

Źródło: <http://www.pulshr.pl/bpo/wolnoamerykanka-wsrod-lowcow-glow-drastyczny-spadek-etyki-branzowej,13547.html>

Damian Baran | 17 kwietnia 2013, 9:00

Wolnoamerykanka wśród łowców głów? Drastyczny spadek etyki branżowej



Fot. Fotolia.com

Nie ma formalnie spisanego kodeksu postępowania headhuntera, a słychać głosy oburzenia na nieetyczne postępowania niektórych firm z branży. Czy faktycznie jest tak źle?

W ostatnich latach obserwujemy drastyczny spadek poziomu etyki branżowej. Weszło na rynek sporo firm, które rozpaczliwie próbują się na nim utrzymać, łamiąc przy tym wszelkie zasady przyzwoitości i oferując dumpingowe ceny - takie

zdanie na temat aktualnej sytuacji rynku headhunterów ma Agnieszka Drzewiecka, właścicielka firmy doradztwa personalnego AF Search & Selection.

Jej zdaniem taka strategia nie ma przyszłości. - Działam na rynku od 12 lat. Byłam świadkiem powstawania i upadku dziesiątek firm, których właścicielom wydawało się, że uda im się przetrwać, łamiąc pewne zasady i oferując nierealnie niskie ceny - tłumaczy Drzewiecka. - Tymczasem klient, który raz zrazi się do współpracy z daną firmą, już nie skorzysta z jej usług, a ponadto będzie dzielił się złą opinią na jej temat z innymi przedsiębiorcami.

Czas na rachunek sumienia

Czy wśród headhunterów obowiązuje wolnoamerykanka? Nie określiłby tego w ten sposób doradca personalny Adam J. Mielcarek, właściciel firmy Packaging, Plastics & Paper People. Wspomina, że w latach 90. usługa ta miała bardziej ekskluzywny charakter. Były wyższe wyceny, a klientela to głównie zachodnie firmy.

Zauważa, że teraz jest większa konkurencja i podaje przykład z własnego podwórka. - W Toruniu, gdzie ja działam, kiedyś była jedna firma rekrutacyjna, a teraz 5-10 - wylicza.

Potwierdza, że nieprzestrzeganie pewnych zasad na dłuższą metę działa na niekorzyść firmy. - A długotrwała działalność na rynku może opierać się tylko na stałych klientach - uważa. Mielcarek jest przekonany, że klienci zauważą stosowanie wolnoamerykanki, czyli bycia nielojalnym, i nie będą współpracować z firmami postępującymi w ten sposób.

Z kolei konsultantka Advisory Group TEST Human Resources Kinga Onak informuje, że istnieje międzynarodowe stowarzyszenie (The Association of Executive Search Consultants), do którego należy około 300 firm, w tym 12 polskich.

- Wypracowało ono ogólne standardy dotyczące świadczenia w pełni profesjonalnych usług, takich jak executive search - tłumaczy. - Jego członkowie muszą przestrzegać kodeksu etycznego. Wiele osób, które świadczą usługi headhunterskie, jednak nie do końca orientuje się, jakie zasady są nakreślone przez to stowarzyszenie.

Onak uważa, że warto, aby każdy, kto uprawia ten zawód, zrobił sobie rachunek sumienia i postępował według zasad etycznych. A jakie to zasady?

- Headhunter powinien zachować lojalność względem kandydata, firmy, w której pracuje i klienta - podkreśla Kinga Onak. - Bardzo ważna jest kwestia poufności i dyskrecji, ponieważ niedopuszczalna jest sytuacja, aby ze strony osoby rekrutującej wyszło na jaw, że kandydat prowadzi rozmowy pod kątem jakiegokolwiek oferty pracy. Należy zadbać również o ochronę danych osobowych i nie wykorzystywać CV w celach innej rekrutacji niż ta, na którą kandydat wyraził zgodę.

Rzetelność i prawdomówność, prawdziwość przekazywanych informacji to kolejne zasady, które wymienia konsultantka Advisory Group TEST Human Resources.

