



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Prezentacja projektu:

„Lubuskie Kadry Motorem Rozwoju Eksportu”



Projektodawca: Advance Ewelina Podziomek

Priorytet VIII Regionalne kadry gospodarki,

Działanie 8.1 Rozwój pracowników i przedsiębiorstw w regionie

Poddziałanie 8.1.1 Wspieranie rozwoju kwalifikacji zawodowych i doradztwo dla przedsiębiorstw

Nr umowy: UDA-POKL.08.01.01-08-237/08-00

Okres realizacji: 01.08.2009-31.03.2010

CELE PROJEKTU

Jak pokazały wyniki badań i analiz, przeprowadzonych na potrzeby opracowania Strategii Rozwoju woj. lubuskiego, drogie oferty edukacyjne i szkoleniowe w zakresie wprowadzania i rozwijania współpracy międzynarodowej stanowią ogromną barierę w rozwoju przedsiębiorstw regionu. Słabe kapitałowo i instytucjonalnie przedsiębiorstwa sektora MMiSP ponoszą coraz niższe nakłady na szkolenia i edukację pracowników w obszarze działalności w środowisku międzynarodowym, zmniejszając tym samym jeszcze bardziej swoją pozycję konkurencyjną w skali lokalnej jak i globalnej.

W obliczu przeanalizowanych uwarunkowań rynkowych, za cel główny zrealizowanego projektu obrano **rozwój zdolności adaptacyjnych przedsiębiorców i pracowników mikro, małych i średnich przedsiębiorstw z terenu woj. lubuskiego do podejmowania i rozwijania działalności w środowisku międzynarodowym.**

Cele szczegółowe projektu objęły:

1. Podniesienie wiedzy o funkcjonowaniu środowiska biznesu międzynarodowego przez uczestników szkoleń,
2. Podniesienie umiejętności uczestników szkoleń posługiwania się fachową terminologią eksportową,
3. Zmniejszenie obaw uczestników szkoleń podejmowania współpracy zagranicznej,
4. Zwiększenie zdolności komunikacyjnych uczestników szkoleń

Założone przez projektodawcę cele uzasadniała również zgodność z założeniami Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, Strategią Rozwoju Regionalnego i celami służącymi realizacji polityki spójności Unii Europejskiej.

GRUPA DOCELOWA

Do grupy docelowej projektu zaliczono **przedsiębiorców i pracowników mikro, małych i średnich przedsiębiorstw z woj. lubuskiego**, pragnących zdobyć lub poszerzyć swoje kwalifikacje w obszarze biznesu międzynarodowego. Projektodawca nie wprowadził żadnych ograniczeń dotyczących wieku, płci, wykształcenia, miejsca zamieszkania czy też niepełnosprawności uczestników projektu. W szkoleniach brali udział zarówno członkowie zarządu przedsiębiorstw, managerowie średniego i

wyższego szczebla jak i pracownicy pierwszej linii. Wśród uczestników szkoleń znaleźli się mieszkańcy miast i wsi o zróżnicowanym statusie zawodowym i społecznym.

DZIAŁANIA

Do kluczowych działań podczas realizacji projektu zaliczono: **szkolenia, promocję oraz rekrutację**. Działania promocyjne oraz rekrutacyjne prowadzone były od pierwszego miesiąca realizacji projektu i równoległe z realizacją kolejnych szkoleń. Towarzyszył im również bieżący monitoring i ewaluacja, których celem była weryfikacja skuteczności pozostałych działań i stopienia realizacji założonych celów. Przeprowadzona, przy wykorzystaniu m.in. mediów lokalnych i krajowych, kampania promocyjna zapewniła równy dostęp do projektu pracodawcom i pracownikom określonych jako grupa docelowa.

Projekt objął **realizację 11 szkoleń tematycznych** podzielonych na trzy komponenty.

Komponent I "**Przygotowanie do eksportu**" objął szkolenia przeznaczone w szczególności dla pracodawców i pracowników chcących zdobyć praktyczną wiedzę z zakresu przygotowania do szeroko pojętej działalności eksportowej.

