

Konsultacje

Jak efektywnie zorganizować staż?



Kontekst

Nadchodzące zmiany na rynku pracy, spadek bezrobocia i zmniejszająca się podaż pracowników oraz postęp technologiczny wymagający nowych kompetencji i umiejętności sprawiają, że dobre staże i są kluczowe dla pozyskania talentów, rekrutacji pracowników, a przede wszystkim dla strategicznego funkcjonowania firm. Dla osób kończących studia i wchodzących na rynek staże mogą jawić się jako bezwzględna konieczność albo po prostu cenne doświadczeniem w karierze zawodowej. Dla uczelni i Biur Karier staże są obszarem współpracy i budowania relacji nauka – biznes. Niezależnie jednak od tego czy rozważamy kwestie koncentrując się na perspektywie pracodawców, pracowników, czy edukacji staż i jest kluczowym elementem decydującym o skutecznym wejściu na rynek pracy i rozwoju zawodowym studentów.

Zgodnie z definicją staż przygotowuje do wykonywania konkretnych obowiązków związanych z określonym stanowiskiem pracy. Może trwać maksymalnie 12 miesięcy i jest bardziej sformalizowany, zazwyczaj płatny. Należy pamiętać o tym, czym różni się staż od praktyki na otwartym rynku pracy. Praktyka zazwyczaj nie jest związana z przygotowaniem do wykonywania konkretnych czynności, ma zdecydowanie bardziej elastyczny – czasowo i zawodowo – charakter. Może trwać do 3 miesięcy i zazwyczaj bezpłatna, gdyż jej specyfika polega na zaznajomieniu praktykanta z firmą i branżą. Często praktyki związane są z mniejszą ilością czasu spędzanego w pracy, w wybrane dni tygodnia. Staż jest więc przygotowaniem do wykonywania konkretnych czynności związanych ze stanowiskiem pracy. Dlatego niezwykle ważny jest aspekt praktyczny, który ma być podstawą do zatrudnienia w firmie realizującej staż albo w branży, na podobnym stanowisku.

Idealne staże podwyższają szanse znalezienia pracy u danego pracodawcy, zwiększają umiejętności doceniane przez innych pracodawców, są interesujące i motywujące uczestników oraz są wynagradzane, a co najważniejsze mają zaplanowany i realizowany we współpracy z opiekunem stażu walor praktyczny. Wokół staży narosło wiele stereotypów. Słabymi stronami staży są niewątpliwie: brak gwarancji zatrudnienia po ich zakończeniu, czy niższe wynagrodzenie. Aby odpowiedzieć na pytanie: *Czy staż mogą być przepustką do kariery zawodowej*, trzeba znaleźć odpowiedź na pytania: jakie są dostępne inne metody pozyskiwania doświadczenia zawodowego niż staże, jakie warunki powinny spełniać staże dobrej jakości, jaka jest rola uczelni, jaka – partnerów społecznych i jaka – młodych i organizacji studenckich.

Należy jednak pamiętać, że przygotowanie efektywnych programów staży jest zadaniem, do którego należy dobrze się przygotować. I jest to znacznie łatwiejsze, jeśli bazuje się na wymianie doświadczeń. Oprócz dużych firm na rynku istnieją małe firmy, dla których przygotowanie staży odpowiadającym najwyższym standardom jest wyzwaniem. Dlatego kluczowe jest elastyczne podejście do staży polegające na dostosowaniu do warunków i specyfiki funkcjonowania przedsiębiorstwa i branży. Dla młodych ludzi, staże są narzędziem, dzięki któremu mogą jeszcze w trakcie edukacji zrewidować swoje plany rozwoju zawodowego. Niestety zdarzają się sytuacje, w których młodzi rezygnują na początku stażu, uważając, że „to nie jest to, co chcą robić w życiu”. Dlatego pracodawcy powinni pamiętać, że staż ma pełnić także rolę – sprawdzenia „czy to jest to, co chcę robić” i podjęcia decyzji czy „mam się męczyć przez resztę życia w zawodzie, który mnie nie interesuje”. Dobry staż powinien odpowiadać właśnie na takie pytania.

