscu, które sprawdzają, i żeby od razu było widać, czy warto się odezwać.

4.1 Wizerunek pracodawcy w małej skali

Nie trzeba kampanii, żeby kandydaci wiedzieli, jak się u Państwa pracuje. Wystarczy kilka rzeczy robionych konsekwentnie:

- uzupełniony profil placówki z opisem, zdjęciami i danymi kontaktowymi;
- krótkie wypowiedzi pracowników o tym, za co cenią swój oddział;
- informacja o sukcesach zespołu: nowy sprzęt, akredytacja, otwarta pracownia;
- odpowiedź na każde zgłoszenie, także odmowna. Środowisko medyczne jest małe i pamięta, kto traktuje kandydatów z szacunkiem.

ROZDZIAŁ 5

Szybkość i doświadczenie kandydata

Specjalista, który aplikuje do Państwa placówki, zwykle rozmawia równolegle z kilkoma innymi. Wygrywa często nie ten, kto zapłaci najwięcej, ale ten, kto odezwie się pierwszy i poprowadzi proces sprawnie.

5.1 Rytm dobrego procesu

1

Do 2 dni roboczych

Pierwszy kontakt z kandydatem: telefon lub wiadomość z propozycją terminu rozmowy.

2

Do tygodnia

Rozmowa, najlepiej z udziałem kierownika oddziału lub ordynatora.

3

Kilka dni

Decyzja i konkretna propozycja warunków na piśmie.

4

Zawsze

Informacja zwrotna dla osób, które nie zostały wybrane.

5.2 Rozmowa, która pomaga podjąć decyzję

Rozmowa to w równym stopniu ocena kandydata, co prezentacja placówki.

Co sprawdzić

Doświadczenie w podobnych procedurach, sposób pracy w zespole, podejście do bezpieczeństwa pacjenta, oczekiwania co do grafiku i rozwoju. Przykładowe pytania są w załączniku C.

Co pokazać

Oddział, sprzęt, przyszłych współpracowników. Jeśli to możliwe, krótki spacer po miejscu pracy mówi więcej niż najlepszy opis.

Kto powinien być na rozmowie

Osoba, z którą kandydat będzie pracował na co dzień. Dla specjalisty rozmowa wyłącznie z działem kadr to sygnał, że oddział nie jest zaangażowany.

Jak zakończyć

Jasnym kolejnym krokiem: kiedy kandydat dostanie odpowiedź, od kogo i w jakiej formie.

5.3 Weryfikacja uprawnień

Prawo wykonywania zawodu i specjalizację można sprawdzić w publicznych rejestrach prowadzonych przez samorządy zawodowe, m.in. w Centralnym Rejestrze Lekarzy oraz w Centralnym Rejestrze Pielęgniarek i Położnych. Własne rejestry prowadzą też samorządy fizjoterapeutów i diagnostów laboratoryjnych. Sprawdzenie zajmuje kilka minut.



Z PRAKTYKI REKRUTERA

Najczęstszy powód utraty dobrego kandydata to nie konkurencyjna oferta, tylko cisza. Kilka dni bez odpowiedzi kandydat odczytuje jako brak zainteresowania i przyjmuje propozycję, która przyszła wcześniej.

ROZDZIAŁ 6

Headhunting na stanowiska trudne do obsadzenia

Są stanowiska, na które ogłoszenie nie wystarczy: ordynator, kierownik pracowni, lekarz w deficytowej specjalizacji w mniejszej miejscowości. Wtedy trzeba przestać czekać na zgłoszenia i zacząć docierać do ludzi.

6.1 Kiedy sięgnąć po headhunting

- ogłoszenie było publikowane kilka tygodni i nie przyniosło odpowiednich kandydatów;
- stanowisko wymaga rzadkiej specjalizacji lub doświadczenia w konkretnych procedurach;
- chodzi o osobę zarządzającą, od której zależy praca całego oddziału;
- placówka planuje otwarcie nowego oddziału lub poradni i potrzebuje zbudować zespół.

6.2 Jak to robić krok po kroku

1

Mapa rynku

Gdzie pracują osoby z potrzebnymi kwalifikacjami: ośrodki kliniczne, placówki w regionie, autorzy publikacji, prelegenci.

2

Argumenty

Co placówka daje lepszego niż obecne miejsce pracy kandydata: zakres procedur, sprzęt, wpływ na rozwój oddziału, warunki.

3

Pierwszy kontakt

Krótki, osobisty, z szacunkiem dla czasu specjalisty. Propozycja rozmowy, nie gotowa oferta.