Komponent I objął szkolenia z następujących bloków tematycznych:

1. Organizacja działu eksportu- 20.10.2009
2. Badania, wybór rynków i strategii eksportowych-30.10.2009
3. Przygotowanie produktu i oferty eksportowej-06.11.2009
4. Transakcje eksportowe-20.11.2009

Na kolejnych szkoleniach komponentu ich uczestnicy mieli możliwość poszerzyć swoją wiedzę i rozwinąć umiejętności związane m.in. z:

- ▶ zasadami organizacji działu eksportu i jego strukturą,
- ▶ formami organizacji działów handlu zagranicznego,
- ▶ funkcjami handlowymi i marketingowymi działu eksportu,
- ▶ udziałem sprzedaży eksportowej w przychodach firmy,
- ▶ kryteriami doboru kadry działu eksportu,
- ▶ systemami kompetencji i zarządzania działem eksportu,
- ▶ metodami badania rynków zagranicznych,
- ▶ ustaleniem źródeł i zdobywaniem niezbędnych informacji,

- ▶ określeniem celów działania na rynku zagranicznym,
- ▶ selekcją rynków eksportowych,
- ▶ wyborem właściwej formy eksportu,
- ▶ eksportem pośrednim poprzez konsorcja eksportowe lub dystrybutorów zagranicznych,
- ▶ eksportem bezpośrednim i formami jego prowadzenia,
- ▶ rodzajami i elementami oferty eksportowej,
- ▶ dostosowaniem produktu do potrzeb rynku eksportowego,
- ▶ opakowaniem jako elementem strategii produktu,
- ▶ kosztami adaptacji produktów i działań promocyjnych,
- ▶ kalkulacją ceny eksportowej produktu,
- ▶ oceną potencjalnego popytu na oferowane produkty,
- ▶ specyfiką transakcji eksportowej i jej poszczególnych etapów,
- ▶ rodzajami transakcji eksportowych i dokumentami w obrocie międzynarodowym,
- ▶ ryzykiem handlowym podczas przygotowania i realizacji transakcji handlu zagranicznego,
- ▶ technikami zabezpieczania się przed ryzykiem w procesie transakcji eksportowej,
- ▶ zasadami przygotowania umów handlowych dla transakcji eksportowych,
- ▶ zawieraniem bezpiecznych i korzystnych kontraktów eksportowych,
- ▶ formułami Incoterms określającymi obowiązki i koszty ponoszone przez sprzedającego i kupującego.

Komponent II "**Rozwój eksportu**" objął szkolenia przeznaczone w szczególności dla pracodawców i pracowników posiadających wcześniejsze doświadczenie w zakresie działalności międzynarodowej i chcących poszerzyć swoją wiedzę w tym obszarze.

Komponent II objął szkolenia z następujących bloków tematycznych:

1. Marketing i promocja produktu- 27.11.2009
2. Negocjacje handlowe w eksporcie- 04.12.2009
3. Marketing wystawienniczy-11.12.2009
4. Psychologia klienta eksportowego-18.12.2009

Na kolejnych szkoleniach komponentu ich uczestnicy mieli możliwość poszerzyć swoją wiedzę i rozwinąć umiejętności związane m.in. z:

- ▶ strategią produktu na rynkach zagranicznych,
- ▶ międzynarodową adaptacją/standaryzacją cech produktu,
- ▶ kształtowaniem marki produktu w marketingu międzynarodowym,
- ▶ międzynarodowym cykl życia produktu,

