



# **Структура и элементы проекта «Стажировка иностранных менеджеров в России»**

Евгения Газизова  
Дарья Зуева  
ФГУ «ФРЦ»

**25 февраля 2011 г.**



# Цели и задачи стажировок

**Цель:** развитие экономического партнерства между российскими и иностранными компаниями.

**Через:**

- ✓ Открытие новых регионов
- ✓ Снятие межкультурных барьеров
- ✓ Установление контактов
- ✓ Разработку и реализацию совместных проектов
- ✓ Трансферт на российские предприятия современных технологий
- ✓ Привлечение инвестиций в российские предприятия



# Организация приема иностранных менеджеров

Этапы работ:

1. Выбор регионов для организации стажировок
2. Отбор иностранных специалистов
3. Разработка программы стажировки
4. Участие в конкурсе по организации стажировки  
иностраных менеджеров
5. Постпрограммная работа и оценка эффективности



# Выбор регионов для проведения стажировок

Страна	2008	2009	2010	итог
Германия	38	38	45	121
Норвегия	-	11	15	26
Франция	-	12	12	24
Финляндия	-	14	11	25
Итого	38	75	83	196

**Новые участники в 2011 г.:** США, Нидерланды, Япония

Предоставление информации о стажировке



- Презентация региона
- Проект программы стажировки
- Предложения по предприятиям, принимающим на стажировку



Выбор мест стажировки



# Вопросы партнеров при выборе регионов

1. Какие сферы деятельности приоритетны для региона
2. В чем особенность региона
3. Какие города можно посетить в регионе, в чем их специфика
4. Логистика стажировки (переезды между городами и регионами, наличие прямых рейсов из страны партнера в регион стажировки)
5. Успешный опыт предыдущих стажеров



# Отбор иностранных специалистов

1.  
Информирование о  
программе  
стажировки

- Информирование иностранных менеджеров о возможности стажировки в регионе
- Презентация региона

2. Анализ анкет

- Корректировка программы стажировки в соответствии с предварительным составом участников

3. Собеседование

- Представление региона и программы стажировки потенциальным участникам
- Согласование индивидуальных задач на стажировку (примерный план индивидуальных посещений)

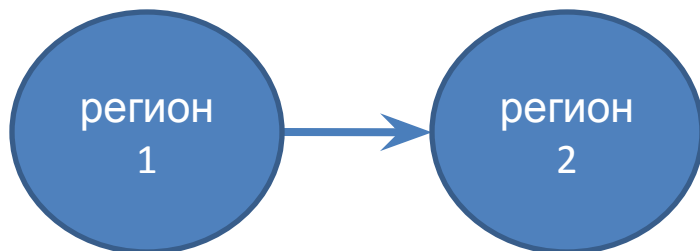
4. Разработка  
итоговой  
программы  
стажировки

- Согласование индивидуальных планов посещений предприятий (Skype, e-mail)
- Предоставление итоговой программы стажировки за 3 недели до начала стажировки



# Структура программы стажировок

1.



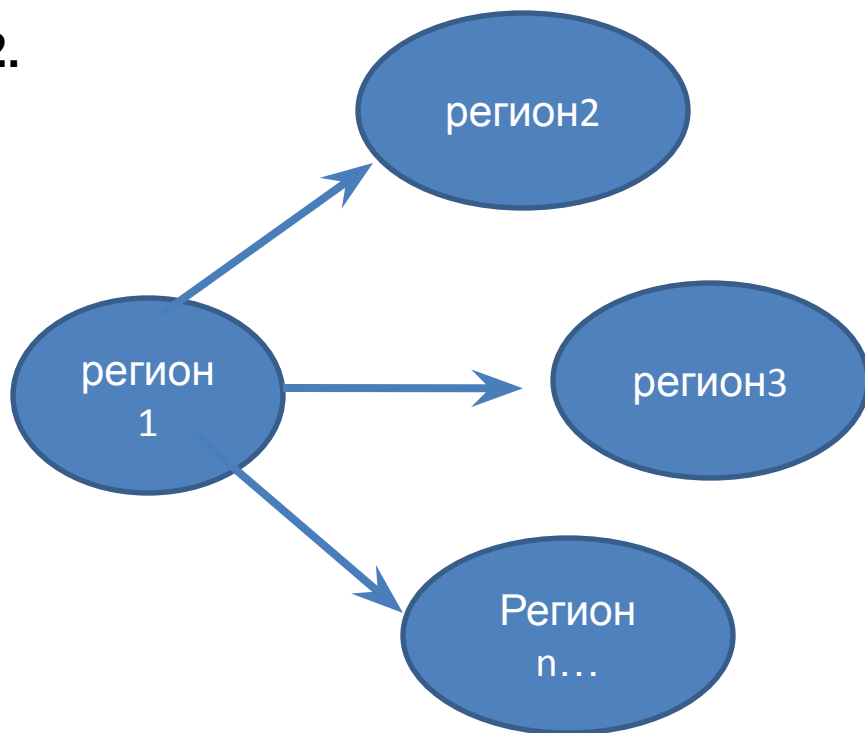
Каждая программа стажировки состоит из посещения минимум 2 регионов