4

Relacja

Część rozmów zaprocentuje dopiero za kilka miesięcy. Warto zostawić otwarte drzwi.



Z PRAKTYKI REKRUTERA

W headhuntingu nie dzwoni się z ofertą, tylko z pytaniem. Specjalista, który nie szuka pracy, chętniej porozmawia o tym, jak rozwija się jego dziedzina i co mogłoby go skłonić do zmiany, niż wysłucha prezentacji placówki.

Druga zasada: o rozmowie wie tylko kandydat. Dyskrecja to podstawa zaufania, zwłaszcza w środowisku, w którym wszyscy się znają.

6.3 Etyka i dane osobowe

Bezpośredni kontakt ze specjalistą wymaga kilku zasad. Nie namawiamy do zerwania umowy z naruszeniem jej warunków ani do pozostawienia pacjentów bez opieki. Kontaktujemy się przez kanały zawodowe, a dane kandydatów przetwarzamy zgodnie z RODO: informujemy, skąd je mamy, w jakim celu i jak długo będą przechowywane. W razie wątpliwości warto zapytać inspektora ochrony danych placówki.

ROZDZIAŁ 7

Placówki publiczne, nabory i konkursy ofert

Ponad 60% ofert w bazie medjob.pl pochodzi z placówek publicznych. Mają one swoje procedury, ale formalny tryb nie musi oznaczać, że ogłoszenie jest nieczytelne dla kandydata.

7.1 Konkurs ofert na udzielanie świadczeń

To blisko co piąta oferta w bazie. Dla wielu lekarzy forma konkursu jest zrozumiała, ale sama dokumentacja konkursowa bywa długa i trudna w odbiorze. Pomaga krótkie streszczenie umieszczone na początku ogłoszenia:

- jakich świadczeń dotyczy konkurs i w jakiej komórce organizacyjnej;
- przewidywana liczba godzin lub dyżurów w miesiącu;
- sposób wynagradzania: stawka za godzinę, za dyżur, za procedurę;
- termin składania ofert i sposób ich złożenia;
- osoba, która odpowie na pytania przed złożeniem oferty.

7.2 Konkurs na stanowisko kierownicze

Konkursy na ordynatorów, kierowników i pielęgniarki oddziałowe przebiegają według przepisów i regulaminów placówki. Warto jednak pamiętać, że dobry kandydat decyduje się na udział w konkursie dopiero wtedy, gdy wie, w co wchodzi. Rozmowa przed ogłoszeniem konkursu, pokazanie oddziału i planów jego rozwoju to często czynnik decydujący o tym, czy w ogóle zgłosi się ktoś spoza placówki.

7.3 Rekrutacja ciągła

Przy stanowiskach, na które placówka szuka ludzi przez cały rok, np. pielęgniarek czy ratowników, sprawdza się stała oferta z jasną informacją, że zgłoszenia są przyjmowane na bieżąco. Taką ofertę warto co jakiś czas odświeżać, aktualizując warunki i opis zespołu.

Zasada, która działa w każdym trybie. Procedura określa, co ogłoszenie musi zawierać. Nie zabrania napisania go w sposób, który zrozumie kandydat przeglądający oferty na telefonie w przerwie między dyżurami.

ROZDZIAŁ 8

Pierwsze 90 dni i utrzymanie zespołu

Rekrutacja nie kończy się podpisaniem umowy. Najdroższy nabór to ten, który trzeba powtórzyć po trzech miesiącach, bo nowa osoba nie odnalazła się w zespole.

8.1 Plan wdrożenia

KIEDY	CO POWINNO SIĘ WYDARZYĆ
Przed pierwszym dniem	Komplet dokumentów i badań, dostęp do systemów, odzież, identyfikator, grafik na pierwsze tygodnie, informacja, do kogo się zgłosić.
Pierwszy tydzień	Opiekun z zespołu, poznanie oddziału, procedur i sprzętu, pierwsze dyżury lub zmiany razem z doświadczoną osobą.
Pierwszy miesiąc	Rozmowa z przełożonym: co działa, co jest trudne, czego brakuje. Uzgodnienie celów na kolejne tygodnie.
Trzeci miesiąc	Podsumowanie okresu wdrożenia, rozmowa o rozwoju, szkoleniach i oczekiwaniach na dalszą współpracę.

8.2 Dlaczego specjaliści odchodzą

Powody odejść w ochronie zdrowia rzadko sprowadzają się do samego wynagrodzenia. Częściej chodzi o grafik, który nie pozwala odpocząć, brak wpływu na organizację pracy, relacje w zespole albo poczucie, że nie ma możliwości rozwoju. Warto o te sprawy pytać regularnie, a nie dopiero na rozmowie przy rozwiązaniu umowy.