- ▶ czynnikami kulturowymi i promocją międzynarodową,
- ▶ zintegrowanym systemem komunikacji w marketingu międzynarodowym,
- ▶ poszukiwaniem i utrzymaniem kontrahenta,
- ▶ procesem negocjacji w handlu zagranicznym,
- ▶ strategiami i taktykami negocjacyjnymi,
- ▶ technikami negocjacji handlowych,
- ▶ określeniem celu uczestnictwa w targach,
- ▶ wyborem właściwej imprezy wystawienniczej,
- ▶ tworzeniem budżetu i zarządzaniem finansami,
- ▶ budową stoiska targowego,
- ▶ działaniami promocyjnymi przed rozpoczęciem targów,
- ▶ public relation w trakcie imprez wystawienniczych,
- ▶ efektywną prezentacją na stoisku i prowadzeniem rozmów z klientami,
- ▶ kontaktami z potencjalnymi klientami po zakończeniu targów,
- ▶ celami profesjonalnej obsługi Klienta eksportowego,
- ▶ psychologicznymi aspektami przygotowania oferty eksportowej,
- ▶ barierami komunikacyjnymi w eksporcie,
- ▶ nastawienia sprzedażowego w eksporcie,
- ▶ potrzebami klienta eksportowego,
- ▶ rolą marketingu szeptanego w eksporcie.

Komponent III "**Zarządzanie eksportem**" objął szkolenia przeznaczone w szczególności dla pracodawców i pracowników chcących zdobyć lub poszerzyć umiejętności związane z organizowaniem efektywnej i dynamicznej sprzedaży eksportowej.

Komponent III objął szkolenia z następujących bloków tematycznych:

1. Zarządzanie sprzedażą eksportową- 08.01.2010
2. Marketing na rynkach międzynarodowych-15.01.2010
3. Strategia eksportowa i przewaga konkurencyjna na rynkach zagranicznych-22.01.2010

Na kolejnych szkoleniach komponentu ich uczestnicy mieli możliwość poszerzyć swoją wiedzę i rozwinąć umiejętności związane m.in. z:

- ▶ opracowaniem strategii sprzedaży eksportowej,
- ▶ ustalaniem oferty produktów dla poszczególnych rynków zagranicznych,

- ▶ projektowaniem procesu sprzedaży,
- ▶ poprawą efektywności sprzedaży eksportowej,
- ▶ zarządzaniem kluczowymi klientami,
- ▶ zarządzaniem sprzedażą eksportową w obliczu zmian i niepewności rynkowej.
- ▶ międzynarodową orientacją przedsiębiorstw,
- ▶ standaryzacją i adaptacją w marketingu międzynarodowym,
- ▶ międzynarodowym otoczeniem przedsiębiorstw tworzących zespół uwarunkowań marketingu,
- ▶ kształtowaniem instrumentów marketingu mix na rynku międzynarodowym:
- ▶ przyczynami zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw,
- ▶ internacjonalizacją proaktywną i reaktywną,
- ▶ strategiami eksportowymi:
- ▶ strategią konkurencji na rynkach zagranicznych,
- ▶ podstawowymi założeniami koncepcji przewag konkurencyjnych na rynkach zagranicznych:
- ▶ łańcuchem wartości, przewagą kosztową, różnicowaniem i doborem konkurentów na rynkach zagranicznych.

Szkolenia ułożone były w taki sposób, aby umożliwić uczestnikom kontynuację nauki w ramach poszczególnych komponentów i zdobycie kompleksowych umiejętności niezbędnych do pracy w międzynarodowym środowisku.

Wszystkie 11 szkoleń odbyło się zgodnie z założonym harmonogramem, w centrum Zielonej Góry w Hotelu Ruben**** przy Alei Konstytucji 3 Maja 1A. Każde ze szkoleń trwało **8 godzin** szkoleniowych w godzinach od 9:00 do 17:00.

Szkolenia zrealizowano przy współpracy wysoko-wykwalfikowanej kadry trenerskiej posiadającej wieloletnie doświadczenie na stanowiskach managerskich w krajowych i międzynarodowych przedsiębiorstwach. Trenerzy prowadzący zostali wyselekcjonowani w ten sposób, żeby ich specjalizacja odpowiadała obszarom, które obejmowała tematyka konkretnego szkolenia.