Продолжительность стажировки – 14 дней

Совместные программы стажировок для групп из различных стран-партнеров

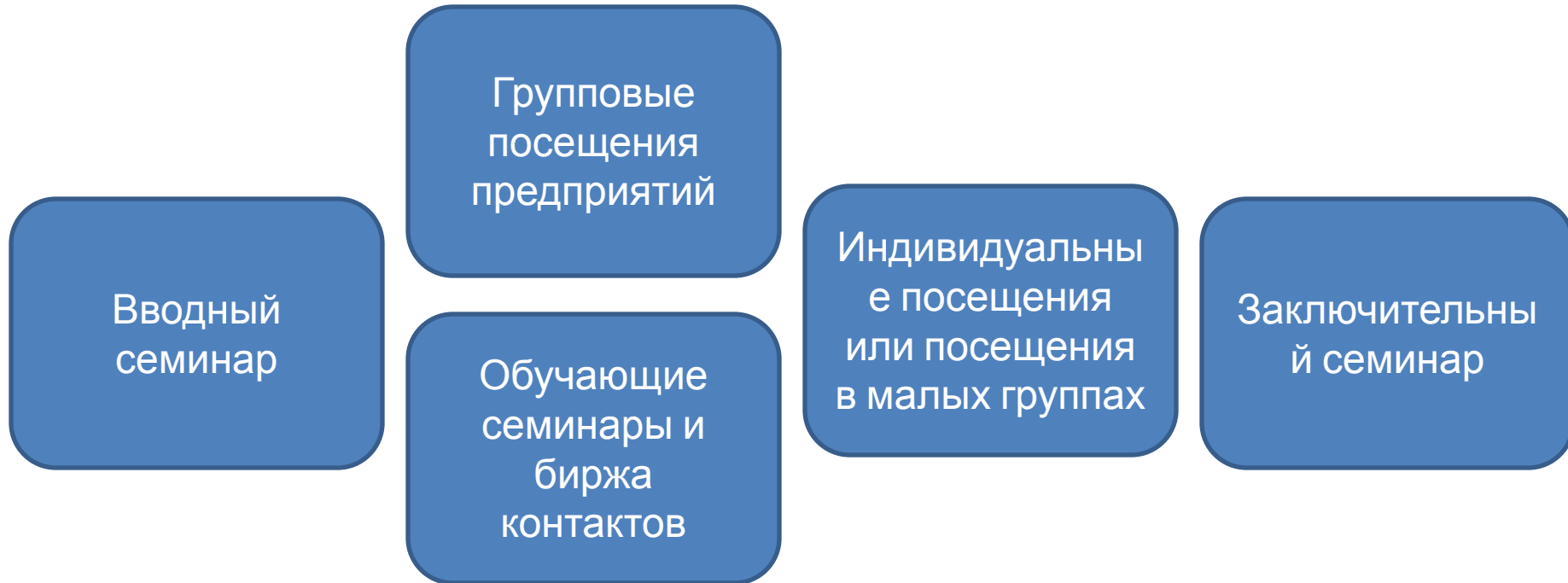
Группы состоят из специалистов из различных сфер деятельности

2.





