

Все по-остро търсене на нови таланти, навярно в съчетание с изгряващата звезда на чувството за корпоративна социална отговорност, през последните години подтикнаха много от авторитетните фирми в ИКТ бранша (*Информационни и комуникационни технологии - бел.ред.*) да стартират стажантски програми. Традиционно зад такова решение стоят поне два фактора – намирането на „свежа сила“ сред младите ентузиастични хора плюс популяризиране – било то на определено име или марка, или пък на определено схващане.

Защо се прави стажантска програма

„Бих разделил на две групи факторите, мотивиращи провеждането на стажантска програма в нашата фирма – казва Костадин Йорданов, изпълнителен директор на Бианор. – От една страна това е егоистичната бизнес логика за промотиране на бранда Бианор сред потенциалните бъдещи кадри и откриване на млади и обещаващи специалисти. От друга страна е осъзнаването на факта, че носим част от отговорността за подготовката на младите кадри в България и не трябва бизнесът да прехвърля цялата отговорност на образователната система.“ Или, както казват от SAP, по този начин младите кадри „придобиват практически умения в желаната от тях специалност, което им дава самочувствие, прави ги по-конкурентноспособни“. Съвсем сходно виждане изповядват в системния интегратор Парафлоу Комюникейшънс. „Мотивацията за провеждане на стажантски програми може да се разглежда в две посоки – казва Събина Балева, мениджър човешки ресурси във фирмата. – От едната страна е социалният аспект: Парафлоу има за цел да предложи на младите хора шанс за стартиране на успешна кариера... От другата страна е чисто практическият аспект за мениджмънта – чрез стажантските програми се селектират потенциални служители, които са подходящи да се присъединят към екипа на фирмата и да се инвестира в тяхното професионално развитие.“

Възможността за ранен контакт с таланти студенти е сред мотивите за провеждането на стажантски програми и в софтуерната фирма Мусала Софт, казва Делян Лилев, изпълнителен директор на компанията. Нещо повече, от фирмата обръщат внимание, че чрез този род инициативи се изгражда „връзка в не толкова строгата рамка на трудовото взаимоотношение“. Там обаче са прозрели и един много

съществен елемент на подобен подход: възможността да се разпространяват корпоративната култура и корпоративните ценности на Мусала Софт сред младите хора от ИТ общността. Популяризирането на фирмената култура е и сред мотивите за стажантски програми и в развойния център на SAP у нас – SAP Labs. „Чрез стажантските програми възпитаваме младите ИТ специалисти в нашата корпоративна култура още от студентската скамейка“, казват от компанията.

Може да се каже, че с този мотив фирмите са уцелили вярна посока, защото популяризирането на фирмената култура навярно ще има все по-голямо значение в близко бъдеще. Както показва проучване на Computerworld, наличието на фирмена култура става едно от важните не-технически качества, които работодателите търсят у кадрите.

Социалният принос

„Най-значимият обществен ефект от стажантските програми е това, че те дават възможност на младите хора да опитат на практика различни професии, преди да преценят какво е тяхното призвание, - обобщава изпълнителният директор на Бианор. - В крайна сметка в дългосрочен план това означава повече щастливи и реализирали се хора.“ Колегите им от Мусала Софт виждат социалния принос в буквалното подпомагане развитието на ИТ общността – финансиране на сертификационни изпити, тренировъчни програми и т.н.

Резултатите

„До голяма степен успехът на една стажантска програма зависи от целите, взаимовръзката между целите и политиката по управление на човешките ресурси, вътрешната комуникация със съответните ръководители на отделните структурни звена на компанията, мотивацията на наставниците и фирмената култура, - обяснява Събина Балева от Парафлоу. – Това значи екипът да е отворен да се грижи и да приема добре стажантите, така че да им даде възможност да изразят по някакъв начин потенциала си.“

„Резултатите са много добри – практически всички студенти, които са участвали в нашите стажантски програми (както българи, така и от чужбина) успяха да минат през тренировъчната програма и след това да изпълнят задачи в реални проекти“, казва Делян Лилев от Мусала Софт. Според него причините са две – внимателният предварителен подбор на стажантите и имиджът на фирмата, който служи като филтър. Върху важността на подбора акцентрат и от Бианор. Там стажантите „бяха избрани измежду над 50 кандидата и в продължение на един месец работиха тясно с един от нашите технически мениджъри“, казва Костадин Йорданов.