Wielkość **grupy szkoleniowej** wyniosła średnio **10 osób**, dzięki czemu możliwe było dostosowanie realizowanej tematyki do indywidualnych potrzeb każdego uczestnika oraz aktywne uczestnictwo wszystkich obecnych w dyskusjach i ćwiczeniach praktycznych.

Każde ze szkoleń podzielone było na dwie części: **teoretyczną i warsztatową**, w przerwie których uczestnicy zostali zaproszeni na smaczny obiad i dwa poczęstunki kawowe.

Część pierwsza pozwoliła uczestnikom na poszerzenie ich wiedzy teoretycznej z danego tematu i poznanie najnowszych trendów rynkowych. Część druga - warsztatowa, pomogła natomiast w

uksztaltowaniu ich praktycznych umiejętności negocjacyjno-handlowych i umożliwiła pełne wykorzystanie wcześniej zdobytej wiedzy. Uczestnicy mieli okazję sprawdzić się w realnych sytuacjach handlowych, dzięki rozwiązywaniu case study i uczestnictwu w grach symulacyjnych.

Każdy z uczestników otrzymał **komplet materiałów szkoleniowych** obejmujących szczegółowe opracowanie realizowanych zajęć. Projektodawca zapewnił również wszelkie niezbędne pomoce biurowe i artykuły potrzebne do realizacji części praktycznej szkoleń.

Uczestnictwo w każdym ze szkoleń poświadczono wydaniem odrębnego **certyfikatu ukończenia szkolenia**, zawierającego szczegółowe informacje dotyczące kwalifikacji jakie zdobyły osoby biorące udział w warsztatach.

ZAŁOŻONE REZULTATY

Realizacji celu głównego oraz celów szczegółowych projektu posłużyć miały założone przez projektodawcę rezultaty:

- wydanie 110 certyfikatów ukończenia szkolenia (1)
- wydanie 110 kompletów materiałów szkoleniowych (2)
- zwiększenie wiedzy w zakresie biznesu międzynarodowego przez 86 uczestników szkoleń (3)
- podniesienie umiejętności posługiwania się fachową terminologią eksportową przez 84 uczestników szkoleń(4)
- nabycie nowych umiejętności eksportowych przez 85 uczestników szkoleń(5)
- zmniejszenie obaw przed podejmowaniem współpracy zagranicznej przez 85 uczestników(6)
- zwiększenie zdolności komunikacyjnych przez 88 uczestników(7)
- wymiana doświadczeń pomiędzy 90 uczestnikami(8)

Celem zbadania stopnia osiągnięcia założonych rezultatów, na każdym ze szkoleń przeprowadzone zostały testy kompetencyjne oraz anonimowe ankiety oceny szkolenia.

