

Źródło: <http://druk.info.pl/site.php?id=6579>

Rozmowa z Adamem J. Mielcarkiem z doradztwa rekrutacyjnego PACKAGING, PLASTICS & PAPER PEOPLE

Prezentujemy rozmowę z Adamem J. Mielcarkiem, doradcą personalnym i właścicielem firmy Packaging, Plastics & Paper People, która specjalizuje się w pozyskiwaniu pracowników dla firm opakowaniowych. Adam Mielcarek opowiada m.in. o specyfice rynku pracy w sektorze opakowaniowym i wymaganiach stawianych osobom trafiającym do tej branży.



Adam J. Mielcarek,
właściciel PACKAGING,
PLASTICS & PAPER
PEOPLE

Od kilkunastu lat zajmuje się pan doradztwem personalnym m.in. dla branży opakowaniowej, ale też poligraficznej i papierniczej.

Adam Mielcarek To prawda. Na początku 1997 r. rozpocząłem pracę w firmie rekrutacyjnej, która w tym czasie obsługiwała głównie dystrybutora papieru firmę Nitech, stającą się ówczesnie ogólnokrajowym potentatem w swojej branży. Następne firmy dla których pracowałem to już kontynuacja pracy dla branży opakowaniowej, papierniczej i poligraficznej tj. realizacja projektów rekrutacyjnych np. dla Intercell, Stora Enso Packaging, Frantschach-S wiecie, Roman Bauernfeind, Rawibox, International Paper, Kostrzyn Paper, Canson, Impap, Europapier-Sonevix, TZG Zapolex, Cartalia.com. Z czasem uruchomiłem własną działalność doradcą w ramach wyspecjalizowanego branżowo doradztwa działającego pod nazwą Packaging, Plastics & Paper People.

Jaki jest główny zakres działania firmy Packaging, Plastics & Paper People?

To działania w zakresie kapitału ludzkiego a zwłaszcza rekrutacja (executive search & executive recruitment) kadry zarządzającej i średniego szczebla oraz specjalistów dla szeroko rozumianej branży opakowaniowej, tworzyw sztucznych, recyklingu, celulozowo-papierniczej, poligraficznej oraz materiałów i urządzeń dla poligrafii.

Szczególnym obszarem działania są rekrutacje poufne prowadzone na bezpośrednie zlecenie zarządów lub właścicieli firm w celu zmiany kadry menedżerskiej. Zdarza się, że w takich przypadkach odbywa się to w tajemnicy nawet przed działami personalnymi tych firm i oczywiście bez wiedzy osób, które będą zastąpione przez znalezione przez nas osoby.

Wtedy o tym dla kogo prowadzona jest rekrutacja dowiaduje się wąskie grono kandydatów -kilka osób, które dojdą do końca procesu rekrutacyjnego i znajdą się na short list, czyli wśród osób rekomendowanych zleceniodawcy. To zapewnia bezpieczeństwo kadrowe i organizacyjne firm w takich krytycznych dla organizacji momentach.

W jakim stopniu obecny kryzys gospodarczy wpływa na rynek pracy w branży opakowaniowej? Czy ten kryzys z Pana obserwacji jest widoczny i jak zachowują się firmy opakowaniowe?

Kryzys gospodarczy oczywiście ułatwił poszukiwania pracowników liniowych, produkcyjnych. Tu sytuacja wróciła pod wieloma względami do stanu sprzed akcesji do Unii Europejskiej w 2004 r. Jednak nie jest już tak w odniesieniu do stanowisk średniego szczebla np. key account managerów i przedstawicieli handlowych. W tym przypadku można powiedzieć, że niepewna sytuacja ekonomiczna raczej stabilizuje pracowników w obecnych miejscach pracy, bowiem obawiają się oni ryzyka zmiany pracy, a więc mniej chętnie i z większą rezerwą reagują na potencjalne możliwości.