# Структура программы стажировок







# Темы обучающих семинаров

- ✓ Таможенное законодательство. Последние изменения и практика применения.
- ✓ Государственные программы и национальные проекты, возможности участия иностранных компаний: примеры региона
- ✓ Регистрация и открытие иностранного представительства в России, возможности региона.
- ✓ Различия между российским и международным законодательством в области ведения бизнеса
- ✓ Особенности лицензирования и сертификации продукции и услуг иностранных компаний в РФ
- ✓ Примеры успешного бизнеса иностранных компаний в регионе



# **Результаты и методология оценки стажировки немецких менеджеров в России**



# Оценка стажировки: инструментарий

## Входное анкетирование



Анкеты заполняют в **первый-второй день** в специально выделенное время.

Вопросы содержат:

1. Цели на стажировку
2. Характеристики компании
3. Профессиональные и социально-демографические характеристики



Стажировка

## Выходное анкетирование



Анкеты заполняют в **последний день, после полного прохождения программы**, в специально выделенное время.

Вопросы содержат:

1. Оценка образовательной части
2. Оценка практической части; оценка посещенных компаний
3. Оценка организации стажировки
4. Бизнес-результаты
5. Пожелания



Отъезд

## Follow up



Результаты стажировки, измеряемые **через 6 месяцев и позднее**. Опрос приурочен к проведению Follow up семинара.

## Информация о контрактах



**Результативность и целесообразность** бизнес-стажировки измеряется реально заключенными контрактами и соглашениями.

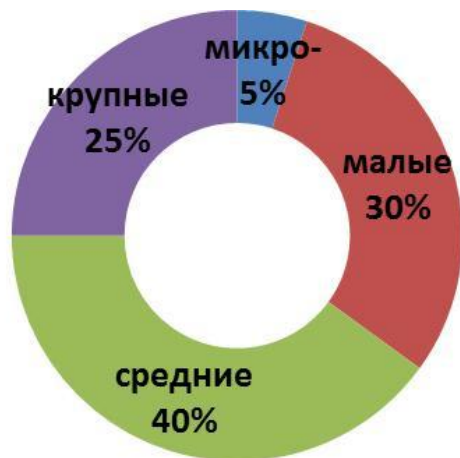
Поскольку данные об участниках стажировки и их повторных визитах аккумулируются, в основном, у принимающих регионов, мы просим их периодически освежать информацию о социально-экономических достижениях стажеров.



# Характеристики участников

Участники – в основном, сотрудники малых и средних предприятий. 25% – представители крупных предприятий.

37% - владельцы или совладельцы предприятия



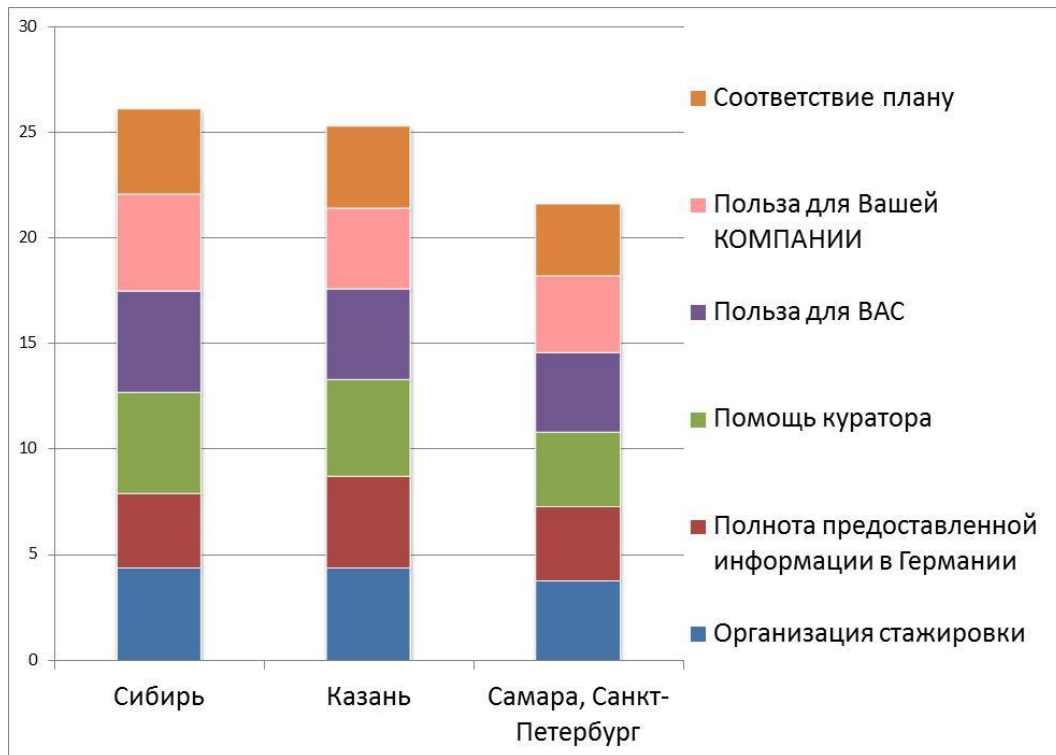
Наиболее популярные **цели на стажировку:**

