

1. Познакомьтесь с активной лексикой темы. Значение незнакомых слов посмотрите в словаре. Обратите внимание на сочетаемость выделенных слов.

Акции||я: банковские ~и; ~и фирмы; пакет ~ий; приобретать ~и.

Банк: государственный ~, коммерческий ~; филиал ~а.

Бирж||а: валютная ~, товарная ~, фондовая ~; ~ труда.

Бюджет: государственный ~; ~ компании; составлять ~.

Валют||а: иностранная ~, местная ~, твердая ~; курс ~ы, обмен ~ы.

Деятельность||ь: инвестиционная ~, коммерческая ~, финансовая ~; ~ фирмы; направление ~и.

Долг: государственный ~, ликвидировать (= погасить) ~.

Доход: годово́й ~, национальный ~, реальный ~; ~ от коммерческой деятельности.

Импорт (= ввоз): ~ товаров, доля ~а, статья ~а.

Импортировать (= ввозить): ~ товары.

Инвестици||и (= вклады): государственные ~, частные ~, ~; ~ в экономику; привлекать ~.

Компани||я: акционерная ~, ведущая ~, головная (= материнская) ~, дочерняя ~, консалтинговая ~, крупная ~, мелкая ~, страховая ~, финансовая ~.

Контакт||ы (= связи): деловые ~; налаживать ~, расширять ~, устанавливать ~.

Контракт: долгосрочный ~, краткосрочный ~, заключать ~, подписывать ~.

Кредит: банковский ~, долгосрочный ~, краткосрочный ~, получать ~, предоставлять ~.

Кризис: валютно-финансовый ~, экономический ~, энергетический ~; выйти из ~а.

Льгот||а: частичные ~ы; пользоваться ~ами, предоставлять ~ы.

Налог: государственный ~; ~ на коммерческую деятельность; облагать ~ом, платить ~.

Общество: акционерное ~.

Поставк||а: ~ товаров; объём ~ок, размеры ~ок.

Пошлин||а: валютная ~, таможенная ~; ~ на импорт; вводить ~у на товары, платить ~у.

Предприяти||е: государственное ~, крупное ~, промышленное ~, совместное ~, частное ~.

Прибыл||ь: большая ~, маленькая ~, чистая ~; получать ~.

Производить/произвести (= изготавливать/изготовить): ~ продукцию, ~ товары.

Производств||о: массовое ~, промышленное ~; ~ товаров; объём ~а, рост ~а, спад ~а; налаживать ~, расширять ~, сокращать ~.

Промышленность||ь: автомобильная ~; отрасль ~и.

Рынок: внутренний ~, мирово́й ~, свободный ~; ~ ценных бумаг; насыщать ~ товарами.

Рыночн||ый: ~ые механизмы, ~ые отношения, ~ая экономика, ~ые цены.

Сделк||а: банковская ~, биржевая ~, валютная ~, коммерческая ~; заключать ~у.

Собственность||ь: государственная ~, интеллектуальная ~; частная ~; ~ предприятия.

Сотрудничеств||о: торгово-экономическое ~.

Спрос: большой ~, постоянный ~; ~ и предложение, ~ на товары; пользоваться ~ом.

Товар: импортный ~, (не)конкурентоспособный ~, потребительские ~ы, продовольственные ~ы, промышленные ~ы.

Торговл||я: внешняя ~, внутренняя ~, международная ~, оптовая ~, розничная ~; объём ~и.

Услови||я: (не)выгодные ~, льготные ~.

Услуг||и: банковские ~, посреднические ~, транспортные ~.

Фирм||а: конкурирующая ~.

Экономик||а: национальная ~, рыночная ~, теневая ~.

Экспорт (= вывоз): статья ~а, доля ~а.

Экспортировать (= вывозить): ~ товары.

2. а) Прочитайте информацию, которая связана со словом **бизнес**.

Бизнес: крупный, малый, средний, успешный; заниматься бизнесом; открыть свой бизнес (свое дело); бизнесмен, бизнес-план.



б) Ответьте аргументированно на вопросы.

1. Как вы относитесь к утверждению, что «не к деньгам должен стремиться умный бизнесмен»?

2. Согласны ли вы с утверждением, что малый бизнес – это основа стабильности страны?

3. Как вы думаете, связаны ли между собой процессы глобализации и крупный бизнес?

4. Разделяете ли вы мнение, что антиглобалисты выражают интересы среднего бизнеса?

3. а) Прочитайте данные аббревиатуры и сокращения и найдите соответствующие им расшифровки.

БРИК	Российская газодобывающая и газораспределительная компания
Внешторгбанк	закрытое акционерное общество
Инофирма	Международный валютный фонд www.imf.org
Газпром	топливно-энергетический комплекс
Минфин	■ Московская межбанковская валютная биржа
Минэнерго	www.micex.ru/
Центробанк (ЦБ)	Организация стран-экспортёров нефти
АО	Центральный банк Российской Федерации
ВВП	www.cbr.ru
ВПК	внутренний валовой продукт
ВТО	Конференция ООН по торговле и развитию
ЕБРР	акционерное общество
ЕЭП	иностранная фирма
ЗАО	Министерство финансов www/minfin.ru
МВФ	общество с ограниченной ответственностью
ММВБ ■	Всемирная торговая организация www.wto.ru
ОАО	Банк внешней торговли www/vtb.ru
ООО	Министерство энергетики
ОПЕК	www.mte.gov.ru/default.htm
ТЭК	военно-промышленный комплекс
ЮНКТАД	открытое акционерное общество
	Единое экономическое пространство
	Объединённое название стран с крупнейшими развивающимися рынками: Бразилия, Россия, Индия, Китай
	Европейский банк реконструкции и развития
	www.nns.ru/gallery/stos/3_5.html



б) Укажите аббревиатуры и сокращения, которые вы уже знали. Расскажите членам группы, что вам известно об этих организациях, акционерных обществах.

в) Если вы хотите получить дополнительную информацию, то зайдите на указанные сайты в Интернете или найдите интересующие вас сайты через поисковые системы: www.yandex.ru, www.rambler.ru, www.aport.ru. Поделитесь полученной информацией с членами группы.

г) Прочитайте названия газетных рубрик и заголовков информационных сообщений и расшифруйте подчёркнутые аббревиатуры и сокращения. Запишите полученные варианты.

■ **ЦБ** продолжает валютные аукционы.

■ **ВВП** России в 2001 году составил 9 триллионов рублей.

■ **Минфин** помогает **ЦБ** поддерживать курс рубля.

■ Банковской системе России необходимо 5–7 лет для адаптации к нормам **ВТО**.

■ Владимир Путин дал **МВФ** миллиард. Россия рассчитается по долгам фонда досрочно.

■ Россия поддержит **ОПЕК**. **ОПЕК** пока не знает, кого поддерживать.



4. а) Образуйте отглагольные существительные от глаголов.

Образец.

Формировать — **формирование**

Выполнить — **выполнение**

регулировать — _____

распределить — _____

стимулировать — _____

обеспечить — _____

использовать — _____

ограничить — _____

финансировать — _____

заключить — _____



б) Замените глагольные сочетания именными.

Образец. **Формировать рынок** — **формирование рынка**

регулировать рост цен — _____

распределить продукцию — _____

стимулировать развитие малого бизнеса — _____

финансировать проект — _____

ограничить заключение валютных сделок — _____

обеспечить рост ВВП — _____

заключить взаимовыгодный контракт — _____

5. а) Прочитайте глаголы и образованные от них существительные

- со значением процесса, деятельности;
- со значением деятеля.

Запомните их.

Глагол	Процесс, деятельность	Человек, организация, страна
Акционировать <i>что?</i>	Акционирование <i>чего?</i>	Акционер <i>чего?</i>
Импортировать <i>что?</i>	Импорт <i>чего?</i>	Импортёр <i>чего?</i>
Кредитовать <i>кого/ что?</i>	Кредитование <i>кого?/чего?</i>	Кредитор <i>кого?/чего?</i>
Платить <i>что?</i>	Плата за <i>что?</i>	Плательщик <i>чего?</i>
Покупать <i>что?</i>	Покупка <i>чего?</i>	Покупатель <i>чего?</i>
Потреблять <i>что?</i>	Потребление <i>чего?</i>	Потребитель <i>чего?</i>
Посредничать между кем? и кем?	Посредничество между кем? и кем?	Посредник между кем? и кем?
Поставлять <i>что?</i>	Поставка <i>чего?</i>	Поставщик <i>чего?</i>
Продавать <i>что?</i>	Продажа <i>чего?</i>	Продавец <i>чего?</i>
Производить <i>что?</i>	Производство <i>чего?</i>	Производитель <i>чего?</i>
Распространять <i>что?</i>	Распространение <i>чего?</i>	Распространитель <i>чего?</i>
Экспортировать <i>что?</i>	Экспорт <i>чего?</i>	Экспортёр <i>чего?</i>



б) Образуйте сочетания с существительными со значением процесса, деятельности.