Z drugiej strony kryzys w Polsce bardziej występuje w sferze psychologicznej niż faktycznej i nie ma jakichś dużych zwolnień czy upadłości, a więc i wielu wartościowych pracowników bez pracy z takich powodów.

Co więcej, to właśnie w trudnych czasach docenia się i dba w firmach o posiadany wartościowy kapitał ludzki. Teraz biznes nie kręci się sam - muszą go bardziej rozwijać ludzie. To powoduje, że rekrutacje na stanowiska średniego szczebla nie są obecnie łatwiejsze niż poprzednio. Oczywiście napływa więcej aplikacji w odpowiedzi na ogłoszenia niż dwa lata temu, ale sprawia to raczej więcej problemów przy selekcji, niż przynosi pożytku pracodawcy poszukującemu dobrego pracownika. Często osoby kończące dopiero studia próbują przesadnie kreować się w aplikacjach, prezentując dorywcze czy krótkoterminowe doświadczenia jako poważne doświadczenie zawodowe.

Działalnością rekrutacyjną zajmuje się Pan już od 12 lat. Czy w tym czasie, patrząc z perspektywy roku 1997 i 2009, charakterystyka osób trafiających do pracy w branży opakowaniowej i wymagania wobec nich uległy zmianie?

Obecnie pracodawcy oczekują dłuższego doświadczenia, większej stabilności. W 1997 r. kandydat zmieniający dotąd pracę co dwa lata czy nawet co rok był normalnie akceptowany. Dziś oczekuje się, że powinien on spędzić u każdego pracodawcy co najmniej trzy lata. Wśród kandydatów na stanowiska mobilnych handlowców oczekuje się większych indywidualności niż poprzednio. To zapewne wynika z większej konkurencyjności w branży opakowaniowej niż w latach 90-tych.

Czy z punktu widzenia rynku pracy, pozycji danej firmy na rynku polskim i międzynarodowym lepiej jest jeśli stanowiska kierownicze obejmują Polacy, czy też menadżerowie z zagranicy? Czy można mówić o przewagach wynikających z narodowości osób szczebla kierowniczego, czy też kwestia narodowości jest kompletnie bez znaczenia? Oczywiście pytanie dotyczy firm zagranicznych, które wchodzą do Polski.

Powiedziałbym, że w przypadku koncernów międzynarodowych dobre rezultaty daje sytuacja gdy np. początkowy okres działalności firmy czy nowego zakładu produkcyjnego w Polsce przebiega pod kierownictwem menedżera expata, posiadającego niekwestionowane doświadczenie i charyzmę, nawet jeżeli jest to relatywnie jak na polskie warunki osoba młoda tzn. do 30-33 roku życia, co często zdarza się w korporacjach obecnych w Polsce. Sprzyja to wprowadzeniu w pełni międzynarodowych, korporacyjnych standardów w działalności organizacji w Polsce w różnych obszarach. Dlatego dobrze, jeżeli w funkcjonowaniu firmy w Polsce zaistnieje taki okres „wzorcowy”.

Natomiast utrzymywanie tego stanu rzeczy na stałe nie jest moim zdaniem potrzebne, chociażby ze względu zazwyczaj znacznie większe koszty generowane przez zatrudnienie cudzoziemca. Jest to aktualne szczególnie widoczne w odniesieniu do stanowisk prezesów firm, country managerów. To się jednak zmienia i poziom wynagrodzeń coraz bardziej się wyrównuje. Niekiedy nawet osoby w macierzystej firmie za granicą dziwią się wysokiemu poziomowi zarobków w polskim oddziale. Dotyczy to np. plant managerów, szefów produkcji.

