

Стажове на кръстопът

Къде се разминават очакванията на работодатели и стажанти

Боряна Пенева
01/06/2007 12:58



Търговска фирма търси стажанти второкурсници. Предлага тригодишна програма, атрактивно заплащане, бързо кариерно развитие до най-високите ръководни нива.

Подобни оферти към студентите са рядкост, но е факт, че вече ги има. И то не само и единствено в страдация от хроничен дефицит ИТ сектор. Въпросът е доколко те са реалистични и в състояние ли са да решат проблема с липсата на хора. Едва ли, след като самата фирма, подала тази заявка, признава, че кандидатите не са много, отнасят се с недоверие и като цяло предпочитат "стажовете" в САЩ и Западна Европа, разбирай бригадите в селското стопанство и туризма.

Все по-малко кандидати

По общи наблюдения в последните години растящата готовност на работодателите да приемат стажанти се сблъсква с намаляващия интерес от страна на младите хора. В условията на стабилно развитие на бизнеса и намаляваща младежка безработица този дисбаланс между търсенето и предлагането е естествен. Това води до размяна на ролите. Както констатира главният директор на отдела по човешки ресурси в БТК Евгения Георгиева, "в голяма степен позицията на избирация е заета от стажанта, не толкова от компанията, особено що се отнася до качествените кандидати". Въпреки че в телекомуникационния гигант тази година са постъпили 1600 кандидатури за 200 свободни стажантски места, Георгиева смята, че битката за таланти ще става все по-ожесточена.

Наблюденията на Екатерина Игнатова, управляващ съдружник в ACE HR Services, показват, че "като бройка кандидатите намаляват драстично". Агенцията прави изцяло или частично подбора на стажанти за гиганти като "Кока-Кола", "Хайнекен", "Крафт

Якобс Сушард". "Миналата година за един от нашите клиенти получихме 400 кандидатури, от тях до центъра за оценка стигнаха 60. Тази година за същия клиент кандидатите бяха едва 80", споделя Игнатова.

Отслабналият интерес на студентите беше видим с просто око и на приключилия преди около месец форум "Кариери 2007". На фона на засилено участие от страна на фирмите (166 участници спрямо 121 миналата година) броят на посетителите регистрира спад. Според Светлозар Петров, изпълнителен директор на виртуалната трудова борса JobTiger, която е и съорганизатор на събитието съвместно с Министерството на държавната администрация, основните причини за това са три: студентските бригади в чужбина заради възможността за високи доходи, развитието на технологиите и особено интернет, както и работата на кариерните центрове. Гергана Раковска, изпълнителен директор на Фондацията на бизнеса за образованието, обаче твърди, че и в кариерните центрове този дисбаланс е налице. Тя търси причините в слабата мотивация на младите хора, както и в силата на битуващите митове, че "в България не може да се намери качествена работа или се намира само с връзки". Тази деформирана представа трайно вреди на отношенията работодател - кандидат и според Екатерина Игнатова. "Ако младият човек е убеден, че като учи сериозно и се справя с изпитите, проявява старание, желание и креативност и т.н., това ще го доведе от точка А до точка В в кариерата, нещата ще стоят по друг начин. В България обаче няма такова нещо. Дори много често желанието за усвояване на нови знания се "санкционира" с повече работа. Докато кариерното развитие продължава да се случва непредвидимо и непрозрачно, хората с право ще са подозрителни и ще проявяват недоверие", смята Игнатова.

Качеството

Ясно е, че кандидатите стават все по-малко, но как стои въпросът с тяхното качество? Повечето специалисти смятат, че то остава непроменено през последните години. Като все по-важно изискване се налага владението на поне един чужд език.

Специализираните знания обаче не са водещи, когато организациите подбират стажанти. На този етап се залага на други неща като мотивация, готовност за учене и енергия за работа, потенциал, както и наличие на елементарни трудови навики и умения. Наблюденията на Гергана Раковска показват, че младите хора, въпреки че имат все по-широк достъп до информация, не знаят основни неща - например как да си напишат автобиографията или как да разбират правилно обявите. Специалисти, участвали в множество интервюта за подбор, твърдят, че като цяло кандидатите идват неподготвени: "Не може да кандидатстваш, пък било то и за стаж, без да познаваш продукта, който фирмата произвежда. Тук не става въпрос за някакви знания, а за елементарен интерес."

Екатерина Игнатова прави сравнение между училите в България и студентите от чужбина. "Освен по мотивацията те се отличават и по познанията, свързани с подготовката и явяването на интервю", смята тя. Затова след петгодишни не особено успешни опити със стажанти от български вузове ACE HR Services решават да си "внесат" стажант с помощта на студентската организация AIESEC. Харесват си кандидат от Холандия и остават очаровани от неговата енергия. С подобни впечатления е останала и Юлия Тенева, ръководител направление "Човешки ресурси" в "Кумерио мед", от стажувалата при тях българка, следваща във Франция.

Другата гледна точка

Студентите от своя страна не пропускат да отбележат, че компаниите във и извън България също се различават съществено. Когато коментират опита си като стажанти, младите хора говорят най-често за "черната работа" и "ниското заплащане". "Никой не ти обръща внимание и не те учи на нищо полезно. Няма организация, а т.нар. ментори изпълняват само "контролни" функции", обобщават наблюденията си много от тях. Естествено е при това положение студентите да не възприемат стажовете като възможност да добавят стойност към своето професионално развитие и да гледат формално на тях.