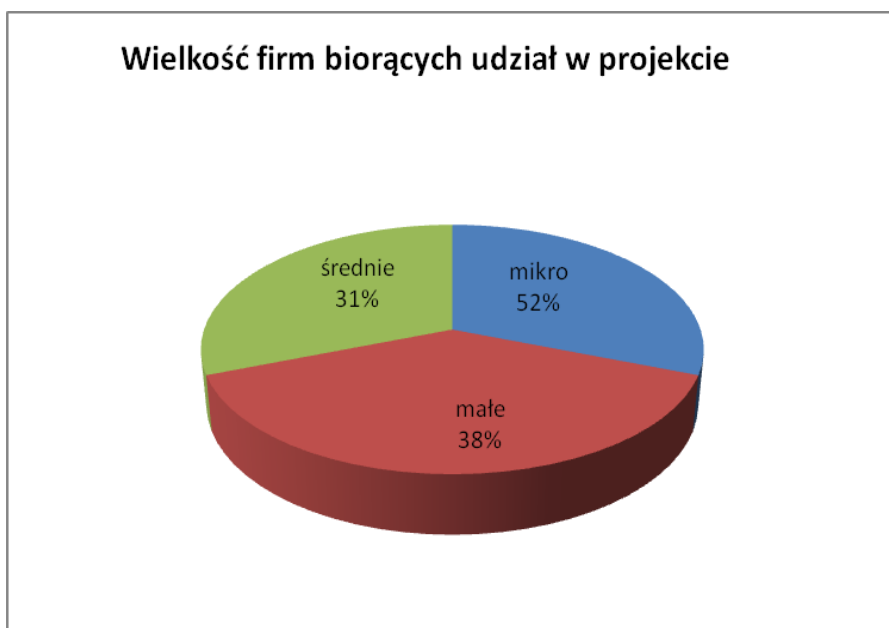
OSIĄGNIĘTE REZULTATY

Jak pokazały wyniki przeprowadzonych testów i ankiet, wszystkie założone w projekcie rezultaty zostały ostatecznie w pełni osiągnięte lub znacznie przekroczone:

- (1) Wydanie 110 certyfikatów ukończenia szkolenia – 100% uczestników ukończyło szkolenia i otrzymało certyfikat potwierdzający ich uczestnictwo.
- (2) Wydanie 110 kompletów materiałów szkoleniowych - 100% uczestników odebrało komplet materiałów szkoleniowych.
- (3) Zwiększenie wiedzy w zakresie biznesu międzynarodowego przez 86 uczestników szkoleń – rezultat osiągnięty na poziomie 101%
- (4) Podniesienie umiejętności posługiwania się fachową terminologią eksportową przez 84 uczestników szkoleń- rezultat osiągnięty na poziomie 108%
- (5) Nabycie nowych umiejętności eksportowych przez 85 uczestników szkoleń- rezultat osiągnięty na poziomie 109%
- (6) Zmniejszenie obaw przed podejmowaniem współpracy zagranicznej – rezultat osiągnięty na poziomie 104%
- (7) Zwiększenie zdolności komunikacyjnych – rezultat osiągnięty na poziomie 106%
- (8) Wymiana doświadczeń – rezultat osiągnięty na poziomie 122%

W szkoleniach, zgodnie z założeniami, udział wzięli przedstawiciele mikro, małych i średnich firm z województwa lubuskiego. Rozkład liczby firm danej wielkości, które skorzystały z dofinansowania w ramach projektu pokazuje poniższy diagram.

Wykres nr 1 Firmy biorące udział w szkoleniach organizowanych w ramach projektu



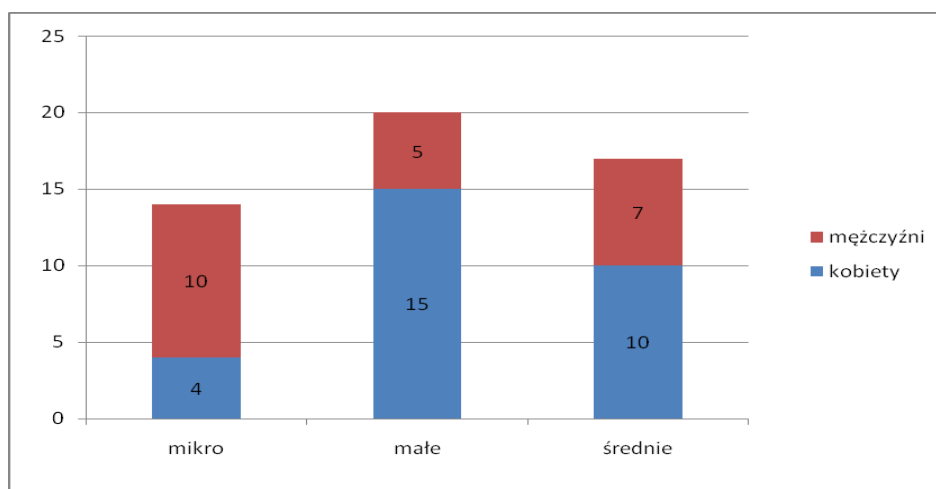
W 11 szkoleniach tematycznych ,przeprowadzonych w ramach projektu, udział wzięło **51** pracodawców i pracowników z **26** firm, reprezentujących następujące branże/dziedziny działalności/grupy produktowe:

- usługi ogrodnicze,
- hodowla gęsi,
- produkcja okien i drzwi z PCV,
- przemysł metalowy,
- rolno-spożywcza,
- huta szkła,
- mięso i wędliny,
- sprzedaż napojów,
- rolety i żaluzje,
- fabryka nici,
- kosmetyki
- figury ogrodowe,
- motoreduktory i przekładnie,
- dachówki,
- maszyny do przetwórstwa mięsnego,
- pokrycia dachowe,

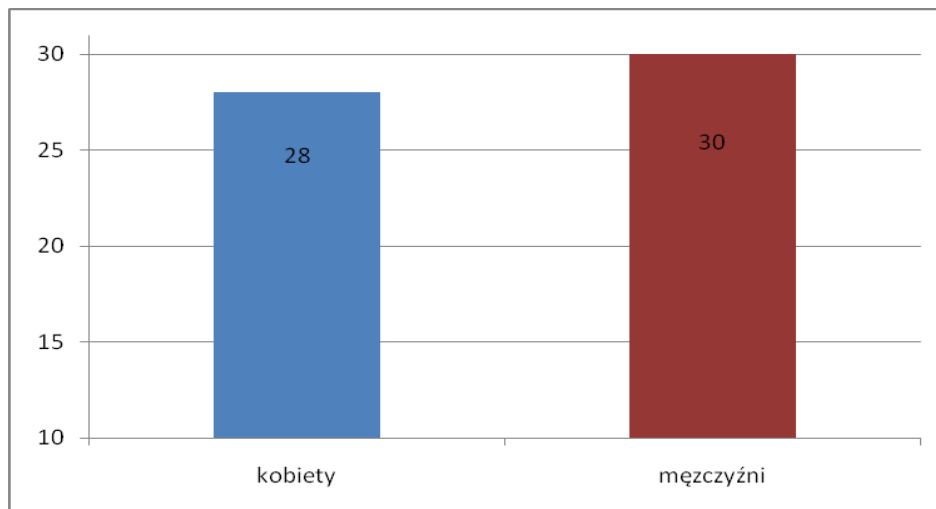
- części samochodowe,
- odzież,
- mleko w proszku,
- art. higieniczne,
- hydraulika,
- przetwórstwo warzyw,
- szkolenia zawodowe,
- opakowania foliowe.

Struktura uczestników szkoleń ze względu na płeć, wykształcenie czy też wielkość firmy którą reprezentowali, była bardzo zróżnicowana, co dowiodło realizacji założenia o równym dostępie uczestników do projektu. Poniżej przedstawiony został rozkład liczby osób reprezentujących wyodrębnione kategorie.

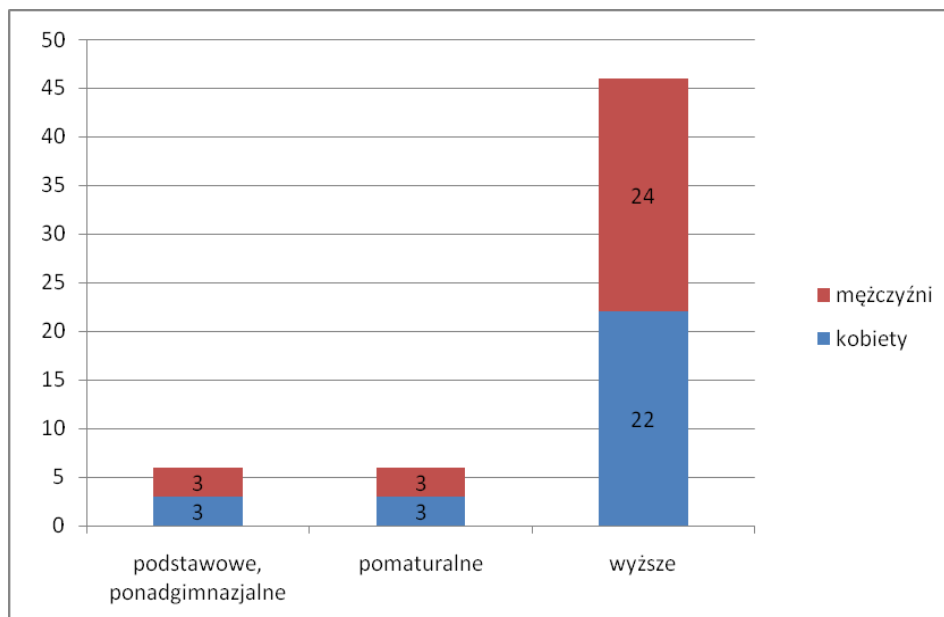
Wykres nr 2 Struktura uczestników według wielkości firm