Образец. Экспортировать газ — экспорт газа

импортировать экологически чистые продукты —

производить товары народного потребления —

продавать промышленные товары —

потреблять электроэнергию —

поставлять техническое оборудование —



в) Образуйте сочетания с существительными со значением лица.

Образец. Экспортировать газ — экспортёр газа

импортировать экологически чистые продукты —

производить товары народного потребления —

потреблять электроэнергию —

поставлять техническое оборудование —

посредничать между российскими и французскими фирмами —

6. а) Составьте и запишите сложные прилагательные от данных простых прилагательных:

русский	украинский аустрийский американский английский германский итальянский канадский китайский корейский французский	русско-украинский _____ _____ _____ _____ _____ _____ _____ _____
украинский	русский аустрийский американский английский германский итальянский канадский китайский корейский французский	украинско-русский _____ _____ _____ _____ _____ _____ _____ _____

б) Выполните задание по образцу.

Образец. **Русско-французское сотрудничество —
сотрудничество между Россией и Францией**

Русско-американские деловые контакты —

Китайско-русские экономические связи —

Итальянско-аустрийское сотрудничество —

Канадско-украинские торговые отношения—



в) Назовите две страны и расскажите, что вам известно о развитии торгово-экономических отношений между ними.

7. а) Прочитайте слова и словосочетания. Назовите слова, от которых образованы выделенные сложные слова. Объясните, как вы понимаете значение словосочетаний.

О б р а з е ц. **Взаимовыгодное** сотрудничество — (взаимный, выгодный) сотрудничество, которое выгодно всем (сторонам)

Краткосрочные колебания мировых цен —

Высокооплачиваемая работа —

Российские **налогоплательщики** —

Иностранный **работодатель** —

Магазины **самообслуживания** —

б) Ответьте аргументированно на вопросы.

1. Какие профессии относятся к высокооплачиваемым в вашей стране?
2. Должны ли представительские расходы первых лиц государств оплачиваться отечественными налогоплательщиками?
3. Какого работодателя вы бы предпочли: отечественного или иностранного? Объясните свой выбор.
4. Как вы думаете, какого работодателя предпочитают россияне: российского или иностранного?



8. Найдите пары синонимов.

союзник ■

обгонять

льгота

расходы

собственник

предприниматель

доля

вклад

наращивание

владелец

■ **партнёр**

опережать

бизнесмен

привилегия

часть

увеличение

затраты

инвестиция



9. Найдите пары антонимов.

прибыль

подъём/рост
кредитор
партнёр
продажа
ввоз
улучшение
опережение
производитель

ухудшение
отставание
покупка
потребитель
спад

убыток

должник
конкурент
вывоз

10. а) Сравните значение слов.

■ **Цена** – стоимость товара в деньгах; плата.

■ **Цена**

Какая? – высокая, государственная, договорная, коммерческая, льготная, низкая, новая, оптовая, розничная, свободная.

Чего? – товаров, оборудования.

На что? – на продукты питания, на промышленные товары, на сырьё.

■ **Стоимость** – определённое количество труда, которое затрачено на производство товара (продукта); денежное выражение ценности вещи, товара = цена.

■ **Стоимость**

Какая? – денежная, контрактная, номинальная, общая, ориентировочная, потребительская, рыночная.

Чего? – договора, проекта, работ, товаров, оборудования.



б) Заполните пропуски в предложениях словами **цена/цены** или **стоимость**.

1. После августовского экономического кризиса 1998 года рост _____ на отечественные продукты питания в магазинах Москвы составил 20 процентов, а на импортные продукты – 80 процентов.
2. В новом году не ожидается повышение _____ на эти товары.
3. Общая _____ проекта нефтепровода из России в Китай оценивается в 2 миллиарда долларов.
4. Ориентировочная _____ проекта по поставке электроэнергии из Иркутска в Китай составит 2 миллиарда долларов.
5. Согласно проекту, новая _____ этих товаров будет ненамного превышать старую.



в) Составьте словосочетания.

Образец. **Цены повышаются** – повышение цен

Цены снижаются – _____

Цены растут – _____

Стоимость увеличивается – _____

Стоимость уменьшается – _____

11. Прочитайте глаголы. Скажите, какие из них передают значение «**стать больше**», а какие — «**стать меньше**».

Снижаться/снизиться, увеличиваться/увеличиться, уменьшаться/уменьшиться, повышаться/повыситься, падать/упасть, возрастать/возрасти, подниматься/поднять, сокращаться/сократиться.

«стать больше» — _____

«стать меньше» — _____



12. Заполните пропуски в данных предложениях. Обращайте внимание на предложно-падежные формы (на 1%, на 10 рублей..., в 2 раза).

Цены на эти промышленные товары снизились _____ 5 %.

Объём производства упал _____ 2 раза.

Количество сотрудников фирмы увеличилось _____ 100 человек.

Объём экспортно-импортных сделок возрос _____ 4 раза.

Доходы предприятия сократились _____ 2 раза.

Курс национальной валюты поднялся _____ 3 пункта.



13. Прочитайте аббревиатуры и сокращения. Найдите соответствующие им значения.

млн	кубический метр
млрд	рубль
трлн	■ километр
руб.	миллион
км ■	тысяча
куб. м	миллиард
тыс.	триллион
кВт/ч	киловатт/час

14. а) Прочитайте и запишите конструкции, выражающие приблизительное количество.

около

свыше

менее

в пределах

порядка

(чего?)

приблизительно

примерно

где-то (разг.)

(что?)

между (чем?) и (чем?)



- б) Запишите словосочетания, содержащие цифры и сокращения буквами. Помните, что с числительными 2, 3, 4 существительное в косвенных падежах стоит во множественном числе.

приблизительно 2 тыс. км — _____,

примерно 1 млрд руб. — _____,

около 30 км — _____,
 свыше 15 млн руб. — _____,
 в пределах 2–3 % — _____,
 свыше 3 млрд руб. — _____,
 порядка 2 тыс. руб. — _____,
 между 9–10 % — _____.



15. Прочитайте предложения и запишите буквами цифры, знаки и сокращения, которые будут содержаться в них.

1. В инвестиционные проекты вложено уже более 4 млрд долларов.

2. На долю американских предпринимателей приходится свыше 14% всех зарегистрированных в России совместных предприятий.

3. Доля импорта России в общем внешнеторговом обороте в прошлом году увеличилась на 5 пунктов и составила 26 %.

4. Российско-германскому предприятию предоставлен кредит в размере 3 млн евро.

*** 16. а) В газетных статьях и телевизионных сообщениях по деловой и экономической тематике часто можно встретить статистические данные (цифровой материал). Напоминаем некоторые трудные случаи сочетания числительных с существительными. Прочитайте материалы таблицы.

1) Числительные **сорок, девяносто, сто (40, 90, 100)** в Род., Дат., Тв. и Пред. падежах имеют одно окончание **-а**. В сочетании с этими числительными существительное стоит в соответствующем падеже.

И. п.	сорок	девяносто	сто	рублей	долларов	марок
Р. п.	сорока	девяноста	ста	рублей	долларов	марок
Д. п.	сорока	девяноста	ста	рублям	долларам	маркам
В. п.	сорок	девяносто	сто	рублей	долларов	марок
Т. п.	сорока	девяноста	ста	рублями	долларами	марками
П. п.	сорока	девяноста	ста	рублях	долларах	марках

- 2) При склонении числительных **пятьдесят, шестьдесят, семьдесят, восемьдесят (50, 60, 70, 80), пятьсот, шестьсот, семьсот, восемьсот, девятьсот (500, 600, 700, 800, 900)** изменяются обе его части. Каждая склоняется как существительное 3-го склонения. В сочетании с этими числительными существительное стоит в соответствующем падеже.

И. п.	пятьдесят	пятьсот	рублей	долларов	марок
Р. п.	пятидесяти	пятисот	рублей	долларов	марок
Д. п.	пятидесяти	пятистам	рублям	долларам	маркам
В. п.	пятьдесят	пятьсот	рублей	долларов	марок
Т. п.	пятидесятью	пятьюстами	рублями	долларами	марками
П. п.	пятидесяти	пятистах	рублях	долларах	марках

- 3) При склонении числительных **двести, триста, четыреста (200, 300, 400)** изменяются обе его части. В сочетании с этими числительными существительное стоит в соответствующем падеже.