Rozmowy okresowe

Krótkie i regularne, z pytaniem: co powinniśmy zmienić, żeby pracowało się lepiej?

Przewidywalny grafik

Ustalany z wyprzedzeniem, z uwzględnieniem próśb zespołu tam, gdzie to możliwe.

Rozwój

Specjalizacje, kursy, udział w konferencjach, nowe procedury. Dla wielu osób to najważniejszy powód, by zostać.

Docenianie

Konkretne podziękowanie za konkretną sytuację znaczy więcej niż ogólne hasło o wartości pracowników.



Z PRAKTYKI REKRUTERA

Zadowolony pracownik to najlepsze źródło kolejnych kandydatów. Ludzie polecają miejsca, w których sami dobrze się czują, i bardzo szybko przestają polecać te, z których myślą o odejściu.

ROZDZIAŁ 9

Jak wykorzystać medjob.pl w rekrutacji

Przejęcie profilu daje Państwa placówce kontrolę nad tym, jak widzą ją kandydaci. Oto jak z tego skorzystać.

1

Uzupełniony profil

Opis placówki, dane kontaktowe, logo. To pierwsze miejsce, które kandydat sprawdza po przeczytaniu oferty.

2

Oferty bez limitu

Publikowanie zwykłych ogłoszeń jest bezpłatne i bez limitu. Warto opublikować wszystkie aktualne nabory.

3

Panel aplikacji

Kandydat aplikuje jednym kliknięciem, a zgłoszenia trafiają do Państwa panelu, gdzie można zmieniać ich status.

4

Kompletne oferty

Pola na wynagrodzenie, formę współpracy, grafik i benefity pomagają kandydatom znaleźć ofertę w filtrach.

9.1 Dobre nawyki w panelu

- [ ] Zaglądać do panelu aplikacji regularnie, najlepiej codziennie w trakcie aktywnego naboru.
- [ ] Odpowiadać na zgłoszenia w ciągu dwóch dni roboczych i zmieniać ich status na bieżąco.
- [ ] Zamykać oferty po zakończeniu naboru, żeby kandydaci nie aplikowali na nieaktualne stanowiska.
- [ ] Uzupełniać w każdej ofercie wynagrodzenie, formę współpracy i system pracy.
- [ ] Aktualizować dane kontaktowe placówki, gdy zmienia się osoba odpowiedzialna za rekrutację.

9.2 Kiedy warto wyróżnić ofertę

Zwykłe ogłoszenie na medjob.pl jest i pozostanie bezpłatne. Przy stanowiskach pilnych lub trudnych do obsadzenia można dodatkowo skorzystać z płatnych wyróżnień:

Wyróżniona

Oferta otrzymuje etykietę i wyróżniającą ramkę, dzięki czemu łatwiej zauważyć ją wśród innych na liście.

Super oferta

Najmocniejsza forma wyróżnienia: oferta trafia na górę listy wyników, gdzie kandydaci patrzą najpierw.

Aktualne ceny i okresy wyróżnień przedstawi opiekun placówki.

ZAŁĄCZNIK A

Lista kontrolna naboru

Do wydruku. Przejdźcie Państwo przez nią przed publikacją każdej oferty i w trakcie procesu.

Przed publikacją

- [ ] Profil stanowiska uzgodniony z kierownikiem oddziału
- [ ] Wymagania podzielone na konieczne i mile widziane
- [ ] Ustalone formy współpracy i wymiar pracy
- [ ] Ustalona kwota lub widełki wynagrodzenia
- [ ] Opis grafiku i systemu pracy
- [ ] Konkretne benefity z liczbami
- [ ] Tytuł z zawodem, specjalizacją i oddziałem
- [ ] Neutralna płciowo nazwa stanowiska
- [ ] Osoba do kontaktu i termin odpowiedzi
- [ ] Klauzula informacyjna RODO

Publikacja

- [ ] Oferta na medjob.pl z uzupełnionymi polami
- [ ] Strona placówki, a w placówce publicznej BIP
- [ ] Informacja dla zespołu o możliwości polecenia
- [ ] Media społecznościowe placówki

W trakcie naboru

- [ ] Codzienny przegląd nowych aplikacji
- [ ] Pierwszy kontakt w ciągu 2 dni roboczych
- [ ] Weryfikacja prawa wykonywania zawodu w rejestrze
- [ ] Rozmowa z udziałem przełożonego z oddziału
- [ ] Pokazanie oddziału i zespołu
- [ ] Propozycja warunków na piśmie
- [ ] Odpowiedź dla wszystkich kandydatów

Po zatrudnieniu

- [ ] Zamknięcie oferty na wszystkich kanałach
- [ ] Plan wdrożenia i opiekun z zespołu
- [ ] Rozmowa po pierwszym miesiącu
- [ ] Podsumowanie po trzech miesiącach
- [ ] Wnioski z naboru: co zadziałało, co zmienić

ZAŁĄCZNIK B

Szablon ogłoszenia

Wystarczy uzupełnić pola. Kolejność odpowiada temu, czego kandydat szuka najpierw.

