

Szkodliwe rozdrobnienie

Z roku na rok przybywa agencji zatrudnienia, co zaostrza konkurencję. Paradoksalnie, traci na tym klient.

Według danych Stowarzyszenia Agencji Zatrudnienia (SAZ) w Polsce jest ponad pięć tysięcy podmiotów, które zajmują się rekrutacją pracowników dla firm, korzystających z ich usług. Jednak ponad połowa z nich, zdaniem prezesa SAZ Jarosława Adamkiewicza, to firmy obsługujące zaledwie jednego czy dwóch klientów.

– Dzisiaj rynek agencji zatrudnienia bardzo się zdywersyfikował. Mamy agencje duże, tzw. „sieciovki” i małe jedno- lub dwuosobowe firmy. Jedne zajmują się pracą tymczasową, inne delegowaniem, czyli wysyłaniem pracowników za granicę, jeszcze inne tzw. doradztwem personalnym czyli rekrutacją i usługami związanymi z zarządzaniem ludźmi – mówi Jarosław Adamkiewicz.

Chętnych do zakładania takiego biznesu nie brakuje. I nic w tym dziwnego, bo jak twierdzi Piotr Mazurkiewicz, partner w firmie doradztwa personalnego HRK, jeszcze nigdy w tej branży nie było tak dobrze jak teraz.

– Z początkiem 2015 r. odnotowaliśmy dwa razy więcej projektów niż w styczniu ubiegłego roku. Są to nie tylko rekrutacje, ale także usługi jak badanie oceny rozwoju pracowników oraz assessment i development center (metody oceny kompetencji pracowników), które mają pomóc zidentyfikować najlepszych kandydatów i pracowników – mówi Piotr Mazurkiewicz.

Przekraczanie standardów

Rosnąca liczba agencji zaostrza konkurencję między nimi.

– Coraz częściej usługi rekrutacyjne oferują osoby przypadkowe. A firmy rzetelne, które chcą pozyskać klienta rozczarowanego usługami nieprofesjonalnych rekruterów, poświęcają wiele nakładów na edukację klientów w dziedzinie jakości i efektywności swoich działań – tłumaczy Paweł Wierzbicki, dyrektor firmy doradztwa personalnego Michael Page.

Na tak konkurencyjnym rynku liczy się sprawność dotarcia agencji do konkretnego kandydata. Praca na wyłączność dla przedsiębiorstwa to dziś niestety rzadkość, coraz częściej agencje albo pracują na wyłączność krótko 3-4 tygodnie albo ruszają do poszukiwań



► **PSUCIE BRANŻY:** Coraz częściej zdarza się, że usługi rekrutacyjne oferują osoby przypadkowe, nie posiadające odpowiedniej wiedzy i doświadczenia. Firmy te psują wizerunek całej branży – mówi Paweł Wierzbicki, dyrektor firmy doradztwa personalnego Michael Page. [FOT. WM]

kandydatów na zasadzie kto pierwszy, ten lepszy.

– Towarzyszy temu presja czasu, co nie koniecznie idzie w parze z jakością. Zdarza się nawet, że agencje przedstawiają klientowi tego samego kandydata. Wynikiem walki konkurencyjnej jest również system płatności za usługi. Niestety opłata ratalna coraz bardziej ustępuje tzw. success fee, czyli zapłacie po wykonaniu usługi – mówi Piotr Mazurkiewicz.

Wiele nadużyć odnotowuje się na rynku pracy tymczasowej zarówno po stronie jej klientów firm jaki i agencji.

– Często mamy do czynienia ze zjawiskiem „kredytowania” pracodawcy użytkownika przez agencje pracy tymczasowej. Nie płacąc im przez kilka miesięcy, takie firmy mają pracowników za darmo. Innym niepożądanym zjawiskiem jest z kolei świadczenie usług przez podmioty nie będące agencjami zatrudnienia, które pod pozorem otrzymania dotacji dają cenę usługi poniżej kosztów. Dopiero po jakimś czasie okazuje się, że taki podmiot nie odprowadza składek na ZUS lub podatek PIT. Agencje zatrudnienia to szczególnie podmiot gospodarczy „świadczący usługi pracownikami tymczasowymi”. W Polsce, aby założyć taką agencję, wystarczy tylko złożyć odpowiedni wniosek do WUP. Złe przykłady i patologie psują rynek i powodują, że klienci tracą zaufanie do całej branży – wylicza Jarosław Adamkiewicz, którego zdaniem złe praktyki mogłyby być ograniczone np. poprzez

bankowe lub ubezpieczeniowe gwarancje finansowe agencji.

Doradca profesjonalny

Wiele przedsiębiorstw nie wie, jak wybrać dobrego dostawcę usług rekrutacyjnych. Często głównym kryterium staje się cena, co sprawia, że efekty rekrutacji bywają zróżnicowane.

– Niewłaściwa decyzja może się przyczynić do strat finansowych wynikających z przedłużającego się wakatu, złego doboru pracownika, albo jego niskiej efektywności. Aby wybrać dobrą i właściwą dla potrzeb danego przedsiębiorstwa agencję, warto przeanalizować, jak długo działa, jakie stosuje narzędzia rekrutacyjne, ilu i o jakim doświadczeniu ma konsultantów, czy ma rozbudowaną bazę kandydatów i sieć kontaktów biznesowych – wylicza Piotr Mazurkiewicz, partner w firmie doradztwa personalnego HRK.

Zdaniem Pawła Wierzbickiego, jednym z największych wyzwań dla całej branży jest pozyskanie wykwalifikowanej i doświadczonej kadry profesjonalistów, którzy potrafią odpowiedzieć na potrzeby pracodawców i kandydatów.

– Wynika to z jednej strony z powszechnego przeświadczenia, że do tej pracy przygotowują studia psychologiczne, a z drugiej z tego, że w Polsce stanowisko rekrutera nie jest jeszcze traktowane jako ukonstytuowany zawód, czy specjalizacja – mówi Wierzbicki.

Jego zdaniem dzisiaj rekrutacja ma znacznie bardziej charakter biznesowy, niż psychologiczny. Wymaga refleksji i umiejętności wychwytywania niuansów. Aby pozyskać dla klienta najbardziej wartościowych pracowników odpowiadających jego oczekiwaniom konieczne jest zrozumienie sektora, w którym działa dana firma, oraz zadań wykonywanych na konkretnym stanowisku.

Większość agencji rekrutacji stara się specjalizować w określonych branżach a nawet stanowiskach.

– Jeszcze kilka lat temu mieliśmy np. dział zajmujący się poszukiwaniem kandydatów do pracy na rynku finansowym. Dziś konsultanci z tego działu dzielą się na tych, którzy zajmują się bankami i ubezpieczeniami, leasingiem i pozostałymi usługami finansowymi. Nic w tym dziwnego, bo firmy rekrutacyjne konkurują ze sobą wąskimi specjalizacjami, a co za tym idzie znajomością danego rynku i kandydatów – mówi Piotr Mazurkiewicz. @P

Dorota Czerwińska
d.czerwinska@pb.pl • 22-333-98-52