И. п.	двести/триста/четыреста	рублей	долларов	марок
Р. п.	двухсот/трёхсот/четырёхсот	рублей	долларов	марок
Д. п.	двумстам/трёмстам/четырёхстам	рублям	долларам	маркам
В. п.	двести/триста/четыреста	рублей	долларов	марок
Т. п.	двумястами/тремястами/четырьмястами	рублями	долларами	марками
П. п.	двухстах/трёхстах/четырёхстах	рублях	долларах	марках

- 4) Числительные **тысяча, миллион, миллиард** склоняются так же, как существительные в соответствующих падежах. В сочетании с этими числительными во всех падежах существительное стоит в Род. падеже.

с двумя тысячами долларов
к семи миллионам рублей

- 5) При склонении **составного числительного (952, 252)** изменяются все его части. В сочетании с такими числительными существительное стоит в соответствующем падеже.

И. п.	девятьсот пятьдесят два	рубля	двести пятьдесят две	марки
Р. п.	девятисот пятидесяти двух	рублей	двухсот пятидесяти двух	марок
Д. п.	девятистам пятидесяти двум	рублям	двумстам пятидесяти двум	маркам
В. п.	девятьсот пятьдесят два	рубля	двести пятьдесят две	марки
Т. п.	девятыстами пятидесятью двумя	рублями	двумястами пятидесятью двумя	марками
П. п.	девятистах пятидесяти двух	рублях	двухстах пятидесяти двух	марках



- 6) Составьте и запишите буквами словосочетания, содержащие цифровой материал и сокращения.

Составить (что?) (765 млн руб.) – _____

возрасти до чего (765 млн руб.) – _____

приблизиться к (чему?) (765 млн руб.) – _____

располагать чем? (765 млн руб.) – _____

договориться о чём? (765 млн руб.) – _____



в) Прочитайте предложения, в состав которых входят числительные. Запишите цифры буквами.

1. В работе Пятой Северо-западной межбанковской конференции приняли участие более 310 участников из нескольких российских регионов, из 35 стран СНГ и дальнего зарубежья.

2. На сегодняшний день через территорию Украины экспортируется более 90 % российского газа.

3. Предполагается, что розничная цена новой компьютерной системы Sun Ray 1 на российском рынке будет порядка 480 – 500 долларов.

4. В этом году германская авиакомпания Lufthansa подписала соглашение с российской авиакомпанией «Сибирь». Теперь пассажиры «Сибири» могут отправиться в любой из 340 городов в 91 страну мира, куда летает Lufthansa.

5. В среднем по России 80 % представителей среднего класса определяют свой личный доход суммой свыше 800 долларов, а 50 % – в диапазоне от 500 до 1250 долларов.

*** 17. а) Статистический материал включает кроме количественных, порядковых числительных ещё и дробные числительные. Напоминаем способы образования и чтения дробных числительных.

- 1) Дробные числительные образуются путём соединения количественных числительных с порядковыми: числитель дроби — количественное числительное в Им. падеже, а знаменатель — порядковое числительное множественного числа в Род. падеже:

$\frac{4}{6}$ — четыре шестых,
 $\frac{5}{8}$ — пять восьмых,
 $\frac{7}{9}$ — семь девятых.

- 2) Если в числителе стоит цифра 1, то числитель — количественное числительное женского рода в Им. падеже, а знаменатель — порядковое числительное женского рода в Им. падеже:

$\frac{1}{2}$ — одна вторая (половина),
 $\frac{1}{3}$ — одна третья (треть),
 $\frac{1}{4}$ — одна четвёртая (четверть),
 $\frac{1}{5}$ — одна пятая,
 $\frac{1}{6}$ — одна шестая.

- 3) Если в числителе стоит цифра 2, то числитель — количественное числительное женского рода в Им. падеже, а знаменатель — порядковое числительное множественного числа в Род. падеже:

$\frac{2}{3}$ — две третьих,
 $\frac{2}{4}$ — две четвёртых,
 $\frac{2}{5}$ — две пятых.

- 4) В сочетании с дробными числительными существительное всегда стоит в Род. падеже:

$\frac{3}{4}$ (три четвёртых) метра,
 $\frac{5}{6}$ (пять шестых) производимой продукции,
 $\frac{1}{3}$ (одна третья — треть) всех налогов.

- 5) Если дробные числительные употребляются вместе с названиями целых чисел, то к количественным числительным, обозначающим целые числа, иногда присоединяется прилагательное целый/целая:

7,3 — семь (целых) и три десятых;
3,5 — три (целых) и пять десятых;
0,6 — ноль (целых) и шесть десятых.

В сочетании с такими дробными числительными существительное стоит в Род. падеже единственного числа: 8,6 % (восемь целых и шесть десятых процента = восемь и шесть десятых процента).

ВВ. Дробные числительные, в состав которых входят числительные 1 и 2, обозначающие целые числа, согласуются с существительными в роде.

2,1 % — два целых и одна десятая процента
2,1 тыс. — две и одна десятая тысячи

ЗАПОМНИТЕ!

	<i>целая</i>		<i>десятая</i>
0,	ноль целых	,0	ноль десятых
1,	одна целая	,1	одна десятая
2,	две целых	,2	две десятых
3,	три целых	,3	три десятых
4,	четыре целых	,4	четыре десятых
5,	пять целых	,5	пять десятых
0,1	ноль целых одна десятая	<i>или</i>	ноль и одна десятая
1,0	одна целая ноль десятых	<i>или</i>	одна и ноль десятых
1,2	одна целая две десятых	<i>или</i>	одна и две десятых
2,1	две целых одна десятая	<i>или</i>	две и одна десятая
4,7	четыре целых семь десятых	<i>или</i>	четыре и семь десятых
7,3	семь целых три десятых	<i>или</i>	семь и три десятых
0,1%	ноль и одна десятая процента	1,2 тыс.	одна и две десятых тысячи
1,0%	один и ноль десятых процента	2,7 тыс.	две и семь десятых тысячи
1,2 млн	один и две десятых миллиона		
2,1 км	два и одна десятая километра		



6) Существительные **половина** и **полтора** могут употребляться вместо дробных чисел:

5,5 км

1,5 млн

пять с половиной километра

полтора миллиона

б) Запишите буквами следующие дробные числительные:

- 1/4 – _____,
- 2/7 – _____,
- 4/9 – _____,
- 0,8 – _____,
- 2,7 – _____,
- 5,4 – _____.

в) Прочитайте предложения, в состав которых входят дробные числительные. Запишите цифры буквами.

1. Внешнеторговый оборот России со странами ближнего зарубежья увеличился в этом году в 2,7 раза.

2. Ориентировочная стоимость проекта – 1,6 млрд долларов.

3. Весь российский импорт вырос за прошлый год на 20,1%.

4. Совместный российско-китайский проект, общая стоимость которого оценивается в 1,7 млрд долларов, предусматривает строительство нефтепровода длиной 3 тыс. км из Восточной Сибири в Китай.

5. За неделю потребительские цены понизились в среднем на 0,1%.

6. Численность безработных, зарегистрированных в Московской службе занятости, составляет 6,7 тыс. человек.

18. а) Прочитайте опубликованные в газете «Коммерсант» диаграммы соотношения экспортно-импортных сделок России со странами ближнего и дальнего зарубежья.

**Соотношение экспортно-импортных сделок до 23.02.08 г.
в зависимости от страны контракта**

ЭКСПОРТ

1. Украина –	12 %
2. Белоруссия –	11 %
3. Германия –	14 %
4. Франция –	6 %
5. США –	10 %
6. Китай –	6 %
7. Великобритания –	3 %
8. Италия –	1 %
9. Другие страны –	37 %

ИМПОРТ

1. Украина –	8 %
2. Белоруссия –	11 %
3. Германия –	14 %
4. Франция –	2 %
5. США –	11 %
6. Китай –	15 %
7. Великобритания –	1 %
8. Италия –	3 %
9. Другие страны –	35 %

**Соотношение экспортно-импортных сделок до 20.04.08 г.
в зависимости от страны контракта**

ЭКСПОРТ

1. Украина –	13 %
2. Белоруссия –	14 %
3. Германия –	14 %
4. Франция –	5 %
5. США –	7 %
6. Китай –	10 %
7. Великобритания –	4 %
8. Италия –	3 %
9. Другие страны –	30 %

ИМПОРТ

1. Украина –	6 %
2. Белоруссия –	8 %
3. Германия –	15 %
4. Франция –	2 %
5. США –	15 %
6. Китай –	13 %
7. Великобритания –	1 %
8. Италия –	4 %
9. Другие страны –	36 %

б) Выберите одну страну и опишите динамику сначала экспортных, а потом импортных сделок России с этой страной. Используйте следующие конструкции.

По данным на 23.02.04, доля российского экспорта в _____ составила _____ %.
По данным на 20.04.04, доля российского импорта из _____ составила _____ %.