Staż to także potężna lekcja, którą muszą odrobić przedsiębiorcy. Praktyka i to, co się dzieje realnie w firmach często wyprzedza wiedzę. Dlatego nieunikniona jest współpraca wyższych uczelni z pracodawcami i obustronny przepływ informacji. Rolą uczelni i systemu edukacji jest kształtowanie wartości związanych z pracą, takich jak zaangażowanie, odpowiedzialność czy pracowitość. Często, z uwagi na koszty, małe firmy nie są zainteresowane organizowaniem praktyk. Są też branże, które nie mogą funkcjonować bez staży, np. pielęgniarstwo i położnictwo. Staże tej grupy zawodowej pokazały, że jest ona dobrze przygotowana do wejścia na rynek pracy nie tylko pod względem edukacyjnym, ale także organizacyjnym. Dlatego doprowadzenie do ramowego stworzenia podstaw staży dla wielu grup zawodowych byłoby szansą powstrzymania migracji w tych zawodach.

Poszukując odpowiedzi na to jak przygotować się do przyjęcia młodej osoby w firmie dyskusji poddaliśmy kwestie staży, odsuwając temat praktyk, których celem jest pokazanie firmy, koncentrując się na przygotowaniu do pracy na konkretnym stanowisku lub w dziale.

Jak stworzyć dobry program stażowy

Przygotowanie

1. Zanim zdecydujemy się na przyjęcie stażystów, należy uświadomić menedżerom, którzy przyjmują osoby na staż, że wiąże się to z nakładem pracy i czasu zarówno ze strony pracowników działu, do którego zostanie przyjęty stażysta, jak i działu HR oraz zarządzających działem (ich samych).
2. Należy jasno określić, co firma może zaoferować stażystom, czy może pozwolić sobie tylko na programy projektowe (cel rekrutacyjny) czy może zaoferować także programy, które mają przygotować stażystę do objęcia stanowiska menedżerskiego po odbyciu takiego stażu (najczęściej trwają one 2 lata).
3. Dobrze jest wyznaczyć opiekunów stażu - najlepiej dwóch,:
 - a. jeden opiekun organizacyjny, zwykle z działu HR (stała osoba w firmie, opiekująca się wszystkimi stażystami niezależnie od działu, do którego trafiają),
 - b. drugi przydzielony na czas stażu w zależności od obszaru merytorycznego,
 - c. opiekunowie nie mogą być niżej niż w randze specjalisty i warto, aby były to osoby, które pracują trochę dłużej w firmie i dobrze ją znają.
4. Należy zbadać strategiczne potrzeby firmy, tak aby uniknąć sytuacji, w której nie ma wystarczającej ilości zadań dla stażysty. Na początku wystarczy określić dział a firmie, gdzie będą istniały takie zadania lub wiemy, że w dłuższym okresie będzie odczuwalny brak pracowników (cel rekrutacyjny). Po przyjęciu stażysty możemy elastycznie kierować go do bardziej szczegółowych stanowisk i ról w zależności od jego predyspozycji i potrzeb kadrowych.
5. Przygotować miejsca pracy wraz z dostępem do wszystkich potrzebnych narzędzi takich jak mail czy dostęp do wewnętrznych systemów firmy. Jest to szczególnie ważne przy projektowaniu stanowisk stażowych, ponieważ musimy wiedzieć jakie zadania będą możliwe do wykonania lub jakie oświadczenia/zgody będą potrzebne.
6. Stworzyć listę kompetencji bazowych, które stażysta bezwarunkowo musi posiadać, aby efektywnie odbyć staż i aby uniknąć ewentualnych kosztów związanych z niewłaściwą rekrutacją.
7. Rekrutując musimy pamiętać, że kandydat przede wszystkim musi odnajdywać się w kulturze organizacyjnej firmy, a w dalszej kolejności posiadać odpowiednie kompetencje (bazowe). Nie jest możliwe, aby kandydat dopasował się do kultury organizacyjnej, a pewne braki kompetencyjne jesteśmy w stanie uzupełnić.
8. Określić kanały, jakimi będziemy pozyskiwać kandydatów (ogłoszenia online, targi, kontakt przez biura karier, inne) oraz jak będzie wyglądała sama selekcja kandydatów na stanowisko.
9. Zorientować się, do kogo wewnątrz firmy – do jakich działów możemy zwrócić się o pomoc przy działaniach związanych z employer brandingiem i marketingiem ofert stażowych.

Realizacja

1. Wyznaczenie i zakomunikowanie stażystę zadań - najlepiej drobniejsze wycinki innych projektów tak, aby stażysta miał odpowiedzialność za swoje zadania i widział efekty swojej pracy.
2. Jasny komunikat czego oczekujemy – efekty i postawy.
3. Przedstawienie stażysty pozostałym pracownikom – ważne jest by inne osoby wiedziały kto to jest.
4. Raportowanie i rozliczanie z zadań, jakie ma cele podczas stażu.
5. Informacja zwrotna dawany często (częściej niż z pracownikiem) aby na bieżąco korygować działania.