Należy jednak zdawać sobie sprawę, że żyjemy w czasie kształtowania się jednolitego europejskiego rynku pracy, co szczególnie dotyczy właśnie stanowisk menedżerskich i specjalistycznych. Prawdopodobnie już niedługo rozważanie narodowości menedżera kierującego oddziałem korporacyjnym w Polsce będzie miało posmak anachroniczności, a zespoły pracowników składać się będą z osób pochodzących z wielu krajów, nie tylko europejskich. Wysoko wykwalifikowani pracownicy będą w ciągu swojej kariery zawodowej wielokrotnie zmieniać kraj pobytu. Dotyczy to także i Polaków. Ten proces zresztą już się rozpoczął i narasta.

Czy na podstawie doświadczenia może pan wskazać na jakieś szczególne cechy wyróżniające osoby pracujące choćby w branży opakowaniowej?

Osoby pracujące w branży opakowaniowej, ale też papierniczej i poligraficznej wyróżniają się na tle polskiego rynku pracy rzadko spotykanym w innych segmentach przemysłu i handlu bardzo wysokim poziomem utożsamienia ze swoją branżą i wzajemną rotacją u pracodawców oraz znajomością pracowników konkurencyjnych firm. Widać to szczególnie dobrze na imprezach targowych jak poznańskie targi Taropak, Pakfood i Poligrafia.

Zdarza się, że jeżeli z różnych powodów dana osoba przejdzie do pracy w innej branży to często dąży do powrotu i to nawet na niższe stanowisko. Obserwuję przez lata kariery wielu osób i pomagam w ich rozwoju i mogę wskazać na przykład pewnej osoby, która pracowała na stanowisku dyrektora zakładu w firmie wytwarzającej opakowania papierowe, następnie odeszła do innego segmentu przemysłu jako dyrektor zarządzający. Po dwóch latach zdecydowała się na podjęcie pracy w dużej drukarni offsetowej na niższym stanowisku dyrektora produkcji. I jest z tego bardzo zadowolona.

A jest coś, co może zaskakiwać w obserwacji pracowników branży np. opakowaniowej?

Taką obserwacją jest z pewnością sukces jaki odnoszą często na stanowisku przedstawiciela handlowego osoby nie posiadające wyższego wykształcenia i dobrej znajomości ci języków obcych.

Tutaj jednak procentuje ich doświadczenie w pracy, wieloletnia znajomość rynku i klientów, ale także zaskakująca praktyczna znajomość psychologii i powiedziałbym determinacja nadrabiająca braki w formalnym wykształceniu i wiedzy. Może także znaczenie ma unikanie nadmiernego analizowania swojego postępowania. Oczywiście w firmach międzynarodowych brak wyższego wykształcenia chociażby na poziomie licencjatu i znajomości angielskiego jest zazwyczaj dyskwalifikujący już na początkowym etapie rekrutacji. Miłym zaskoczeniem jest także przywiązanie wielu pracowników do swoich firm. Często bardzo utrudnia nam to pracę, ale to naprawdę pozytywne usłyszeć od kogoś, że co prawda mógłby gdzieś więcej zarobić, ale dobrze czuje się w obecnym miejscu pracy.

Inni wskazują na potrzebę wywiązania się z nieformalnych zobowiązań wobec właścicieli firmy. Istotnym powodem dla pozostania w firmie okazuje się być np. fakt, że dana firma jest sponsorem odnoszącej widoczne sukcesy drużyny sportowej. To ciekawy przyczynek dla kształtowania wizerunku wewnętrznego organizacji. Jeszcze inni pracownicy argumentują, że muszą się wciąż wiele nauczyć, aby móc szukać pracy w nowym miejscu. Szczególnie dobrze w tym zakresie wypadają duże polskie firmy istniejące od wielu lat.

Jak osiągnąć sukces w branży rekrutacyjnej?