Прекалено често "трупането на професионален опит" в България се превръща в губене на време. "В началото имахме две седмици въвеждаща програма, когато ни обясниха някои интересни и важни неща от работата. След това обаче нямахме почти никакви ангажименти. По два-три телефона на ден и събиране на малко информация от интернет, след което денят минаваше в безкрайни разговори на кафе", споделя бивша стажантка. Тя не е недоволна и дори впоследствие остава на работа в компанията, защото е привлечена от имиджа ѝ и от възможността да работи с екип от млади и активни хора, но и досега смята, че би могла да извлече повече полза от тримесечния си стаж.

Много са и студентите, които кандидатстват за стаж без прекалено високи очаквания. "Имам желание да натрупам малко опит, защото, където и да кандидатстваш, те питат дали и къде си работил преди това. Очаквам да добия представа какво е да ходиш на работа", казва кандидат-стажант. Разбира се, изграждането на базови трудови навици също е полезно, но все пак и стажантите, и приемащите компании би трябвало да се целят по-високо.

Кой как го прави

Според Екатерина Игнатова успехът на една стажантска програма зависи в голяма степен от активността и авторитета на човека, който се занимава с човешки ресурси в компанията, както и от способността му да ангажира и спечели за каузата линейните мениджъри. Точно това са постигнали в "Глобул", където стажантските програми вече са традиция. "Когато споделих с ръководителите желанието ни да приемаме студенти за обучение, първоначално те оказаха силна съпротива. Вярно е, че тогава стартирахме много нови проекти и не им беше до това. Съгласихме се на отсрочка, при условие че следващата година ще мога да разчитам на тяхното съдействие", припомня си Соня Славчева, директор "Човешки ресурси и администрация" в организацията. Според нея най-важното е мениджърите да разберат какви са ползите от подобна програма и да се ангажират с нея. "Тази година инженерите ни сами идват да се интересуват, да четат автобиографиите и мотивациите на кандидатите. Вече изпитват удовлетворение от контакта си с младите хора", добавя тя. Наставниците на стажантите (т.нар. тютори) в "Глобул" са много важни. Те се включват в обучението на младежите доброволно. В "Технологика" пък дори поощряват тюторите финансово. "Част от заплащането на ръководителите е заради работата им с младите колеги", казва мениджърът "Човешки ресурси" на компанията Ирина Йончева.

Друга важна предпоставка за успех е добрата организация. Много фирми с опит споделят, че работата на стажанта трябва да бъде фокусирана върху конкретен, за предпочитане практически проект. Така постъпват в Sodexo Pass. Техният директор

продажби Димитър Василев казва, че фирмата приема студенти само когато има какво конкретно да им предложи. Подобен подход са възприели и в "Колиърс". "Последният студент, когото приехме, трябваше да направи пазарно проучване, което след това представи и беше използвано за нуждите на фирмата", разказва Весела Петрова, мениджър "Човешки ресурси" в компанията за недвижими имоти.

В условията на занижен интерес от страна на студентите компаниите вече променят подходите си. Все повече от тях виждат в стажантските програми възможност да подберат и обучат бъдещи служители. По тази причина в "Кумерио мед", където стажантски програми се провеждат от осем години, от тази година организират кампанията си по подобие на кампанията за подбор: "Обявяваме стажантските позиции в пресата, в кариерните центрове, организираме представяния в местните училища. Имаме и договор за сътрудничество с Химико-технологичния и металургичен университет, откъдето идват специалисти за нашия бранш", разказва мениджърът "Човешки ресурси" Юлия Тенева. В "Актавис оперейшънс" също променят подходите си. "От миналата година въведохме единна стажантска програма, която обхваща трите завода и офиса в София. Акцентът е набиране на перспективни служители за работа в компанията", казва мениджърът "Подбор, обучение и оценка на персонала" Красимира Касабова. В ИТ сектора пък привличат и задържат младите с цялостна политика. "SAP Labs България" предлагат целогодишни платени стажове, като дават възможност за голяма гъвкавост на работното време. "Стажантите могат сами да определят работния си график, както и дните от седмицата, в които предпочитат да идват, така че стажът да не пречи на образованието им", споделя Павлина Енева, мениджър "Човешки ресурси".

Тясно сътрудничество с университетите е решението, на което залагат все повече компании. Кариерните центрове пък трябва да работят върху мотивацията и кариерното консултиране на студентите. Преди всичко обаче остава качествено отношение към младите хора. Защото стажантите може и да отидат най-напред при големите обещания, но ще се върнат там, където са им предложили знание и добавена стойност.

Алтернативен подбор

Вече две години подред по проекта "Бизнесът в действие" студентската организация AIESEC дава възможност на компаниите да се срещнат с потенциални стажанти и служители. Фирмите задават реални бизнес казуси, по които групи от студенти работят в продължение на няколко дни. Накрая предлагат решения. "Инициативата е много добра", казва Екатерина Георгиева от дирекция "Човешки ресурси" на ОББ и допълва: "Половината от стажантите, които избрахме след миналогодишното издание на "Бизнесът в действие", останаха на постоянен договор при нас. Тази година предложихме стаж на над половината участвали студенти, но се оказа, че повечето от тях вече работят."

Всъщност студентите невинаги се включват в подобни инициативи, защото търсят работа. "Дойдох тук, защото искам да науча и опитам нещо ново, а не непременно да си намеря работа", казва Петя, четвъртокурсничка в УНСС. Все пак тя смята инициативата на AIESEC за удачна форма на предварителен подбор. За съжаление обаче, както тази година, често най-подходящите се оказват вече заети.