Ефективно средство за привличане на таланти?

Задъхани от затрудненията в намирането на подходящите кадри, днес ИКТ фирмите все повече усещат, че наличните средства за търсене на нови специалисти не носят

достатъчно удовлетворителни резултати. Стажантските програми заедно със социалния си ефект носят и полза като средство за привличане на подходящите таланти.

Стажантските програми са ефективно средство за привличане на млади таланти, тъй като това е начин те да се докоснат до истински технологии и да порботят с много добри специалисти по време на стажа си, вярват в най-стария мобилен оператор у нас. „Стажантските програми дават възможност за ранно откриване на таланти и привличането им в компанията – е общото мнение в SAP Labs. – Именно поради осъзнаването на този факт, повечето големи компании имат добре разработени, действащи стажантски програми. От страна на студентите интересът също се повишава, като повечето кандидатстват с амбициите този първоначално временен ангажимент да прерасне в постоянен.“ В Бианор обобщават 3-годишния си опит със стажантски програми като положителен и добър механизъм за откриване на млади и таланти хора. Стажантските програми „са един от начините, които позволяват изграждане на добри взаимоотношения с таланти специалисти отрано, - казва Делян Лилев. В ръководената от него компания планират да ги развият и за в бъдеще.

По думите на Лилев, за да има успех една стажантска програма и да оправдае и усилията на колектива по нейното реализиране, тя трябва да бъде поставена на програмен принцип и да обхваща целия цикъл на изпълнение:

- дефиниране на правилата за провеждане;
- разпространяване на информация за програмата;
- подбор на стажанти;
- провеждане на входящи обучения;
- разпределяне в адекватни проекти и менториране;
- анализ на резултатите.

Разбира се, не е разумно да се мисли за стажантските програми като заместител на всички останали методи за разширяване на екипа.

„Стажантските програми са едно от ефективните средства за привличане на млади таланти, но не и единственото, – казва Събина Балева. – Една компания трябва да интегрира различни средства, да води целенасочена политика и да не спира да използва всяка възможност за търсене и привличане на талантливи млади хора. В ИКТ бранша, който е особено чувствителен към човешкия ресурс, поради това, че той е основно средства за производство, а и е недостатъчен, е необходимо много повече да се инвестира в младите хора, отколкото в други отрасли например.“

Студенти-стажанти vs. внос на кадри

Наемането на студенти след стаж и привличането на кадри, „внесени“ от чужбина не са две алтернативи, а два взаимно допълващи се метода за разширяване и обогатяване на екипите.

„Купуването“ на кадри от чужди държави за нашата сфера е по-скоро спорадично, отколкото масова практика, - посочват от SAP. - Предвид разликата в заплащането на ИТ специалистите в България и чужбина, както и недостига на ИТ кадри в световен мащаб, интересът от страна на „чуждите“ кадри за професионално развитие в България все още не е достатъчно висок. В такъв случай по-обоснована е инвестицията в трудовата сила на местния пазар. Още повече, че броят на студентите, завършващи компютърни специалности, все повече се увеличава. Той все още не е достатъчно висок, за да покрие изцяло нуждите на работодателите, но има известен напредък в тази посока.“

Наемането на стажанти на постоянен договор и привличането на чужди специалисти са взаимодопълващи се канали за привличане на хора в Мусала Софт. „Привличането на външни, вече добре изградили се специалисти като цяло е оправдано за позиции, където наличието на опита е критично и този опит е необходимо да бъде „доставен“ максимално бързо. Когато става дума за специалисти от Западна Европа и САЩ, които обикновено идват и със съответните предефинирани високи разходи, подобен ход обикновено е оправдан за специализирана експертиза от високо ниво, познаване на определена национална култура и т.н. За по-ниските нива винаги търсим хора, които да имат потенциала бързо да се развият хоризонтално или вертикално и там ограниченията за служители от други държави са по-скоро географски и административни.“

За българските фирми, които работят за български клиенти, е оправдана по-скоро инвестицията в български студенти. Те, според HR специалиста познават по-добре местната културна среда, по-адекватно могат да реагират на пазарната ситуация, отколкото един чужденец или българин, получил образованието си в чужбина.

Статията е публикувана със съкращения

Източник: computerworld.bg