Wykres nr 3 Struktura uczestników według płci



Wykres nr 4 Struktura uczestników według wykształcenia



OCENA DZIAŁAŃ PROJEKTODAWCY

Wyniki przeprowadzanych na każdym szkoleniu ankiet pokazują, że **pozytywnej oceny** działań projektodawcy dokonało **100% uczestników szkoleń**.

Poniżej zaprezentowano średnie oceny (w pięciostopniowej skali, w zaokrągleniu do 1 miejsca po przecinku) każdego z 8 kryteriów (pytań z ankiety) podczas realizacji 11 szkoleń tematycznych.

Pytania z ankiety oceny szkoleń dotyczyły:

1. Oceny przydatności przekazywanych na szkoleniach wiadomości.
2. Oceny przygotowania wykładowców do przeprowadzenia szkolenia.
3. Oceny sposobu prowadzenia szkolenia.
4. Oceny zastosowanych środków dydaktycznych.
5. Oceny jakości materiałów szkoleniowych.
6. Oceny przydatności materiałów szkoleniowych
7. Oceny warunków lokalowych.
8. Oceny warunków organizacyjnych.

Tabela nr 1. Wyniki ankiet oceny szkoleń

Wyniki ankiet oceny szkoleń												
Numer szkolenia Numer pytania	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	Średnia dla kryterium
1.	4,0	4,2	4,3	4,3	4,8	4,6	4,5	4,8	4,8	4,4	4,7	4,5
2.	4,5	5,0	4,6	4,4	5,0	4,9	4,7	4,9	5,0	4,6	4,9	4,8
3.	4,5	4,7	4,6	4,4	4,8	4,6	4,7	4,8	4,7	4,7	4,6	4,6
4.	4,3	4,2	4,4	4,1	4,2	4,4	4,2	4,5	4,3	4,4	4,4	4,3
5.	4,5	4,5	4,4	4,6	4,2	4,4	4,4	4,3	5,0	4,5	4,3	4,5
6.	4,3	4,2	4,3	4,3	4,6	4,4	4,4	4,3	4,8	4,5	4,3	4,4
7.	5,0	4,8	5,0	4,6	4,8	4,3	4,8	4,4	4,8	4,7	4,7	4,7
8.	4,8	4,7	4,7	4,6	5,0	4,6	4,9	4,6	4,8	4,6	4,9	4,8
Średnia dla szkolenia	4,5	4,5	4,5	4,4	4,7	4,5	4,6	4,6	4,8	4,5	4,6	4,6

Prowadzona w trakcie realizacji projektu ewaluacja działań wykazała, iż projektodawca w sposób **skuteczny i adekwatny** do założeń zrealizował wszystkie zakładane celu projektu. Przyczynił się tym samym do poprawy zdolności handlowych przedsiębiorców i pracowników mikro, małych i średnich przedsiębiorstw woj. Kujawsko-Pomorskiego, niezbędnych do zwiększania efektywności prowadzonej sprzedaży. Pozytywna ocena działań przez samych uczestników szkoleń dowiodła również **dostosowania założonych celów do potrzeb i wymagań grupy docelowej**.

Spełnione zostały również wszystkie **wymogi formalne**, w tym wytyczne szczegółowe POKL dotyczące **sprawozdawczości i rozliczenia** projektu przed Instytucją Pośredniczącą.