

Финьк, директора по персоналу филиала МТС «Северо-Запад», обучение иностранному языку используется также в качестве дополнительного инструмента мотивации. «Языковые курсы, оплачиваемые организацией, повышают лояльность сотрудника к компании», — передает мнение своих коллег-директоров Фернандо Каррера.

Эдуард Балдаков, генеральный директор компании EF Corporate Language Learning Solutions, связывает решение компаний об обучении сотрудников английскому языку со следующими целями: привлечь зарубежных клиентов или инвесторов; выйти на международный рынок либо поддерживать международное сотрудничество; повысить качество обслуживания и конкурентные преимущества (например, подготовка квалифицированных кадров, способных общаться на английском, позволяет влиться в нарастающий процесс глобального аутсорсинга и извлечь максимальную пользу); снизить расходы, благодаря более прочным связям и коммуникациям. Генеральный директор сети школ иностранных языков Alibra School Анна Беркович дополняет список: «Есть относительно молодая, но набирающая силу тенденция. Компании, работающие на российском рынке, в секторе обучают своих сотрудников, чтобы те могли изучать зарубежный опыт без языкового барьера и перенимать и применять передовой опыт и технологии в своей работе».

Группа «Илим» предоставляет своим сотрудникам возможность изучить необходимый язык за счет компании. «В качестве провайдеров мы привлекаем несколько ведущих школ города. На данный момент существует две формы обучения — групповая и индивидуальная. В этом году запускаем пилотный проект по обучению английскому языку дистанционно. На наш взгляд, этот формат будет удобен для менеджеров в регионах и для сотрудников, часто находящихся в командировках», — говорит Наталья Болотова.

«Силовые машины» выбирают тот же путь. Для топ-менеджмента — индивидуальное обучение, для менеджеров среднего звена и других специалистов — очные групповые занятия. «Мы готовимся опробовать новый формат — дистанционное онлайн-обучение. Он ориентирован в первую очередь на тех сотрудников, которые большую часть времени находятся в командировках: представителей служб сервиса, сотрудников конструкторских бюро, менеджеров проектов, — а также сотрудников, которым необходим письменный технический английский язык», — рассказывает Елена Агафонова.

«Языковые курсы, которые организует корпоративный университет „Балтики“, пользуются популярностью в компании, причем в последнее время спрос на них значительно вырос», — отмечает Надя Минде. Компания сотрудничает с несколькими школами иностранного языка, преподаватели которых приезжают в офисы «Балтики» и обучают сотрудников в группах (2–4 человека) и индивидуально. Кроме того, есть дистанционное обучение английскому языку. В Петербурге также существует Английский разговорный клуб, члены которого могут улучшить навыки общения в диалоге с преподавателем — носителем языка. Дистанционное обучение и Английский разговорный клуб полностью бесплатны для сотрудников. Заочное обучение в группах с преподавателем

сотрудник платит 30% стоимости обучения, 70% оплачивает компания.

В Санкт-Петербурге компания МТС включала курс дистанционного обучения английскому языку в программу развития для руководителей. «Существует также несколько подразделений, сотрудники которых работают с зарубежными партнерами или под руководством иностранного менеджера. Им МТС оплачивает половину стоимости курса обучения в течение одного года», — делится опытом Наталия Финьк. Кроме этого, компания на постоянной основе предлагает всем сотрудникам скидки на обучение в языковых школах.

«Помимо стандартных индивидуальных и групповых занятий, все большую популярность приобретает интерактивное обучение. В Санкт-Петербурге есть компании, которые организуют для своих сотрудников по всему миру телефонные разговоры с преподавателями — носителями языка несколько раз в неделю. При этом общение происходит на самые разные темы, это не похоже на стандартные уроки. Это очень интересно, здорово и за этим, скорее всего, будущее», — надеется Светлана Сохацкая.

КРУГ ВОЗМОЖНОСТЕЙ Языковые школы предоставляют достаточно широкий круг возможностей для корпоративных студентов. «Одни компании обучают тысячи сотрудников в онлайн-школе, другие направляют сотрудников в наши эксклюзивные институты для руководителей за рубежом, третьи выбирают краткосрочные специализированные программы. Мы инвестировали 70 миллионов евро в развитие запатентованной нами системы Efecta, чтобы клиенты могли в несколько раз быстрее достигать желаемого результата», — повествует Эдуард Балдаков.