Trzeba być wiarygodnym partnerem zarówno dla klientów jak i kandydatów. Nawet jeżeli posiada się odpowiednich kandydatów w bazie danych to należy przeprowadzać przy każdym projekcie rekrutacyjnym pełne poszukiwania, aby mieć pewność, że przedstawiani kandydaci to rzeczywiście najlepsze osoby dostępne na

rynku. Bardzo ważne jest sprawdzanie referencji kandydatów. Może zdarzyć się, że ktoś potrafi napisać wspaniałe CV i wywrzeć bardzo korzystne wrażenie podczas godzinnego interview z konsultantem personalnym czy potencjalnym pracodawcą i przejść testy psychologiczne, a faktycznie jest np. pracownikiem konfliktowym lub posiadającym niewystarczające kwalifikacje. W takim przypadku bezcenna jest opinia poprzedniego szefa lub dawnych współpracowników.

Należy dbać też o bezpieczeństwo osób uczestniczących w rekrutacji jako kandydaci, aby np. pochopnie nie zrezygnowali oni z aktualnego zatrudnienia lub nawet nie ujawniali tego zamiaru wobec aktualnego pracodawcy.

W procesie rekrutacyjnym bierze udział zazwyczaj kilkanaście a czasami i kilkadziesiąt osób, a pracę otrzymuje tylko jedna i to niekiedy dopiero po kilku miesiącach rekrutacji. Częstym złudzeniem jakim ulegają pracownicy na eksponowanych stanowiskach jak menedżerskie czy handlowe jest fakt, że dzwonią do nich head hunterzy.

Pracownicy interpretują to jako swoją oczywistą wartość na rynku pracy i szerszą znajomość posiadanych kwalifikacji. A zazwyczaj oznacza to tylko, że pracownik firmy rekrutacyjnej dobrze wykonał swoją pracę i w kontekście poszukiwań na jedno stanowisko skontaktował się z np. trzydziestoma osobami w różnych firmach, a dane do kontaktu znalazł na stronie internetowej pracodawcy. Najbardziej wyrazistym sukcesem w naszej działalności jest obsadzanie najwyższych stanowisk. W ostatnim czasie wskazałbym na rekrutację na stanowisko dyrektora zakładu produkującego opakowania w jednym z czołowych koncernów międzynarodowych obecnych w Polsce.

Jak znajduje się tych najlepszych pracowników?

Działania widoczne na rynku pracy tj. ogłoszenia w mediach tradycyjnych i internetowych są właściwie marginesem poszukiwań. O sukcesie rekrutacji decydują zazwyczaj kandydaci z bazy danych, archiwizacja poprzednich projektów rekrutacyjnych, bezpośrednie poszukiwania poprzez head hunting i networking, czyli sieć kontaktów zbudowaną w ciągu lat prowadzenia naszej działalności.

Co doradziłby Pan osobom poszukującym pracy?

Oczywiście zgłoszenie się do fachowego pośrednika na rynku pracy, a przy poszukiwaniu pracy we własnym zakresie nie ograniczanie się do ofert ujawnianych poprzez ogłoszenia prasowe czy internetowe. Taka publikacja kończy często długotrwały proces wewnątrz firmy. Wiele czasu zajmuje zazwyczaj uzgodnienie potrzeb rekrutacyjnych i możliwości ich realizacji pomiędzy np. dyrektorem handlowym, zarządem firmy a działem personalnym. Czasami czeka się np. do nowego roku budżetowego. Często zazwyczaj w pierwszym rzędzie realizowana jest rekrutacja wewnętrzna. Wiele wakatów nigdy nie jest oficjalnie ujawnianych poza firmą. W tej sytuacji polecam osobom szukającym pracy określenie listy firm w których chcieliby pracować i bezpośredni kontakt z potencjalnymi przełożonymi. Jeżeli więc ktoś szuka pracy w charakterze przedstawiciela handlowego to powinien kontaktować się z dyrektorem lub kierownikiem sprzedaży. Z kolei szukając pracy w charakterze kierownika zmiany należy dążyć do kontaktu z szefem produkcji lub plant managerem.

Dziękujemy za rozmowę.