- Предоставление услуг компаниям РФ
- Продажа товаров компаниям РФ
- Использование услуг, предоставляемых компаниями РФ
- Анализ рынка, знакомство с деловой и социальной культурой
- Усовершенствовать коммуникационные навыки (умение работать с людьми, налаживать с ними контакт, управлять их деятельностью)

Большинство участников – мужчины в возрасте до 45 лет.



# Оценка стажировки: общие результаты



## Длительность стажировки (2 недели)

Для 83% участников оптимальна,

Для 17% - недостаточна.

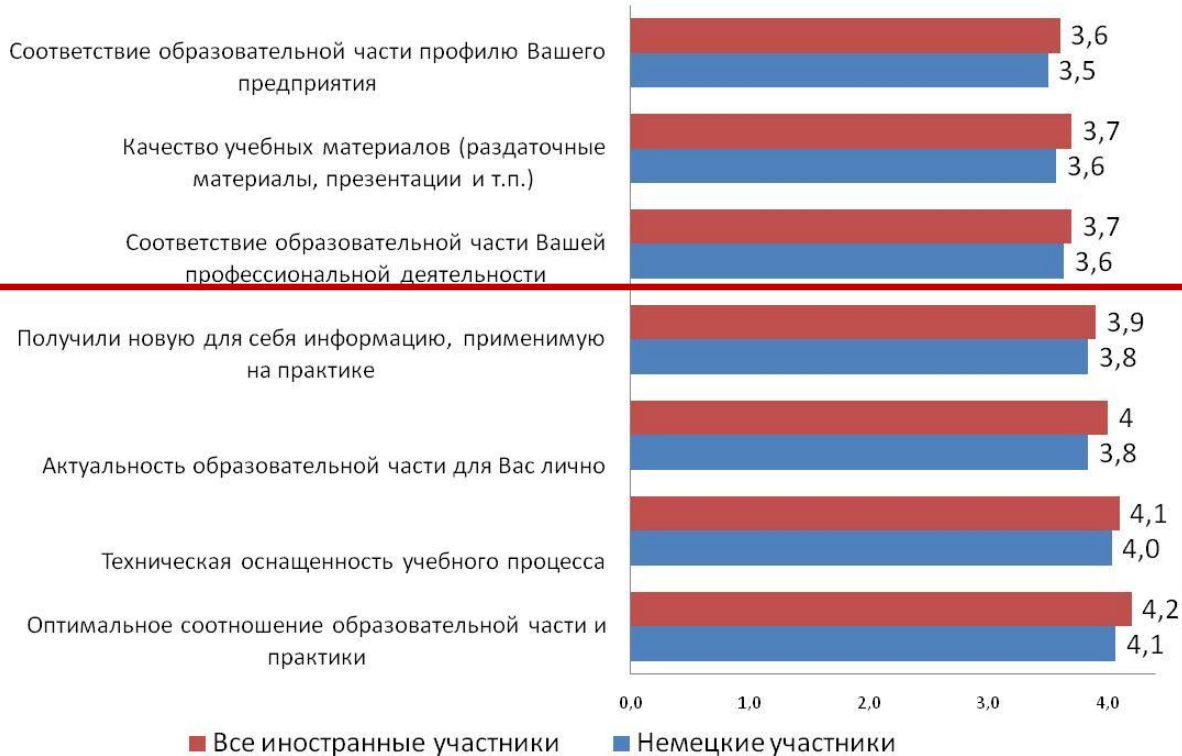
**Сибирь:** высокая эффективность для немецких менеджеров и их компаний

**Казань:** качественная организация, в том числе на предварительном этапе

**Самара, Санкт-Петербург:** неудачный подбор предприятий для индивидуальных посещений



# Акценты в образовательной части



Образовательная часть стажировки оценена всеми группами немецких участников **примерно одинаково.**

Сравним их оценки с оценками групп из других стран.