ELEMENT	TREŚĆ
Tytuł zawód, specjalizacja, oddział	
Wynagrodzenie kwota lub widełki, brutto/netto, stawka	
Forma współpracy i wymiar	
Grafik i system pracy zmiany, dyżury, weekendy	
Miejsce i zespół oddział, liczba łóżek, wielkość zespołu	
Zakres obowiązków 3 do 5 najważniejszych	
Wymagania konieczne	
Mile widziane	
Co oferujemy konkretnie, z liczbami	
Jak aplikować i kiedy odpowiemy	
Osoba do kontaktu	

ZAŁĄCZNIK C

Pytania na rozmowę z personelem medycznym

Pytania otwarte, które pomagają zrozumieć doświadczenie i sposób pracy kandydata. Warto wybrać kilka i dopasować je do stanowiska.

Doświadczenie i kompetencje

- Jakie procedury wykonuje Pan/Pani samodzielnie, a przy jakich potrzebuje wsparcia?
- Z jakimi pacjentami pracował Pan/Pani najczęściej w ostatnim miejscu pracy?
- Jaki sprzęt i systemy zna Pan/Pani na tyle, by pracować bez wdrożenia?
- Jakie szkolenia lub kursy chciałby Pan/chciałaby Pani zrobić w najbliższym czasie?

Praca w zespole

- Proszę opisać sytuację, w której nie zgadzał się Pan/nie zgadzała się Pani z decyzją przełożonego. Jak to Pan/Pani rozwiązał(a)?
- Jak wygląda dla Pana/Pani dobre przekazanie dyżuru?
- Co w organizacji pracy oddziału najbardziej pomaga, a co przeszkadza?

Bezpieczeństwo pacjenta

- Co robi Pan/Pani, gdy zauważy błąd popełniony przez kogoś z zespołu?
- Proszę opowiedzieć o trudnej sytuacji klinicznej i o tym, czego Pana/Panią nauczyła.

Oczekiwania

- Jaki grafik byłby dla Pana/Pani optymalny?
- Czy planuje Pan/Pani łączyć pracę u nas z innym miejscem?
- Co sprawiło, że zainteresowała Pana/Panią nasza oferta?
- Co musiałoby się wydarzyć, żeby za rok był Pan zadowolony/była Pani zadowolona z tej decyzji?

Pamiętajmy: nie pytamy o wynagrodzenie w obecnym ani poprzednich miejscach pracy, o plany rodzinne, stan zdrowia niezwiązany ze zdolnością do pracy ani o inne kwestie prywatne.

O AUTORZE

Wojciech Kluk



WSPÓŁZAŁOŻYCIEL I CEO MEDJOB.PL

Od ponad 11 lat zajmuje się rekrutacją i headhuntingiem. Założył agencje rekrutacyjne, w tym wyspecjalizowaną w ochronie zdrowia, i to tam zobaczył, ile czasu personel medyczny traci na szukanie ofert rozproszonych w setkach miejsc.

Z tej obserwacji powstał medjob.pl: portal, który zbiera oferty pracy z ochrony zdrowia w całej Polsce i pomaga placówkom dotrzeć do kandydatów, a kandydatom znaleźć pracę, w której mogą się rozwijać.

Na co dzień wspiera placówki w trudnych naborach, szczególnie tam, gdzie trzeba dotrzeć do specjalistów, którzy nie szukają pracy aktywnie.

Potrzebują Państwo wsparcia w konkretnym naborze? Chętnie porozmawiam o stanowisku, które sprawia Państwu trudność, i podpowiem, jak przygotować ofertę albo do kogo warto dotrzeć bezpośrednio.

Wojciech Kluk, opiekun placówek

tel. +48 724 440 557 · kontakt@medjob.pl

Profil placówki i oferty: medjob.pl

medjob.pl

Dane w e-booku pochodzą z bazy aktywnych ofert medjob.pl według stanu na 14.10.2026. Informacje prawne mają charakter ogólny i nie stanowią porady prawnej. © medjob.pl