Доля российского экспорта в Германию	возросла на _____ % . сократилась на _____ % . осталась на прежнем уровне.
Доля российского импорта из Германии	возросла на _____ % . сократилась на _____ % . осталась на прежнем уровне.

* *

в) **Вы – эксперт Министерства внешнеэкономических связей РФ.** Подготовьте информацию (справку) с описанием динамики экспортно-импортных сделок России с зарубежными странами. Укажите, с какими странами у России самый большой товарооборот. Используйте конструкции для выражения сопоставления.

- | | | |
|------------------------|----------------------------------|---------------|
| ■ сравнение: | по сравнению | с чем? |
| ■ сходство: | такой же процент, как (и)... | |
| | столько же процентов, как (и)... | |
| ■ несходство: | отличаться | от чего? чем? |
| | в отличие | от чего? |
| ■ равенство: | равняться | чему? |
| ■ соответствие: | соответствовать | чему? |
| | составлять | что? |

19. а) Прочитайте публикацию из газеты «Независимая газета».

НОВЫЙ КОНТРАКТ «ГАЗЭКСПОРТА» НА 650 МИЛЛИОНОВ ДОЛЛАРОВ В ГОД Итальянский концерн «СНАМ» становится самым крупным импортёром российского газа

Как стало известно «НГ» из достоверных источников, российская компания «Газэкспорт» (дочерняя компания РАО «Газпром») подписала крупный контракт на поставку газа в Италию начиная с 2000 года. Покупателем российского газа стал известный итальянский концерн «СНАМ».

Контракт «Газэкспорта» привлекает внимание по нескольким причинам. Во-первых, своими масштабами Россия уже достаточно давно не заключала договоров на столь крупные объёмы поставок, как в случае с «СНАМом», который ежегодно будет получать 8 млрд кубических метров сырья. В денежном выражении максимальная величина поставок составит около 650 млн долларов в год.

Во-вторых, концерн «СНАМ» становится самым большим импортёром российского газа. Общий размер поставок «СНАМу» составит 28 млрд куб. м в год, или 2,25 млрд долларов. В 1995 году Италия купила у России 14,3 млрд куб. м газа. «НГ» не располагает точными сведениями о длительности нового договора, но, по всей видимости, речь идёт о стандартном сроке для такого рода контрактов – 20 или 25 лет.

В-третьих, подписав новый договор, Россия намерена существенно укрепить свои позиции на газовом рынке Италии – доля «Газэкспорта» должна вырасти с нынешних 25 до 33 %. Этот шаг «Газэкспорта» привлекает к себе внимание тем, что новый договор заключён в условиях резкого обострения конкуренции на европейском рынке газа (прежде всего в западной части континента), связанного с наращиванием экспорта газа из Норвегии.

Транспортная схема реализации российско-итальянского контракта неизвестна. Однако, по информации «НГ», поставки новых объёмов газа «СНАМу» будут осуществляться по системе магистральных газопроводов, сооружаемых в рамках проекта «Ямал¹ – Западная Европа». В настоящее время идёт строительство системы газопроводов длиной более 4 тыс. км. Из России газопроводы через территории Белоруссии и Польши будут проложены до польско-немецкой границы в районе Франкфурта-на-Одере и затем подключены к западно-европейской газотранспортной системе в нескольких пунктах.

Контракт с «СНАМом» представляет собой также один из первых значимых шагов «Газпрома» и «Газэкспорта», направленных на преодоление транспортной зависимости России от Украины, через территорию которой сейчас экспортируется более 90 % российского газа.

Рустам Нарзикулов
(По материалам «НГ»)

б) Сформулируйте основные положения публикации.

в) Приведите факты, иллюстрирующие основные положения заметки.

г) Найдите слова и словосочетания, которые являются ключевыми по теме «Экономика и бизнес. Деловые контакты с Россией».



д) Передайте основное содержание публикации в виде резюме.



20. а) Сделайте презентацию одной из предложенных публикаций. (Образец презентации публикации дан в теме «Официальная хроника: встречи, визиты, переговоры».)

б) Обменяйтесь мнениями с членами группы по вопросам, затронутым в выбранной вами публикации.

КАЖДЫЙ ПЯТЫЙ ИНВЕСТОР ХОЧЕТ ВЛОЖИТЬСЯ В РОССИЮ

Китай стал самой привлекательной страной для инвесторов, обойдя Запад-

ную Европу в рейтинге инвестиционной привлекательности, составленном ком-

¹ Ямал – название полуострова на севере Российской Федерации.

панией «Эрнст энд Янг». Рейтинг России тоже резко вырос: 21% инвесторов назвали нашу страну одним из самых привлекательных направлений. Но эти предпочтения пока ещё не полностью отражаются на реальном положении дел, отмечают аналитики.

Два традиционных фаворита в глазах инвесторов – Западная Европа и Северная Америка – уступили Китаю звание самого привлекательного региона для инвестиций. 47% опрошенных компаний «Эрнст энд Янг» топ-менеджеров глобальных корпораций хотят инвестировать в эту страну. Западная Европа, в которую «верили» в прошлом году 55% инвесторов, в этом году популярна лишь на 33%. В США и Канаду хотят инвестировать 21%. Россия же показала самые большие темпы роста привлекательности за два года: с 5% в 2006 г. до 21% в 2008 г.

Но декларируемые инвесторами приоритеты не слишком соответствуют реальным объёмам инвестиционных потоков, заметили аналитики компании «Эрнст энд Янг», проводившие исследование инвестиционной привлекательности мировых регионов.

Китай и Европа: желаемое и действительное

К примеру, на словах инвесторы всячески расхваливают Китай: 41% опрошенных назвали его самым привлекательным для себя направлением для инвестиций. Но вот что говорит статистика: согласно данным Комиссии ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД), на эту страну сегодня приходится менее 8% мирового объёма прямых иностранных инвестиций, который в прошлом году составил \$1,5 трлн.

Несоответствие количества желающих инвестировать в Китай и объёма реальных инвестиций в Китай аналитик российской инвестиционной группы «Капитал» Сергей Карыхалин объ-

яснил тем, что в Китай иностранному бизнесу прийти не так уж просто. Даже несмотря на то, что в последнее время он стал более открыт к иностранным инвестициям, чем раньше. Предприниматели сталкиваются в Поднебесной с бюрократическими барьерами, валютными и финансовыми трудностями, большими издержками.

Нельзя не учитывать и спад мировой экономики. Из-за него китайский инвестиционный индекс в этом году упал на 13%, а индийский – на 25%. Кстати, на этом фоне молодцом смотрится российский индикатор: он сумел вырасти на 2,3%. Наблюдатели объясняют это тем, что Россия менее других стран BRIC подвержена негативному влиянию спада на мировых рынках.

Но если Китай демонстративно переоценили, то Западную Европу, напротив, «обидели», правда, уже не так радикально. Приоритетным инвестиционным направлением её назвали 33% респондентов, тогда как, по данным ЮНКТАД, на этот регион приходится 37% мирового потока прямых иностранных инвестиций. В целом же популярность различных мировых регионов стала приблизительно одинаковой, делают вывод аналитики «Эрнст энд Янг».

Каждый пятый за Россию

Если к России инвесторы обычно относились сдержанно, то в нынешнем году она стала одним из фаворитов. Её рейтинг вырос на девять пунктов, с 12 до 21%. Это означает, что в её возможности верит уже пятая часть всех принимающих участие в опросе. По словам авторов исследования, это самый резкий скачок в нынешнем году по сравнению с рейтингами других стран. Для сравнения, в 2006 году рейтинг России составлял лишь 5%.

Россия, согласно свежим данным, переместилась на четвёртое место по

количеству рабочих мест в инвестиционных проектах (на 85 % больше по сравнению с прошлым годом), а по числу самих инвестиционных проектов она продвинулась с 13-й на восьмую позицию (плюс 60 %).

Известно, что в прошлом году приток прямых иностранных инвестиций в Россию, по данным ЮНКТАД, увеличился за прошлый год с \$ 28,7 до \$ 48,9 млрд. По прогнозу главного экономиста Deutsche Bank в России Ярослава Лисоволика, в 2008 году объём ПИИ в российскую экономику может достигнуть \$ 60 млрд.

«Данные по инвестиционной при-

влекательности России подтверждают общую положительную динамику, которую сегодня показывает экономика страны в целом, – комментирует Александр Ивлев, руководитель «Эрнст энд Янг» по работе с клиентами и отраслевому развитию в странах СНГ. – На протяжении нескольких лет Россия занимает третье место среди стран Европы по количеству планируемых в будущем инвестиционных проектов. Потенциал России действительно огромен, и с каждым годом он реализуется во все больших масштабах».