## Продолжительность образовательной части

**Сибирь:** 1 день. Для 90% оптимальна, для 10% - избыточна.

**Казань:** около 2,5 дней. 50% - оптимальна, 17% - недостаточна, 33% - избыточна.

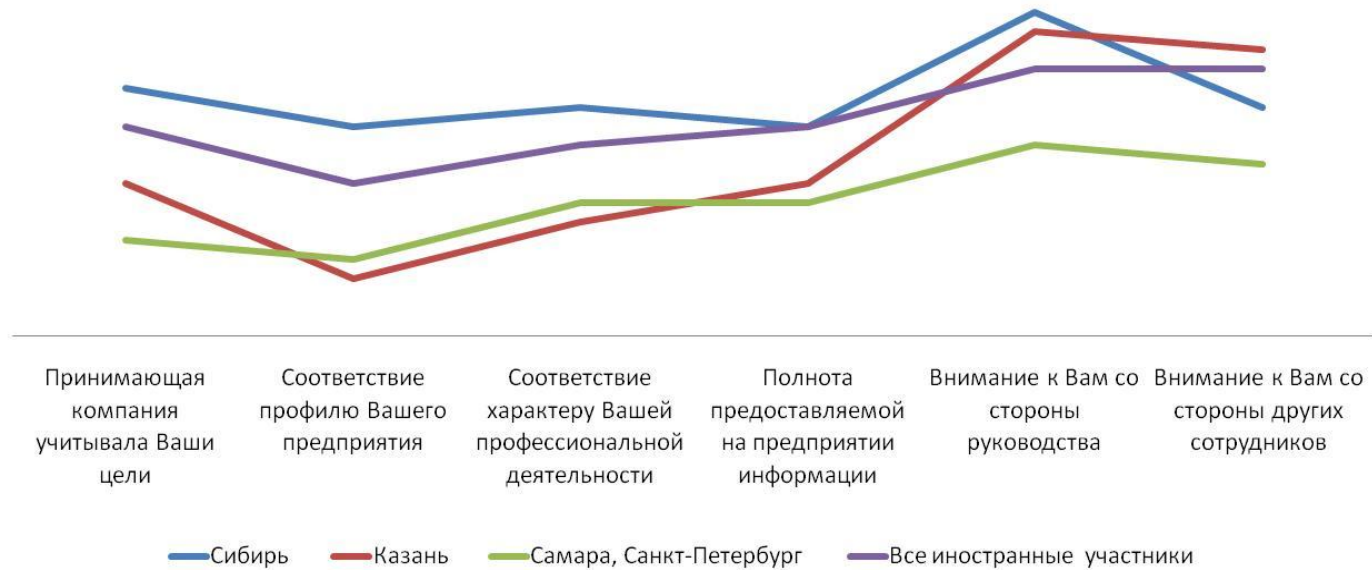
**Самара:** 4 дня. Для 100% участников - оптимальна.



# Акценты в практической части

Оценки бизнес-визитов сильно различаются для всех групп

Ни для одной немецкой группы часть бизнес-визитов не показалась слишком длинной. **53% сочли продолжительность практической части недостаточной.**



**Сибирь:** наиболее качественный подбор предприятий

**Казань:** предприятия не всегда подобраны удачно, но их представители проявили большую внимательность к стажерам



# Результаты посещения компаний и пожелания

	Запланирован о	Подписан контракт/соглашен ие
Предоставление услуг российским организациям	52%	-
Совместный проект	40%	8%
Продажа товаров в России	38%	-
Закупки в России	32%	17%
Соглашения о дистрибуции товаров компании в России	32%	17%
Использование услуг российских организаций	29%	-
Продажа товаров других немецких организаций в России	28%	17%
Совместное предприятие	24%	8%

В соответствии с наиболее популярным намерением, заявленным перед стажировкой

## Основные рекомендации участников.

1. Более детальное знакомство с ними до начала стажировки – с целью проработки программы
2. Увеличить компоненту индивидуальных посещений
3. Формировать образовательную часть в соответствии с пожеланиями участников, собранными до их приезда.
4. Поддержка установленных контактов

→ Через региональные комиссии (ресурсные центры), ассоциации выпускников