10. Závěrečné zhodnocení procesu náboru zaměstnanců personální agendou

Na závěr této práce bych ráda uvedla souhrn doporučení pro praktické využití služeb personálních agend.

Protože můžeme jen těžko očekávat, že současný trend převisu nabídky zaměstnání nad poptávkou se změní, jako nejlepším řešením shledávám změnu stylu práce personálních agend tak, aby mohly nabízet uchazečům o zaměstnání přidanou hodnotu a učinit tuto službu pro ně atraktivnější natolik, aby pro ně bylo výhodnější žádat o pracovní místo zprostředkovaně a nehledali místo sami.

V současné době působí v Praze více než 150 personálních agend a troufám si tvrdit, že většina z nich má ve svém portfoliu dostatek klientů. Problém nicméně je v nedostatku kvalitních uchazečů o zaměstnání. Protože personální agenda stojí a padá s triádou uchazeč – konzultant – klient, je zřejmé, jak je tento problém alarmující.

Jádrem kvalitně poskytovaných služeb personální agendou je dle mého názoru flexibilní a zákaznicky orientovaný přístup k zaměstnancům a uchazečům o zaměstnání, který bohužel v České republice není zatím mezi personalisty a managementem zakořeněn tak, jak by se očekávalo a proto budoucnost vidím především v orientaci konzultantů na potřeby uchazeče. To ovšem znamená, že konzultanti budou muset zvýšit svoji kvalifikaci tak, aby byli pro uchazeče o zaměstnání opravdovými partnery a průvodci v jejich kariéře. Mělo by být samozřejmostí, že konzultant poradí uchazeči s tím, jak správně vytvořit životopis, pomůže s přípravou na pohovor u zaměstnavatele, prodiskutuje možnosti dalšího profesního postupu apod. Zároveň by mělo být standardem informování uchazečů, kteří ve výběrovém řízení neuspěli, včetně uvedení důvodů. Tento postup bohužel poměrně dost personálních agend nedodržuje a v podstatě pro ně proces spolupráce s kandidátem končí v momentě, kdy je ze strany klienta odmítnut.

Dle mých zkušeností uchazeči o zaměstnání obvykle hodnotí práci personální agendy a jejího konzultanta pozitivně, pokud měli pocit, že :

- Konzultant projevil opravdový zájem o jejich osobu.
- Seznámil je detailně s tím, jak bude probíhat výběrové řízení u klienta, tzn. z kolika kol se skládá, s kým se setká, zda bude testován, komunikovat v cizím jazyce apod.
- Při samotném výběrovém řízení byli díky informacím získaným od konzultanta v lepší pozici, než kdyby se přihlásili do výběrového řízení sami.

Konzultanti personálních agend by se také měli více specializovat v oborech, ve kterých obsazují pracovní pozice. Vhodné by také bylo jejich další vzdělávání v dané oblasti, jelikož jedině tak budou schopni nabídnout uchazečům o zaměstnání výše zmíněnou přidanou hodnotu v podobě kvalifikovaného poradenství. Dá se jen těžko očekávat, že vysoce kvalifikovaný uchazeč, který absolvoval poněkud roboticky působící standardizovaný pohovor, který bývá často používán některými konzultanty pro všechny typy pracovních pozic, a během kterého se o obsazované pozici téměř nic nedozvěděl, než bylo napsáno v inzerci, ještě někdy využije služby této personální agendy.

Dále by konzultanti měli mít snahu stát se opravdovým partnerem i pro klienta. Klientovi je třeba poskytnout maximální a profesionální servis tak, aby sám poznal, že mnohem lepších výsledků dosáhne spoluprací s menším počtem personálních agend,

které budou znát lépe jeho představy a potřeby. Nemělo by tedy již docházet k situacím, kdy pracovník personálního oddělení zodpovědný za nábor zaměstnanců, zašle emailem konzultantům několika personálních agend popis pracovní pozice s uvedením nabízené mzdy a benefitů a nabyde pocitu, že všichni mají dostatek informací pro vyhledání vhodných uchazečů.

Také kvalita inzerce, která je produkována personálními agendami, bývá často naprosto neprofesionální. Vytvořit atraktivní inzerát je obecně velmi těžké a pro konzultanty personálních agend o to těžší, že nemohou uvést jméno klienta, pro kterého pracovní pozici obsazují. Pro konzultanty je také mnohem obtížnější seznámit se dobře s konkrétním pracovním místem, než pro interní personalisty. Zde je opět řešením dlouhodobá spolupráce s klienty, návštěva oddělení, pro které konzultant hledá zaměstnance a také rozhovor s vedoucím oddělení (liniovým manažerem).

Z výsledků zahraničních výzkumů plyne, že většina personalistů považuje spolupráci s personální agendou za téma, kterému je třeba se hlouběji věnovat. Zároveň je však třeba upozornit na fakt, že je stále příliš brzy na to předvídat, zda se tento způsob spolupráce v současné podobě stane přelomovou koncepcí v řízení lidských zdrojů, nebo zda se jedná pouze o přechodný trend, ze kterého praktická personalistika převezme pouze jednotlivé prvky.