Илья Зиненко

Деловая сеть RB.RU

Russian Business (5.06.2008 в 19.08)

НЕ НАШ ФОРМАТ

Российские торговцы ждут второго прихода Metro

Московская компания «М. Видео» – владелец сети магазинов по продаже бытовой техники и электроники – перешла на новый формат магазинов самообслуживания. Таким образом торговая сеть отреагировала на появление в России первых магазинов немецкого холдинга Metro и перспективу прихода на рынок электроники компании Media Market, входящей в немецкий холдинг. Остальные российские сетевые компании пока скептически относятся как к иностранной экспансии, так и к идее электронных гипермаркетов.

По оценке компании A.T. Kearney, за последние два года российский рынок электроники и бытовой техники оказался самым динамичным в мире. По сравнению с прошлым годом продажи в этом сегменте торговли выросли в среднем в 1,5 раза. При этом наибольший рост показали сети бытовой электроники (160–180 %), которые значительно потеснили «стихийную торговлю». Показательны и данные объемов месячных продаж международных компаний на 1 кв. м торговой площади в 1999–2000 годах: английская

сеть Kingfisher – \$ 487, немецкая Media Market – \$ 689, американские Dixons – \$ 1321 и Best Buy – \$ 628. У московской компании «М.Видео» этот показатель составил \$ 1061. Естественно, что российский рынок становится одним из самых привлекательных для международных сетей.

Как заявил «Известиям» президент компании «М.Видео» Александр Тынкован, первым иностранцем в ближайшие 1–2 года может оказаться Media Market. Возможно, что новый формат торговли российской компании «М. Видео» (увеличение торговых площадей до 2,2–2,3 тыс. кв. м и самообслуживание) станет ответом на немецкую угрозу.

Впрочем, один из крупных российских бизнесменов, владеющий в провинции сотней магазинов электроники, но пожелавший остаться неизвестным, отнёсся к столичному нововведению (строительству гипермаркета) с большой долей скепсиса. «Люди ещё не привыкли проводить по полдня в прогулках по гипермаркету. Москвичи к этому могут прийти лишь года через

два, а в регионах — через четыре года», — сказал он. Вместе с тем столичным сетям сейчас будет трудно внедряться в регионы — за последнее время там уже появились собственные торговые сети с 5–10 магазинами. При этом часто они являются региональными посредниками компаний уровня Sony.

Что касается планов *Metro* в России, то президент компании «Евронова» Михаил Ярин говорит: «Всё, что они пока сделали, — это построили в Москве два ангара и заполнили их товарами. Для

завоевания российского рынка этого мало. У нас проблема не с деньгами, торговыми площадями, а в расстоянии. У *Metro* же основной принцип работы — это требование к поставщикам доставить груз на склад и обеспечить лучшие цены». Глава «Евроновы» считает, что когда немцы смогут открыть магазин в Новосибирске или Екатеринбурге, тогда и можно будет говорить о региональной угрозе для национальной торговли. Но нас спасает, как и от Наполеона, географический фактор.

Ринат Сагдиев («Известия»)

ПАРТНЁРСТВО ВО ИМЯ ГАЗА

Приоритетным проектом ОАО «Газпром» ООО «Газэкспорт» стало строительство трубопровода «Голубой поток» через Чёрное море для транспортировки природного газа в Турцию. Проект позволит диверсифицировать поставки, обеспечивая газом районы расположения основных потребителей Турции. Инвестиции в реализацию этого проекта базируются на долгосрочном 25-летнем контракте, предусматривающем поставку в Турцию 16 млрд/куб. м газа в год. Контракт был подписан с компанией «Боташ» в декабре 1997 г. на основе российско-турецкого межправительственного соглашения. Суммарный плановый объём экспорта газа по «Голубому потоку» в ближайшие 25 лет должен составить 365 млрд/куб. м.

«Голубой поток» включает в себя сухопутный участок (372 км) из района Изобильное в Ставропольском крае до города Джубги на побережье Чёрного моря (Краснодарский край) и введённый в 2002 г. морской участок (393 км) до района турецкого города Самсун. Строительство глубоководной части газопровода было начато в октябре 2001 г. Партнёром в рамках проекта выступала итальянская компания «ЭНИ», чьё

судно-трубоукладчик «САЙПЕМ-7000» прокладывало подводную часть.

С технической точки зрения «Голубой поток» уникален. Он по праву считается одним из самых сложных трубопроводных проектов в мире. Впервые в мировой практике проложены две нитки на глубинах моря свыше 2 км. Максимальная глубина моря по трассе трубопровода — 2150 метров — абсолютный мировой рекорд. Скорость укладки — более пяти километров в сутки. Укладка контролировалась компьютерами через спутник и глубоководным батискафом.

Подводная часть газопровода способна выдержать десятибалльное землетрясение. От агрессивного сероводорода черноморских глубин металл защищает надёжное изоляционное покрытие. Итальянская компания гарантирует безупречную службу газопровода в течение 36 лет. Дважды в год состояние подводных линий будет проверяться с помощью батискафа и посредством пропуска специальных поршней дефектоскопов.

В создании «Голубого потока» и поставках оборудования приняли участие строители, учёные, конструкторы и проектировщики России, Турции,

Италии, Нидерландов, США, Норвегии, Франции, Японии, Украины, Швеции, Германии.

Новый трубопровод из России в Турцию через акваторию Чёрного моря не

только создаст возможность увеличения экспорта российского газа, но и способствует диверсификации транспортных маршрутов в южном направлении.

(По материалам *Gazeta.ru*)



21. Найдите и прочитайте публикацию в газете/журнале или на web-сайте одного из периодических изданий на тему «Экономика и бизнес. Деловые контакты с Россией». Сделайте презентацию этой публикации.

Интервью – информационный жанр газетно-журнальной публицистики.

Характерные черты:

- диалогическая форма изложения материала;
- точность формулировок, речевые стереотипы ведения интервью;
- комментированное отношение к обсуждаемому вопросу или событию, использование разговорных конструкций, сленга.

22. Подготовьтесь прочитать публикацию в жанре интервью. Этот материал был опубликован в журнале «Эксперт». Журналист Андрей Шмаров взял интервью у топ-менеджеров ведущих западных корпораций, действующих на российском рынке.

а) Прочитайте комментарий фоновой информации.

Ирина Коммо – директор Европейского бизнес-клуба в России.

Карл Джоханссон – управляющий партнёр «Ernst & Young».

Мишель Перирэн – председатель правления австрийского банка «Raiffeisenbank» в Москве.

Стефан Фраппа – генеральный директор химического концерна «Aventis Animal Nutrition» в СНГ.

Сынг Сик Чой – старший менеджер по стратегическому планированию штаб-квартиры южнокорейской компании «Samsung Eletronics» по странам СНГ.

Андреа Сассо – директор представительства итальянской компании бытовой техники «Merloni Elettrodomestici» в России.

Остап Бендер – главный герой сатирических романов И. Ильфа и Е. Петрова «Двенадцать стульев» (1928 г.) и «Золотой телёнок» (1931 г.). Этот литературный персонаж известен как ловкий мошенник и аферист.

б) Прочитайте интервью.

ПРАВДА ОБ ИНОСТРАНЦАХ В РОССИИ

Пока россияне думают, как бы им улучшить имидж страны в мире, за них эту проблему уже решили иностранные предприниматели. Прямо сейчас они заняты в России крупным, эффективным и цивилизованным бизнесом.

Андрей Шмаров (А.Ш.): Существует предположение, что в Россию, как правило, приезжают зарубежные менеджеры, которые не смогли сделать карьеру в своей стране. Зачем, собственно, сюда приезжают ино-

странцы? Бизнес-то маленький здесь. Как вы можете прокомментировать такое мнение?

Ирина Коммо: Он перспективный для крупных фирм – они не могут не обращать внимания на будущее России. Многие из тех, кто приезжает сюда, имеют русские корни или учились русскому языку в школе. В некоторые фирмы иногда присылают молодых, перспективных – это часть их карьеры. Многие, приехав на год-два, уже не хотят уезжать. Тут есть иностранцы, которые смогли развить целую систему экспорта и даже начать производство. Этим они доказали, что могут ехать куда угодно и из ничего сделать что-то. Люди, которые это сумели здесь, стоят очень дорого.

Если сравнивать зарубежных бизнесменов, которые приезжают в Россию сегодня, с теми, кто «открывал» Россию в девяносто первом году, то, я бы сказала, сейчас это не авантюристы, а люди, знающие, что такое маркетинг и как поставить производство, это специалисты. Да и в России выросло совершенно другое поколение профессионалов, понимающих мировую экономику и говорящих с нами на общем языке.

Мишель Перирэн: Я бы сказал, что командировка в Россию – это скорее новая возможность, чем что-либо ещё. Очень трудно найти человека, который хотел бы поехать в Россию. Это как предложить русскому полететь на Луну. Напротив, обычно ищут человека, чтобы послать сюда. Как правило, такой человек очень успешен во всех областях. Тут нужны особые люди, которые хотят чего-то особенного. Большие компании посылают в Россию лучших. Если вы преуспели в России, вы преуспеете везде.