- Oprócz zainteresowania i zachęcenia kandydata do rozmów pod kątem konkretnej oferty, headhunter powinien opierać się na wiarygodnych i sprawdzonych informacjach na temat stanowiska oraz samego klienta - zauważa Kinga Onak.

Ważna jest lojalność

Agnieszka Drzewiecka zwraca uwagę na kolejny aspekt właściwego postępowania. - Nie proponuje się osobie, którą headhunter pozyskał dla klienta, kolejnej oferty pracy przed upływem minimum dwóch lat - mówi. - Poważne firmy doradztwa personalnego podpisują nawet specjalne klauzule stanowiące element umowy z klientem, że nie będą poszukiwać wśród jego pracowników kandydatów do pracy w innych firmach przez minimum dwa lata od podpisania umowy.

Zastrzega, że jej firma nie składa w ogóle ofert pracy osobom z przedsiębiorstw, z którymi na stałe współpracuje.

Adam J. Mielcarek uważa z kolei, że można też być doradcą kandydatów. - Częścią etyki headhuntera jest ujawnienie kandydatowi ewidentnych błędów, które popełnia, na przykład w CV - tłumaczy.

Mielcarek mówi też o lojalności w projekcie rekrutacyjnym. Wyjaśnia, że zazwyczaj wynagrodzenie headhuntera zależy od pensji, którą miał dostawać znaleziony przez niego kandydat. Na przykład 200-300 proc. miesięcznej pensji zatrudnionego na danym stanowisku.

- Trudność polegała na tym, żeby nie kreować oczekiwań finansowych kandydatów. Klient ma otrzymać informację na temat oczekiwań finansowych, ale headhunter nie ma tego wynagrodzenia uzgadniać z kandydatem - podkreśla Adam J. Mielcarek

Pułapki czyhają na headhuntera

W pracy headhuntera występuje sporo problemów. Dla Agnieszki Pastuły, menedżera Antal HR & Admin, najtrudniejsze są sytuacje, gdy klient ustala limit wieku kandydata albo z góry określa jego płeć.

- To nieetyczne oraz niezgodne z prawem - mówi Pastuła. - Jeśli chodzi o dylematy w kontakcie z kandydatem, to chyba najtrudniej jest przy projektach poufnych, gdy nie możemy podać nazwy pracodawcy na pierwszych etapach procesu rekrutacyjnego - dodaje.

Właścicielka AF Search & Selection Agnieszka Drzewiecka z kolei za najtrudniejsze zadania uważa takie, kiedy trzeba znaleźć kandydata na stanowisko, na jakie wcześniej jej firma poszukiwała pracownika, ale dla innego klienta i wiadomo, że sprawdziłby się on dobrze także w drugiej firmie.

- Wtedy najprostszym rozwiązaniem wydaje się kontakt z zatrudnioną już osobą i złożenie jej kolejnej propozycji. Jednak byłoby to, rzecz jasna, sprzeczne z etyką branżową i nieuczciwe wobec klienta. Niestety, wiele firm stosuje takie praktyki - ubolewa Drzewiecka.

Trudności w tej pracy jest sporo, ale jak przekonuje Agnieszka Pastuła, etyka pracy powinna być taka sama niezależnie od rodzaju projektu rekrutacyjnego, branży, w jakiej się działa czy poziomu stanowiska, na którym się pracuje.

- Należy pamiętać, że headhunting oraz pozostałe źródła pozyskiwania kandydatów mają na celu przede wszystkim dotarcie do właściwych osób z właściwą ofertą. Rekruter powinien zachowywać się fair zarówno wobec klienta, któremu zobowiązał się znaleźć najlepszego pracownika, jak i kandydata, któremu przedstawia pełną informację o ofercie pracy. Kierując się wysoką etyką zawodową zbuduje dobre relacje, które będą procentować w przyszłości- podsumowuje Agnieszka Pastuła.