В основе авторской методики Alibra School лежат разработки современной психолингвистики, методов эффективного развития и укрепления памяти, мотивационные технологии. «Преподавание ведется так, что слушатели осваивают логику носителя языка вместо заучивания сотен грамматических правил. Нагрузка на механическую память существенно снижается. Это позволяет любому освоить за несколько месяцев всю грамматику английского до уровня upper-intermediate и с первых недель обучения активно применять иностранный язык в работе, избежав возникновения языкового барьера. Освоение лексики происходит эффективнее и прочнее» — поясняет Анна Беркович.

Преподаватели Центра испанского языка и культуры Adelante работают по коммуникативной методике, основанной на испанских учебниках. Методисты центра подстраивают курс конкретно для каждой корпоративной группы, а обучение ведется в форме индивидуальных занятий, мини-групп (2–4 человека) и полноценных групп (до 10 человек). Примерная стоимость одного академического часа обучения в группе до 10 учеников составляет от 250 рублей на человека.

У студентов, обучающихся по корпоративной программе, есть конкретная мотивация, есть сроки, на которые они ориентируются, и результат, которого они должны достигнуть. Вследствие чего, по мнению поставщиков образовательных услуг, к занятиям они подходят более осознанно, ответственно. ■

НАЛОГОВЫЕ ОЖИДАНИЯ

АВТОМОБИЛЬНЫЕ ЗАВОДЫ ПЕТЕРБУРГА НАЧИНАЮТ ПОЛУЧАТЬ ПРИБЫЛЬ И УВЕЛИЧИВАЮТ НАЛОГОВЫЕ ОТЧИСЛЕНИЯ В ГОРОДСКУЮ КАЗНУ. В ПРОШЛОМ ГОДУ ОНИ ПЕРЕЧИСЛИЛИ В БЮДЖЕТ БОЛЕЕ 1,1 МЛРД РУБЛЕЙ И УЖЕ СВЫШЕ 780 МЛН РУБЛЕЙ В ЯНВАРЕ — ИЮНЕ ЭТОГО ГОДА. МИХАИЛ СЕРОВ

Самым прибыльным автомобильным предприятием города по итогам 2011 года стал завод Nissan. По данным системы «СПАРК Интерфакс», его чистая прибыль к 2010 году увеличилась более чем в десять раз и составила 2,34 млрд руб. Компания объединила петербургское производство и сбытовую компанию в единое юридическое лицо, что позволило заводу добиться таких результатов, считают аналитики.

Выручка завода увеличилась в 4,6 раза, до 97,8 млрд руб., а себестоимость возросла в 4,4 раза, до 92,75 млрд руб. С середины 2010 года до середины 2011 года завод Nissan почти втрое, до 2 тыс. человек, увеличил персонал и поэтапно перешел с одной смены на трехсменный график работы, наращивая производство и, соответственно, издержки. В 2011 году предприятие выпустило 43,4 тыс. машин, что на 70% больше предыдущего года. Продажи компании за тот же период выросли в России на 74%, до 138,8 тыс. авто. В Nissan свои финансовые результаты ком-

ментировать отказались. В этом году завод планирует выйти на проектную мощность и выпустить 50 тыс. авто. Предприятие производит Nissan X-Trail, Nissan Murano, Infiniti FX и Infiniti M. На заводе в Петербурге собирается примерно четверть машин, реализуемых компанией в России.

Стартовавший в январе 2011 года завод Hyundai также удачно завершил первый год своей деятельности, получив, согласно данным «СПАРК Интерфакс», чистую прибыль в размере 1,49 млрд руб., против убытка 406 млн руб. годом ранее. Выручка завода составила 47,69 млрд руб., себестоимость — 42,43 млрд руб. Завод в первый же год работы поэтапно перешел на трехсменный график производства. Он самый мощный и наиболее автоматизированный, с высокой долей локализации (свыше 50%) из всех автомобильных предприятий региона. Сейчас завод выпускает две бюджетные модели: Hyundai Solaris и Kia Rio, которые позволяют ему осуществлять большие объемы сборки. → 33



Искусство находить решения

Интеграция связи для Вашего бизнеса

(812) 329 4444
www.smart.spb.ru

ii smart
telecom