Стефан Фраппа: Есть западные компании, где существует специальный корпус людей, работающих только за рубежом, в «тяжёлых» странах – это их

специальность. Россия сейчас самая хорошо оплачиваемая страна мира после Индии. Но этот корпус быстро сворачивается. Потому что сейчас всё больше молодых менеджеров видят, что их будущее, их карьера идёт через международный опыт.

В России было три типа иностранцев. Сначала были «белые» русские. Когда Советский Союз открывался, практически никто на Западе не говорил по-русски. Никто не хотел приезжать сюда, потому что бизнес был очень маленький для любой западной компании. Сюда хотели только потомки русских эмигрантов. Вторая группа – антрепренёры, авантюристы в хорошем смысле этого слова. Я, например, пришёл сюда в девяностом году и создал свою компанию. И третья группа – те самые люди, которые строили свою карьеру в «тяжёлой» стране.

Кризис девяносто восьмого года всё изменил. «Белые» русские ушли, потому что они ничего не принесли и здесь их не очень хорошо приняли – они несколько идеализировали Россию и не получили того, что ожидали. Авантюристы не могут быть авантюристами всю жизнь. Те, которые были настоящими, ушли в другие страны – Китай, Вьетнам, Бразилию. Остальные, как я, стали буржуа и работают на большие компании.

А. Ш.: Интересно было бы узнать, а были ли случаи, когда люди приезжали сюда, делали какие-то серьёзные ошибки, разводили руками и уезжали?

Ирина Коммо: Конечно. Они просто не смогли понять, что Россия – это не банановая республика, что тут есть компетентные специалисты, учёные, инженеры. Некоторые западные менеджеры в это не верили, начинали обманывать своих российских партнёров, думая, что они могут тут сделать лёгкие деньги за счёт идиотов. Или было наоборот. Наткнулись на какого-нибудь

Остапа Бендера, поверят всему и думают, что бесплатный сыр не только в мышеловке, но и в реальности.

А. Ш.: Как бы вы охарактеризовали современных западных менеджеров, которые приезжают в Россию?

Стефан Фраппа: Сегодняшний корпус менеджеров – это новое поколение менеджеров-глобалистов, молодых политкорректных ребят, не расстающихся с Интернетом и подчёркнуто не видящих различий между работой в России, во Франции или в Сингапуре. Россия – это ещё далеко не поделённый рынок, это богатые и разнообразные возможности. Тут существенно сильнее факторы неопределённости, большие риски. Здесь надо уметь считать и играть, быть азартным, разумно рисковать, быть гибким.

А. Ш.: Не могли бы вы прокомментировать свою мысль о том, что Россия стала нормальной страной?

Андреа Сассо: В первую очередь я имею в виду страну без монополий, где есть конкуренция и свободный рынок. Потому что Россия после девяносто восьмого года – свободный рынок. Рынок бытовой техники стал таким же, как в Европе, – очень конкурентным. Теперь здесь есть Electrolux, Merloni и другие. Должен сказать, что сегодняшняя Россия – это страна с полноценной экономикой. Здесь сформировались рынки, где нет преград для свободного предпринимательства и конкуренции. Это рынки потребительских товаров, производства бытовой техники. Существенно то, что в России всё больше налаживаются корпоративные отношения (corporate governance), предусматривающие эффективное взаимодействие менеджмента с собственниками.

Ирина Коммо: В России вовсе не нужно иметь связи с бандитами, укрываться от налогов, подкупать чиновников. Приятно отметить, что здесь нормализуется законодательство, правовая система,

формируется инфраструктура бизнеса, налаживается быт. Уже действуют консультанты, юристы, заработали ассоциации, объединения предпринимателей. Активисты нашего Европейского бизнес-клуба в регулярном режиме работают с российскими министрами и вице-премьерами, решая вполне конкретные задачи по улучшению делового климата.

Карл Джоханссон: Русские стали реалистами. После кризиса девяносто восьмого года они начали считать деньги, появился прагматизм. Оставшаяся от советского времени привычка строить грандиозные планы развеялась, они стали более рациональными. С ними стало гораздо проще работать, произошла некоторая психологическая чистка. Азартность осталась в хорошем смысле – как способность рисковать, потому что без этого в России нельзя.

А. Ш.: В общении с западными топ-менеджерами, работающими на российском рынке, часто приходится слышать термин «русский стиль менеджмента». Не могли бы вы объяснить, что значит этот русский стиль?

Сынг Сик Чой: Русский менеджмент очень похож на американский. Это значит, что важен результат, а не процесс. Корейский и традиционный европейский – это в первую очередь процесс. Русская манера ведения дел в большей степени подчинена задаче достижения конечной цели, а не выстраиванию системы, созданию технологии ведения бизнеса.

Карл Джоханссон: У меня масса иностранных коллег, которые говорят: «Нет, мы этого делать не будем, потому что этого никогда не делали». В России от русских менеджеров я не слышал этого ни в одной хорошей компании. Они говорят: «Это замечательно, мы этого никогда не делали, но обязательно попробуем». Предложение никогда не отвергается.

А. Ш.: Не могли бы вы назвать конкурентные преимущества, которые есть у россиян?

Ирина Коммо: У русских есть такое свойство, как склонность к инновациям. Вас можно бросать куда-то, и вы какое-то решение найдёте, а мы будем сидеть. Возможно, оно окажется ошибочным, но вы не стоите на месте. В этом ваше отличие от европейцев. Ещё вы азартные люди, вы готовы рисковать гораздо в большей степени, чем типичный западный человек – европеец или американец.

Андреа Сассо: Русские бизнесмены интуитивны, они психологи, мастера нащупать у своего контрагента слабое место и давить на него. Не привыкшие к этому иностранцы не всегда даже понимают это и проигрывают. Но вместе с тем русские способны к бескорыстной помощи даже малознакомым партнёрам и контрагентам. Это подкупает иностранцев, создаёт атмосферу доверия.

А. Ш.: *Какие недостатки русского менеджмента вы могли бы назвать?*

Стефан Фраппа: Вы знаете, русские – они чемпионы по части плохо говорить о себе и о своей стране. Это глупо, да к тому же провоцирует некоторых иностранцев на недобросовестные поступки – желание обвести вокруг пальца неумных людей. Другим пороком русского стиля менеджмента я бы назвал самодержавность. Особенно этот недостаток заметен в крупных компаниях с сильным государственным влиянием или наследием. Руководитель предприятия чрезмерно концентрирует на себе решения, нередко впадает в волюнтаризм. Топ-менеджеры здесь – стратеги и производственники, а не рыночники и финансисты.

Карл Джоханссон: На мой взгляд, русский менеджмент чрезмерно политизирован, слишком большую роль играют личные связи, неформальные отношения.

Сынг Сик Чой: Серьёзный недостаток русского менеджмента – эгоцентризм и алчность. Русский бизнес

сильно ориентирован на сиюминутный успех, на удачу за счёт партнёра. Отсюда недопонимание перспективы, проблемы с корпоративной культурой, конфликты между менеджерами и акционерами.

А. Ш.: *Есть ли какие-то элементы стандартного западного менеджмента, от которых нужно отказаться в России? Что вы думаете по этому поводу?*

Мишель Перирэн: Люди думают, что могут вести бизнес так же, как в своей стране. Они думают, что их должны уважать, потому что они боссы. Но в России босс должен проявить себя, доказать своё лидерство. Люди должны видеть его работу, чтобы уважать его. И это абсолютно нормально, это так, как должно быть.

Стефан Фраппа: От всех стандартов мышления. Знаете, какая проблема у менеджеров и крупных компаний? Люди боятся рисковать. Люди приезжают сюда, чтобы сделать себе обычную карьеру или потому, что их карьера уже закончена и они хотят выйти на пенсию с хорошим пособием. А Россия – это страна для молодых. Старых надо отправлять в Англию, во Францию, в страны, где всё идёт медленно, где не надо бояться. Здесь же всё идёт очень быстро.

А. Ш.: *Какую инструкцию вы бы дали вновь прибывшему сюда топ-менеджеру? Как действовать в России?*

Карл Джоханссон: Прежде всего надо помнить, что Россия – страна динамичная, рынки здесь не поделены, поэтому особенно успешны люди с предпринимательской жилкой, антрепренёры. Здесь нельзя не рисковать, и не следует бояться этого. Иностранному бизнесмену должен проявлять инициативность, преодолевать размеренность и неспешность крупных корпораций в принятии решений, брать на себя ответственность. Иначе не успеешь, тебя опередят.