Zakończenie

1. Podsumowanie stażu przez menedżera może także być uzupełnione certyfikatem, czy świadectwem zdobytych kompetencji.
2. Rozmowa ze stażystą o odbytym stażu i jego ocena.
3. Rozmowa o dalszych planach rozwoju zawodowego. Nawet jeśli nie ma perspektywy zatrudnienia można rekomendować stażystę partnerom.
4. Przeprowadzenie anonimowych ankiet po stażu wśród pracowników by dowiedzieć się co poprawić przy kolejnych stażach i co sądzą o stażyście.
5. Kontakt z Biurem Karier z uczelni z której pochodzi stażysta z informacją zwrotną i współpracą przy monitoringu losów absolwentów.

Czego można oczekiwać od stażysty?

1. Zaangażowania i motywacji do pracy.
2. Otwartości na naukę.
3. Chęci dzielenia się wiedzą z pozostałymi pracownikami.
4. Świeżego spojrzenia na firmę i procesy.
5. Elastyczności i chęci dostosowania się do procedur i kultury organizacyjnej w firmie.
6. Umiejętności twardej związanych z kierunkiem studiów i zainteresowaniami.

Jakie korzyści ze stażu trzeba komunikować stażyście?

1. Doświadczenie + wiedza.
2. Sprawdzenie preferencji zawodowych.
3. Naukę organizacji pracy i miejsca pracy oraz poznanie różnych środowisk i kultur pracy.
4. Możliwość weryfikacji teorii i wiedzy zdobytej na uczelni z praktyką biznesową.
5. Doświadczenie w pracy na żywym organizmie.
6. Budowanie sieci kontaktów zawodowych.
7. Naukę samodzielności i odpowiedzialności.
8. Wynagrodzenie i
9. Możliwość zdobycia zatrudnienia.
10. Informację zwrotną po odbytym stażu i ewentualne rekomendacje.

Czego stażyści powinni oczekiwać od pracodawców?

1. Opiekuna praktyk, do którego można zgłosić się pytaniami, problemami i prośbą o pomoc.
2. Zlecenia konkretnych zadań i wsparcia w ich realizacji.
3. Przygotowania stanowiska pracy.
4. Szkoleń i warsztatów podnoszących kompetencje.
5. Przekazania wiedzy i umiejętności potrzebnych do realizacji procesów biznesowych w firmie i branży.
6. Coachingu i wsparcia trenerskiego w obszarze rozwoju zawodowego.
7. Referencji, rekomendacji, zaświadczeń lub certyfikatów potwierdzających nabyte i posiadane umiejętności.
8. Elastyczności i otwartości na świeże spojrzenie na funkcjonowanie firmy.
9. Informacji zwrotnej o przebiegu stażu.

Jakie korzyści mają pracodawcy ze stażu?

1. Pozyskanie nowych lojalnych pracowników.
2. Odświeżenie spojrzenia na problemy i procesy zachodzące w firmie.
3. Kształcenie specjalistów dla rynku pracy.
4. Uzupelnienie tymczasowych braków kadrowych i pozyskanie talentów.
5. Stażysta jako element employer branding.
6. Budowanie różnorodności w firmie.

Rekomendacje dla Biur Karier

1. Zbieranie i przekazywanie firmom informacji zwrotnej po odbytych stażach (baza wiedzy).
2. Określenie grupy docelowej i wsparcie pracodawców w dotarciu (kogo oferta może zainteresować).
3. Konsultacja oczekiwań wobec studentów i urealnienie zadań realizowanych w trakcie stażu.
4. Dotacje do potencjalnych kandydatów.
5. Wsparcie w komunikacji ze studentem - pośredniczenie w komunikacji student – biuro karier – firma.
6. Promowanie ofert stażowych i pracodawców realizujących dobrej jakości staże.
7. Doradztwo w dopasowaniu ofert do oczekiwań studenta.
8. Wsparcie przy organizacji obowiązkowych praktyk.
9. Zbieranie informacji zwrotnej z firm dotyczących ewentualnego zatrudnienia.

Rekomendacje dla Sojuszu

1. Manual przygotowania dobrego programu stażowego.
2. Moderowanie dialogu między pracodawcami a uczelniami oraz partnerami społecznymi.
3. Kontaktowanie pracodawców i pracowników biur karier i pomoc w efektywnym wprowadzaniu młodych na rynek pracy
4. Opracowanie kodeksu dobrej jakości staży i praktyk, który zostanie przyjęty i podpisane przez pracodawców.