Стефан Фраппа: Тщательно выбирай партнёров и сотрудников. Любой потенциальный партнёр, сотрудник

должен проверяться с использованием всех возможных каналов. На информацию не следует жалеть ни времени, ни денег. Из-за недостатка информации весьма важны реклама и особенно PR.

Сынг Сик Чой: Надо идти в провинцию. Там много проблем – народ проще, логистику наладить трудно, но главные перспективы именно на периферии.

(По материалам журнала «Эксперт»)

23. а) Проанализируйте ответы иностранных бизнесменов и менеджеров крупных западных корпораций, действующих сегодня в России, и сформулируйте основные мысли по следующим вопросам.

— Каковы причины, по которым зарубежные бизнесмены начали приезжать в Россию?

— Каковы отличительные черты нового поколения менеджеров, приезжающих сегодня в Россию?

— Какие аргументы приводят участники интервью, говоря, что деловая обстановка в России стабилизируется?

— Что значит «русский стиль менеджмента»?

— Какие положительные и отрицательные черты есть у российских бизнесменов, менеджеров и сотрудников зарубежных компаний?

— Как действовать иностранному менеджеру в России?

б) Прочитайте вопросы корреспондента и выделите стереотипные речевые конструкции, которые он употребляет, чтобы выяснить отношение интервьюируемых к поставленному вопросу.

в) Прочитайте ещё раз только ответы участников интервью и постарайтесь написать свой вариант вопросов. Сравните его с вопросами корреспондента. Удалось ли вам сформулировать свои вопросы лаконичнее?

г) Скажите, какие индивидуальные особенности речи (разговорные конструкции, идиоматические выражения) используют участники интервью?

д) Передайте основное содержание публикации в виде резюме.

е) **Вы – PR-менеджер иностранной компании.** К вам обратились с просьбой подготовить сообщение-рекомендацию на тему «Что следует знать иностранному менеджеру, приезжающему на работу в Россию». Опираясь на материал интервью и личные впечатления, напишите такое сообщение.

УЧИМСЯ БРАТЬ ИНТЕРВЬЮ

24. а) Перед вами незаконченная статья из журнала «Коммерсант-Деньги». Вам надо закончить её. Для этого выполните следующие действия:

- прочитайте ответы экспертов восточноевропейского консультационного центра города Берлина, которые проводили социологические исследования в России с целью выяснить конкурентоспособность зарубежных фирм в российских регионах, а также узнать, как российские бизнесмены выбирают себе зарубежных партнёров;
- сформулируйте и запишите вопросы, которые вы задали бы экспертам. Используйте речевые стереотипы ведения интервью.

б) Прочитайте комментарий фоновой информации к статье:

- **Северяне** – жители северных регионов России.
- **Сибиряки** – жители Сибири.
- **Дальневосточники** – жители Дальнего Востока.
- **Уральцы** – жители Урала.
- **Завязывать контакты** (разг.) – устанавливать контакты.
- **«Умом Россию не понять»** – строка из четверостишия русского поэта XIX века Ф.М. Тютчева.

Умом Россию не понять,
Аршином общим не измерить:
У ней особенная стать –
В Россию можно только верить.

Эту фразу часто употребляют в обществе иностранцев, когда хотят объяснить непонятное с точки зрения западного менталитета поведение русских.

КАК РОССИЙСКИЕ БИЗНЕСМЕНЫ ВЫБИРАЮТ СЕБЕ ЗАРУБЕЖНЫХ ПАРТНЁРОВ?

Корреспондент:

— Чтобы определить конкурентоспособность зарубежных фирм на российском рынке, мы провели социологические исследования в четырёх экономических регионах России: Север, Урал, Западная Сибирь и Дальний Восток. Было опрошено несколько сотен предпринимателей и представителей местной администрации.

Корр.:

— На самом же деле активны в этих регионах другие страны. Северяне в пятёрке конкурентоспособных партнёров назвали Финляндию, Норвегию, Германию, Соединённые Штаты и Корею. В списке реальных партнёров первые три позиции остаются без изменений, а на четвёртую и пятую выходят Швеция и Италия. Уральские предприниматели считают, что конкурентоспособными в их регионе могли бы быть Германия, Япония, Соединённые Штаты, Франция и Великобритания. А на практике второе, четвёртое и пятое места занимают другие страны — Китай, Корея и Италия. Сибиряки высоко оценивают конкурентные возможности фирм из Германии, Японии, Соединённых Штатов, Франции и Великобритании. А вот что говорит статистика: на второе место выходит Китай, а вместо Великобритании и Франции появляются Италия и Корея. В пятёрке конкурентоспособных партнёров дальневосточники назвали Корею, Японию, Китай, США и Францию. А на деле Китай обгоняет Японию, а место Франции занимает Сингапур. Получается, что российские предприниматели ценят продукцию одних стран, а на деле сотрудничают с другими.

Корр.:

— Объяснить такое несоответствие или, скажем несовпадение, можно было бы таким фактором, как цены.

Цены — вот главный показатель, по которому российские предприниматели сегодня выбирают себе зарубежных партнёров. Россияне, может быть, и хотели бы сотрудничать с престижными зарубежными фирмами и покупать их качественную продукцию, но она пока дорога для потребителя. Поэтому дела ведутся с компаниями, предлагающими товар значительно дешевле, но, к сожалению, менее качественный. Как известно, товары, неконкурентоспособные в условиях нормального рынка, успешно продаются в условиях формирующегося рынка, рынка, который был дефицитным. Это выгодно обеим сторонам. Поставщик продаёт товар, который в противном случае должен был бы выбросить. Российский предприниматель, покупая такой товар за копейки, затем продаёт его потребителю за большие деньги и получает значительную прибыль. А российский покупатель не в состоянии проверить качество товара заранее.

Корр.:

— Проведённые нами социологические исследования позволяют сделать вывод: зарубежного партнёра россияне находят чаще всего, что называется, по знакомству.

Корр.:

— Дело в том, что россияне только начали привыкать к настоящему рынку, только стали осваивать рыночную

жизнь: её принципы и подходы. На сегодняшний день при выборе делового партнёра они руководствуются тем, что им осталось от старой системы, а именно, системой личных связей.

Корр.:

.....

.....

Часто первый контакт, который завязывается с иностранцами, воспринимается россиянами как единственная возможность выйти на мировой рынок. Поэтому доступность зарубежных партнёров для контактов, иными словами, их разговорчивость, душевность ценится российскими предпринимателями так же высоко, как профессиональные качества бизнесменов, а уважение к русским традициям и принятым правилам ставится выше, чем гибкость в финансовых вопросах и способность идти на компромисс.

Корр.:

.....

.....

На выбор зарубежного партнёра нередко влияет и протекция местной

администрации. Чиновничество в России... Оно было, есть и будет. Во многом на личных контактах, привязанностях руководства того или иного региона, области или города строится и вся система внешнеэкономических связей.

Корр.:

.....

.....

Социологический опрос подтвердил мнение, что зарубежные фирмы находят поддержку в том или ином регионе в первую очередь благодаря личным контактам. И лишь в последнюю очередь были названы политические интересы.

Корр.:

.....

.....

– Несмотря на то что наши исследования проводились лишь в четырёх экономических регионах России, можно предположить, что зарубежного партнёра примерно так же выбирают и в других экономических регионах страны.

25. а) Какую новую для себя информацию вы узнали из прочитанного интервью?

б) Подчеркните в тексте интервью слова и выражения, которые являются ключевыми для темы «Экономика и бизнес. Деловые контакты с Россией».

в) Предложите свой вариант заголовка интервью.

г) Передайте общее содержание интервью «Как российские бизнесмены выбирают зарубежных партнёров?» в виде резюме.

26. Обменяйтесь мнениями о затронутых в интервью темах.

- Что вы думаете о понятии «российский бизнес»?
- Что собой представляет современный российский деловой человек? Как он устанавливает контакты со своими партнёрами?
- Сравните российского делового человека с бизнесменом вашей страны. Что общего и в чём разница?

Используйте речевые образцы

Для выражения собственного мнения:

- Я думаю...
- Мне кажется...
- На мой взгляд...
- С моей точки зрения...
- По-моему...

Для выражения сравнения:

- По сравнению с кем/чем
- В отличие от кого/чего
- Сравнивая кого с кем или что с чем
- Разница между кем/чем и кем/чем заключается в ...

УЧИМСЯ ПИСАТЬ РЕФЕРАТ

27. Письменная презентация прочитанного газетного/журнального материала может быть не только в форме краткого изложения его основной информации, но и в форме реферата, т. е. сжатого варианта изложения его основной проблематики с включением аргументации (комментария), анализа его структуры. Прочитайте материалы таблицы, которые помогут вам оформить реферат.

Как написать реферат

Структура текста	Языковые средства
Выходные данные публикации	Эта (данная/рассматриваемая) публикация напечатана в газете/журнале «...» за ... (дата) ... года. Публикация напечатана под заголовком (озаглавлена/носит название/называется) «...» . В газете/журнале «...» опубликован газетный материал под заголовком «...».
Жанр публикации	Публикация представляет собой заметку (репортаж/ интервью/комментарий/статью)
Тема публикации	Публикация посвящена теме (проблеме, вопросу)... . В публикации говорится о чём? (речь идёт о чём?, рассматривается, определяется, даётся анализ чего?, представлена точка зрения на что?)
Композиция статьи	Публикация (интервью, комментарий, статья...) делится на две (три) ... части/состоит из двух (трёх) ... частей, Публикация начинается с чего? (с того, что ...) В абзацах основной части говорится о чём? (о том, что/как...). В заключительной части (в заключение) даётся оценка, подводится итог чего?/публикация заканчивается чем?

Выражение наличия информации в авторском тексте	В публикации (интервью, комментарии, статье...) автор ставит (затрагивает, освещает) следующие проблемы... / автор останавливается на следующих проблемах... Автор считает, что.... Автор анализирует (объясняет/ характеризует/отмечает/показывает/доказывает/сравнивает/ называет / описывает) <i>что?</i> Автор останавливается на <i>чём?</i>, отмечает важность <i>чего?</i>, формулирует <i>что?</i>, касается <i>чего?</i>, приходит к выводу, что... (о том, что...). По мнению автора...
Иллюстрация автором своих позиций	Автор приводит пример того, как... (приводит цитату из...; факты (цифры, данные), иллюстрирующие <i>что?</i>). Автор иллюстрирует эту мысль следующим примером / на примере <i>чего?</i> В публикации содержится много примеров <i>чего?</i> Автор приводит цифры (статистический материал / таблицы/графики), иллюстрирующие <i>что?</i> ...
Описание интервью	Вопросы, задаваемые интервьюером (интервьюирующим), можно разделить на несколько групп. Первая группа вопросов касается <i>чего?</i>, сводится к <i>чему?</i> (к тому, чтобы ...) Другая (вторая, следующая...) группа вопросов ... Задавая вопрос, журналист (берущий интервью/интервьюер) хочет выяснить (узнать/определить/установить <i>что?</i>). Получив ответ на свой вопрос, интервьюер переходит к следующему. Отвечая (давая ответ) на поставленный вопрос, интервьюируемый останавливается на <i>чём?</i> Судя по ответам, журналист приходит к выводу, что/о том, что... Полученные ответы позволяют говорить о том, что... Полученные ответы помогают лучше представить позицию интервьюируемого, его отношение к <i>кому?</i>, <i>чему?</i>

28. Прочитайте образец реферата статьи «Российско-американская торговля вырастет на целую голову». Посмотрите по таблице значения выделенных слов и словосочетаний.

РЕФЕРАТ

В газете «Коммерсант» *за 15 февраля 1999 года* в разделе «Внешняя торговля» *напечатана публикация под заголовком* «Российско-американская торговля вырастет на целую голову».

Эта публикация представляет собой интервью корреспондента газеты «Коммерсант» с представителем российско-американской торговой палаты господином Бардиным и *посвящена вопросам* развития российско-американских деловых контактов.

С точки зрения композиции *интервью состоит из трёх частей.*

В первой части вопросы корреспондента **сводятся к** выяснению современного состояния российско-американской торговли. **Отвечая на эти вопросы**, г-н Бардин сначала **даёт оценку** российско-американским торговым отношениям за 1998 год. В частности, он **приводит цифры, которые иллюстрируют** объём экспортно-импортных сделок между Россией и США: российский экспорт в США составил 25 %, а импорт из США – 27 %. Такие большие цифры г-н Бардин **объясняет** не только экономическими, но и политическими факторами. Далее корреспондент просит г-на Бардина подробнее остановиться на структуре экспортно-импортных связей между Россией и США. **Комментируя** структуру этих связей, представитель торговой палаты **сопоставляет** их с экспортно-импортными связями России с зарубежными странами. **Так, например**, он говорит, что **в отличие от** других стран, в которые Россия экспортирует товары топливно-энергетического комплекса, в торговле с США доминировала продукция химической и металлургической промышленности. **Что касается** товаров, которые Россия импортирует из США, то первое место занимают продовольственные товары (куриные окорочка), на втором месте – радиотелефонная аппаратура, и на третьем – автомобили.

Во второй части корреспондента **интересуют вопросы, связанные с** препятствиями, которые всё ещё сохраняются в торговых связях между Россией и США. **Ответы** г-на Бардина **сводятся к** тому, что главными барьерами с российской стороны являются таможенные пошлины и бюрократический механизм российско-американских технических стандартов.

В последней, третьей части, отвечая на вопросы корреспондента о перспективах делового сотрудничества между Россией и США, г-н Бардин констатирует, что это сотрудничество получит наибольшее развитие в космической области. **Он подтверждает эту мысль** следующими **фактами**: благодаря американским заказам значительно увеличился объём работ российских конструкторских бюро, финансирование ряда космических проектов американской NASA, участие российских фирм в модернизации космодрома на мысе Canaveral.

В конце своего интервью г-н Бардин **приходит к выводу**, что в ближайшие годы российско-американская торговля будет развиваться по сценарию «космического мира».



29. Передайте содержание публикации «Правда об иностранцах в России» в виде реферата. Пользуйтесь материалами таблицы. Запишите полученный вариант.

30. Передайте содержание публикации «Как российские бизнесмены выбирают себе зарубежных партнёров?» в виде реферата. Пользуйтесь материалами таблицы. Запишите полученный вариант.



31. Выберите из газеты/журнала публикацию по теме «Экономика и бизнес. Деловые контакты с Россией». Изложите содержание прочитанной публикации в виде реферата.



32. Перед вами результаты опросов общественного мнения россиян, которые провел ВЦИОМ (информационный бюллетень №3, 2002). (Ответы даны в %.)

Россиян попросили ответить на вопросы.

- Какие из следующих утверждений, на ваш взгляд, лучше всего характеризуют отношение русского человека к труду?

Варианты ответов	Возраст				Образование		
	Всего	До 29 лет	30–49 лет	50 лет и старше	Высшее и незаконченное высшее	Среднее и среднее специальное	Ниже среднего
1. Русский человек работает прежде всего ради денег	33	38	35	28	26	36	33
2. Русский человек работает, не думая об оплате, для него важна интересная работа	14	8	15	17	18	13	13
3. На работе для русского человека важнее всего дружеские отношения в коллективе, возможность общаться с людьми	25	26	22	27	28	23	26
4. Русский человек по-настоящему работает только в критических ситуациях, когда нужно напрячь все силы	18	19	19	16	26	19	14
5. Русскому человеку важно, чтобы его работа имела высший смысл, служила на благо общества, государства	16	8	14	24	16	14	19
6. Русский человек хорошо работает только на себя, но не на государство, не на «чужого дядю»	25	32	28	17	29	27	21
7. Затрудняюсь ответить	25	32	28	17	29	27	21

2. Какие из следующих утверждений, на ваш взгляд, лучше всего характеризуют отношение западного человека к труду?

Варианты ответов	Возраст				Образование		
	Всего	До 29 лет	30–49 лет	50 лет и старше	Высшее и незаконченное высшее	Среднее и среднее специальное	Ниже среднего
1. Западный человек работает прежде всего ради денег	58	56	62	55	65	58	55
2. Западный человек работает, не думая об оплате, для него важна интересная работа	4	6	4	2	4	5	3
3. На работе для западного человека важнее всего дружеские отношения в коллективе, возможность общаться с людьми	3	3	3	3	3	3	3
4. Западный человек по-настоящему работает только в критических ситуациях, когда нужно напрячь все силы	1	1	2	1	0.5	2	1
5. Западному человеку важно, чтобы его работа имела высший смысл, служила на благо общества, государства	9	12	8	8	12	10	6
6. Западный человек хорошо работает только на себя, но не на государство, не на «чужого дядю»	29	29	33	25	42	30	23
7. Затрудняюсь ответить	26	24	21	32	15	24	33

33. а) Прокомментируйте ответы россиян с точки зрения возраста и образования респондентов.

Используйте речевые образцы

Какие ответы вас удивили?

- Меня (не) удивило, что...
- Меня (не) удивили такие ответы/цифры, как...
- Мне было интересно узнать, что...

Как бы вы их объяснили?

- На мой взгляд, это связано с тем, что...
- Вероятно, это вызвано тем, что...
- Я мог/могла бы это объяснить (чем?)... тем, что...

б) Как бы вы ответили на эти вопросы? Сравните свои ответы с ответами других членов группы.



34. Вы – социолог. Проанализируйте результаты опроса россиян. Оформите результаты своего анализа в виде реферата.